



RESUMEN DE MEDIOS

JUEVES, 13 DE NOVIEMBRE DE 2025

TELEFÓNICA

Telefónica y los sindicatos pactan el calendario para cerrar el ERE antes de acabar el año (Cinco Días, EL PAÍS)

FICCIÓN ORIGINAL

Filmax adquiere los derechos internacionales de "Cinco minutos más", la película de Berto Romero para Movistar Plus+ (Variety)

Estos son los ganadores de la segunda edición de los Premios InStyle en Serie (InStyle)

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

"Anatomía de un instante" se estrena el jueves 20 de noviembre en Movistar Plus+ (Varios)

YAKARTA

Javier Cámara y el giro de guion en su carrera: "Yakarta es un puñetazo a los prejuicios"

"Entrenando a tu dragón" (Isidro Catela en ABC – Alfa y Omega)

Santa Olalla, set de rodaje de la nueva serie de Javier Cámara (La Tribuna de Toledo)

NO FICCIÓN ORIGINAL

CARLES PORTA: "MISSING IN MURCIA"

Movistar Plus+ estrena "Missing in Murcia" primero de la nueva tanda de *true crimes* de Carles Porta (DOSSIER)

Carles Porta: "Hay una sensibilidad exagerada en el true crime" (ABC)

Carles Porta: «Hay muchos parásitos en el 'true crime' y me preocupa el daño que hacen a terceras personas» (ABC)

Mafia, muerte y voleibol en Murcia: Movistar Plus+ estrena hoy nuevos capítulos de los «true crime» de Carles Porta (La Razón)

Carles Porta: "La realidad no tiene sensibilidad, pero nosotros sí la tenemos al contarla" (La Vanguardia)

Mafia, traición y celos en los nuevos true crime de Carles Porta (Grupo NOTICIAS)

FLORES PARA ANTONIO

El ciclo 'Miradas Globales' prestrenará "Flores para Antonio" (Europa Press, El Diario Montañés, Alerta)

CINE ORIGINAL

SIRÂT

Oliver Laxe regresa al desierto para meditar sobre la muerte en 'Sirât' (Newsweek)

Oliver Laxe, su discreta nominación al Oscar, el rodaje de un 'Mad Max' "existencial" y cómo "crear magia" al estilo de David Lynch (IndieWire)

"Las imágenes han muerto": Oliver Laxe, Sirât y la espiritualidad (Entrevista en The Film Stage)

LOS DOMINGOS

Javier Calvo va al cine a ver 'Los domingos', la nueva película de Alauda Ruiz de Azúa, y es

Ninguna mujer nace para monja (Irantzu Varela en Pikara Magazine)

LOS TIGRES

"Los Tigres" cerrará el Festival de Huelva. Entrevista con el director del certamen, Manuel H. Martín (Huelva24)

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

Amazon intensifica sus esfuerzos para bloquear la transmisión ilegal de deportes a través de Fire TV Sticks (The Athletic / The New York Times)

Streameast: Cómo las autoridades dismantelaron la mayor plataforma ilegal de transmisión de deportes del mundo (The Athletic / The New York Times)

¿Qué ha pasado con Streameast? ¿Por qué es importante? ¿Se puede derrotar al *streaming* ilegal? (The Athletic / The New York Times)

PUBLICIDAD E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Amazon Ads lanza "Video Generator", su herramienta de IA para crear anuncios en minutos (Marketing Directo)

La inteligencia artificial agéntica de Amazon revoluciona la publicidad digital simplificando la gestión de campañas para el mercado masivo de anunciantes (Puro Marketing)

El anuncio de Audax y la factura de la publicidad tradicional: un coste de miles de euros frente a la inmediatez de la IA que amenaza miles de empleos creativos (Puro Marketing)

TOROS

Rafael García Garrido planea una plataforma de toros en streaming (La Razón)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Hay vida más allá de las plataformas y varias maneras de financiar una serie de ficción (mención a Movistar Plus+) (Rubik Audiovisual)

Summa Contet: La productora pionera de Los Javis: con activos por 20 millones de euros y oficinas en Madrid (The Objective)

Rakuten TV apuesta por más programas de telerrealidad patrocinados por marcas (C21)

La CNMC tendrá que revisar el caso que acabó en multa de 40 millones a Mediaset (El Confidencial)

La taquilla sube sin salir del mismo sitio (Cine & Tele)

Oughourlian contrata a PwC para desatascar el nuevo plan estratégico de PRISA (El Confidencial)

DEPORTE Y TV

A medida que las generaciones más jóvenes consumen más deporte a través del *streaming*, las fronteras geográficas se diluyen (The Athletic)

El Real Madrid estudia vender hasta un 10% del club a un inversor y adjudicar una participación del resto del patrimonio a cada socio (EL PAÍS)

Un estudio impulsado por Xavier Vilajoana y elaborado por el economista Jordi Mercader sitúa la deuda del Barcelona en 4.120 millones de euros (El Periódico)

Los siete puntos clave de la economía del Barça: "Con los beneficios actuales tardaríamos 100 años en saldar la deuda" (El Español / Crónica Global)

El Clásico femenino: un partido de doble dígito por comercial pero desequilibrado en el campo (2Playbook)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Los precios del *streaming* se disparan, pero los consumidores siguen pagando (The Wall Street Journal)

Paramount+ tiene un propósito de Año Nuevo: subir los precios de nuevo (Vulture)

El futuro de los medios se está construyendo en YouTube (AdWeek)

El apagón de YouTube TV le está costando a Disney una pérdida de ingresos perdidos estimada en 4,3 millones de dólares al día (Variety)

¿Cuánto le está costando su enfrentamiento a Disney y a YouTube? (Deadline)

Cómo la edad de los usuarios influye el consumo de contenido en YouTube (TTV News)

La historia de Prime Video con la publicidad suena prometedora, pero se debilita al analizarla de cerca (ScreenMedia)

¿Quién será el próximo director general de la BBC? (Financial Times)

La crisis de la BBC, explicada: Cómo la querida cadena británica se vio envuelta en uno de los peores escándalos de sus 100 años de historia, y qué le depara el futuro (Variety)

El colapso de la BBC: cómo una demanda de Trump y un memorándum filtrado provocaron la caída de sus altos ejecutivos (The Hollywood Reporter)

Dirigir la BBC se ha convertido en un trabajo imposible (John Gapper en Financial Times)

Trump afirma que tiene la «obligación» de demandar a la BBC (Financial Times)

El espacio interactivo de Netflix, repleto de propiedad intelectual, estará al día con las últimas tendencias (The Wrap)

Por qué cada vez más películas se representan en los teatros (Los Angeles Times)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Eline Van der Velden, creadora de "Tilly": la reacción de Hollywood, la creación de empleos y las películas con IA: "No creo que la gente 'note la diferencia'" (Variety)

Matthew McConaughey y Michael Caine firman acuerdos con ElevenLabs para gestionar el uso de sus voces generadas por IA (Variety)

El director Timur Bekmambetov quiere generar actores del método con IA: 'La IA ha llegado para quedarse. Tenemos que entrenarla de forma responsable' (Variety)

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ lanzará dos nuevos canales de cine con películas de FlixOlé (Adslzone.net)

Movistar Plus+ revoluciona sus diales: así queda la oferta de canales a partir de hoy (Adslzone.net)

Movistar Plus+ lanza dos canales lineales de una plataforma de streaming (Mundoplus.tv)

Movistar Plus+ reajusta sus diales con un nuevo canal deportivo (SatCesc)

Movistar Plus+ amplía su oferta con dos nuevos canales de cine español y prepara el lanzamiento de M+ Vamos 2 (La Razón)

'Los Forsyte': ¿tendrá segunda temporada la serie de época británica que es el nuevo éxito de Movistar Plus+? (Cinemanía)

Londres se rinde ante la familia Forsyte (La Razón)

Movistar Plus+ estrena una nueva versión de 'Guillermo Tell' (Neeo)



**Marc Murtra.** EP

Telefónica y sindicatos acuerdan cerrar el ERE antes de final del año

Murtra acelera para mandar a los mercados un mensaje sobre su compromiso con el recorte de costes del plan estratégico —P7



13 Noviembre, 2025

Telefónica y sindicatos pactan cerrar el ERE antes de acabar el año

El presidente de la operadora, Marc Murtra, quiere lanzar un mensaje firme de compromiso con el recorte de costes que ayude a remontar la cotización

RAMÓN MUÑOZ
MADRID

Los tres sindicatos con mayor representación en Telefónica (UGT, CC OO y Sumados-Fetico) facilitarán un acuerdo rápido con la dirección sobre el nuevo expediente de regulación de empleo (ERE) que planteará la empresa en la reunión a la que han sido convocados el próximo lunes, día 17. Aunque la representación sindical no conoce aún el alcance exacto del ajuste ni sus condiciones, ambas partes han mantenido varios contactos informales y asumen la necesidad de alcanzar un pacto lo más rápido posible. En este contexto, dirección y sindicatos coinciden en la prioridad de apurar los plazos legales para sellar el ajuste antes de que finalice 2025 y han pactado un calendario ad hoc para hacerlo posible, informaron fuentes conocedoras del asunto.

Según la legislación laboral española, tras la comunicación por la empresa de su intención de realizar un ERE se abre un plazo de 15 días para constituir la mesa de negociación; una vez cumplido ese periodo, la dirección y los representantes laborales tienen otro plazo de 30 días para negociar la cifra final de salidas y las condiciones económicas. De esta forma, el próximo lunes, día 17, se iniciaría el proceso y apurando los plazos de un mes y medio como máximo, se llegaría a tiempo para la firma antes del 31 de diciembre de 2025 o en los primeros días de enero de 2026, informaron las mismas fuentes.

El diseño del ajuste es muy similar al que se aplicó en el último ERE. Entonces, la empresa anunció el 4 de diciembre de 2023 un ajuste para 5.124 trabajadores y, tras menos de un mes de negociaciones, se firmó el ERE el 4 de enero de 2024, mejorando las condiciones iniciales y reduciendo las salidas a 3.421. La mayor parte del coste de 1.300 millones de euros del ajuste se imputó en el cuarto trimestre de 2023. La compañía, entonces presidida por José María Álvarez-Pallete,

quería con esta maniobra contable agrupar las provisiones por el ERE con las realizadas por el fuerte deterioro del fondo de comercio de su filial en Reino Unido, y dejar limpio el balance de 2024. Consecuentemente, el grupo presentó unas pérdidas en el conjunto de 2023 de 892 millones de euros, que se redujeron a 48 millones en 2024. En el caso presente, la compañía que preside Marc Murtra quiere imputar el coste del ERE en el presente ejercicio fiscal, en el que Telefónica acumula ya unas pérdidas netas de 1.080 millones de euros hasta finales de septiembre, debido a las minusvalías provocadas por la venta de varias filiales hispanoamericanas (Argentina, Ecuador, Uruguay, Perú y Colombia). De esta forma, los números rojos se concentrarían en 2025 dejando limpio el balance de 2026.

6.000 trabajadores

En cuanto al alcance del ajuste, la cifra inicial de partida se estima en torno a los 6.000 trabajadores (algunos sindicatos minoritarios lo amplían hasta los 7.000) pero, como sucedió en el ERE de 2024, el número se rebajará notablemente durante las negociaciones. En la reunión de lunes, la empresa no ofrecerá ninguna cifra de salidas y se limitará a comunicar a los representantes sindicales su intención de iniciar un proceso de ajuste.

No obstante, más que por el número de despidos, los sindicatos están más preocupados por asegurar una mejora de las condiciones económicas de salida. En el último ERE hubo más peticiones (3.640 solicitudes para 3.421 plazas) que el límite pactado de salidas debido a las atractivas condiciones acordadas. Esta vez el listón sindical pasa por igualar o incluso mejorar las indemnizaciones y los planes de prejubilaciones de los trabajadores que se acocian al mismo.

El clima de consenso entre los tres grandes sindicatos llamados a negociar es absoluto, y hay plena



Marc Murtra, en la presentación del Plan Estratégico 2026-2030, el pasado 4 de noviembre. DIEGO RADAMES

La 'teleco' no ofrecerá por ahora ninguna cifra inicial de partida de trabajadores

Los sindicatos están más centrados en lograr una mejora de condiciones

sintonía con la dirección de la empresa, con la que se cerró el primer marco social de la compañía el pasado mes de octubre. Ese acuerdo permite unificar los derechos y compromisos de toda la plantilla del grupo en España, con independencia del convenio que se le aplique a cada trabajador. Una cláusula que facilita extender el ERE a otros empleados del grupo en España además de las tres filiales principales (Telefónica España, Móviles y Soluciones) a las que se aplicó el último ajuste. UGT, CC OO y Fetico firmaron el anterior ERE de 2024, que solo contó con la oposición de sindicatos minoritarios como CGT y USO.

Ahorro de costes

Los intereses de la empresa están alineados con los de los sindicatos, aunque por razones distintas. La presentación del Plan Estratégico 2026-2030 el pasado día 4 tuvo una mala acogida entre las firmas de inversión, que vieron insuficientes o poco definidos los objetivos de generación de caja y reducción de deuda. La cotización se resintió y

la compañía perdió hasta un 16% de su valor en días posteriores. La dirección considera que esa reacción bursátil es cortoplacista y que el plan propone unas medidas dolorosas pero verosímiles para asegurar el futuro de la operadora.

Una de esas medidas recogidas en Plan Transform & Grow es el ambicioso objetivo de recorte de costes, desde los 2.300 millones de euros para 2028 a los 3.000 millones en 2030. En esos ahorros se incluyen también las partidas ligadas a personal, como admitió el consejero delegado del grupo, Emilio Gayo. Un acuerdo con los sindicatos para implementar un ERE permitiría asegurar unos ahorros de entre 300 a 500 millones de euros anuales, según el alcance de este. Y transmitiría al mercado la firme voluntad de Murtra de cumplir ese compromiso de disciplina financiera.

En el último ERE de 2024, se abonó una media de unos 380.000 euros por trabajador, una cifra inferior a la de los planes de salida acometidos por la compañía en los últimos años. Y el ahorro promedio

para la empresa se situó en unos 285 millones de euros anuales.

Además, la imputación del ERE en el balance de 2025 será una muy buena noticia para los accionistas de Telefónica, que no se verán afectados en el dividendo que cobrarán en los próximos años. La causa es que, como adelantó El País, el Plan Estratégico 2026-2030 establece los "compromisos con los empleados" como uno de los indicadores que servirán para la fijación del dividendo a partir de 2027. Bajo ese epígrafe de "compromisos", se contemplan las indemnizaciones y los pagos anuales que reciben los trabajadores que han salido de la compañía en los diferentes ERE o planes de salida voluntarios.

Los dividendos con cargo a 2025 y a 2026 ya están garantizados en 0,30 y 0,15 euros por acción, respectivamente. Y no es previsible que la compañía afronte otro ajuste laboral en los ejercicios siguientes, dejando así libre el cálculo del flujo de caja que sirve para fijar el dividendo de los costes laborales de un ERE.



13 Noviembre, 2025



Marc Murtra, el día 4 en Madrid. DIEGO RADAMÉS (EP)

Telefónica pacta con los sindicatos el calendario para cerrar el ERE antes de fin de año

Murtra quiere lanzar un mensaje de compromiso con el recorte de costes que ayude a remontar la cotización

RAMÓN MUÑOZ
Madrid

Los tres sindicatos con mayor representación en Telefónica —UGT, CC OO y Sumadós-Fetico— facilitarán un acuerdo rápido con la dirección sobre el nuevo expediente de regulación de empleo (ERE) que planteará la empresa en la reunión a la que han sido convocados para el lunes. Aunque la representación sindical no conoce aún el alcance exacto del ajuste ni sus condiciones, ambas partes han mantenido varios contactos informales y asumen la necesidad de alcanzar un pacto lo más rápido posible. En este contexto, dirección y sindicatos coinciden en la prioridad de apurar los plazos legales para sellar el ajuste antes de que finalice 2025 y han pactado un calendario *ad hoc* para hacerlo posible, informaron a

EL PAÍS fuentes conocedoras del asunto.

Según la legislación laboral española, tras la comunicación por la empresa de su intención de realizar un ERE se abre un plazo de 15 días para constituir la mesa de negociación; una vez cumplido ese periodo, la dirección y los representantes laborales tienen otro plazo de 30 días para negociar la cifra final de salidas y las condiciones económicas. De esta forma, el día 17 se iniciaría el proceso y apurando los plazos de un mes y medio como máximo, se llegaría a tiempo para la firma antes del 31 de diciembre de 2025 o en los primeros días de enero de 2026.

El diseño del ajuste es muy similar al que se aplicó en el último ERE. La empresa anunció el 4 de diciembre de 2023 un ajuste para 5.124 trabajadores y, tras menos de un mes de negociaciones, se firmó el ERE el 4 de enero de 2024, mejorando las condiciones iniciales y reduciendo las salidas a 3.421. La mayor parte del coste de 1.300 millones de euros del ajuste se imputó en el cuarto trimestre de 2023. La compañía, entonces presidida por José María Álvarez-Pallete, quería agrupar las

provisiones por el ERE con las realizadas por el fuerte deterioro del fondo de comercio de su filial en Reino Unido, y dejar limpio el balance de 2024. Consecuentemente, el grupo presentó unas pérdidas en el conjunto de 2023 de 892 millones, que se redujeron a 48 millones en 2024.

En el caso presente, la compañía que preside Marc Murtra quiere imputar el coste del ERE en el presente ejercicio fiscal, en el que Telefónica acumula ya unas pérdidas netas de 1.080 millones hasta finales de septiembre, debido a las minusvalías provocadas por la venta de varias filiales hispanoamericanas (Argentina, Ecuador, Uruguay, Perú y Colombia).

El diseño del ajuste es muy similar al que se aplicó en el último expediente en 2024

La cifra inicial de partida se estima en torno a los 6.000 trabajadores

En cuanto al alcance del ajuste, la cifra inicial de partida se estima en torno a los 6.000 trabajadores (algunos sindicatos minoritarios lo amplían hasta los 7.000) pero, como sucedió en el ERE de 2024, el número se rebajará durante las negociaciones. En la reunión del lunes, la empresa no ofrecerá ninguna cifra de salidas y se limitará a comunicar a los representantes sindicales su intención de iniciar un proceso de ajuste.

Condiciones

No obstante, más que por el número de despidos, los sindicatos están más preocupados por asegurar una mejora de las condiciones económicas de salida. Hay que recordar que en el último ERE hubo más peticiones (3.640 solicitudes para 3.421 plazas) que el límite pactado de salidas debido a las atractivas condiciones acordadas. Esta vez el listón sindical pasa por igualar o incluso mejorar las indemnizaciones y los planes de prejubilaciones.

El clima de consenso entre los tres grandes sindicatos es absoluto, y hay plena sintonía con la dirección de la empresa, con la que se cerró el primer marco social de la compañía el pasado mes de octubre. Ese acuerdo permite unificar los derechos y compromisos de toda la plantilla del grupo en España, con independencia del convenio que se le aplique a cada trabajador. Una cláusula que facilita extender el ERE a otros empleados del grupo en España, además de las tres filiales principales (Telefónica España, Móviles y Soluciones) a las que se aplicó el último ajuste. UGT, CC OO y Fetico firmaron el ERE de 2024, que solo contó con la oposición de sindicatos minoritarios como CGT y USO.

Los intereses de la empresa están alineados con los de los sindicatos, aunque por razones distintas. La presentación del Plan Estratégico 2026-2030 el día 4 tuvo una mala acogida entre las firmas de inversión, que vieron insuficientes o poco definidos los objetivos de generación de caja y reducción de deuda. La cotización se resintió y la compañía perdió hasta un 16% de su valor en los días posteriores. Desde la dirección se considera que esa reacción bursátil es cortoplacista y que el plan propone unas medidas dolorosas, pero verosímiles para asegurar el futuro de la operadora.

Una de esas medidas recogidas en *Plan Transform & Grow* es el ambicioso objetivo de recorte de costes, desde los 2.300 millones de euros para 2028 a los 3.000 millones en 2030. En esos ahorros se incluyen también las partidas ligadas a personal, como admitió el consejero delegado del grupo, Emilio Gayo. Un acuerdo con los sindicatos para implementar un ERE permitiría asegurar unos ahorros de entre 300 a 500 millones anuales, según el alcance de este. Y transmitiría al mercado la firme voluntad de Murtra de cumplir ese compromiso de disciplina financiera.

AGENCIA EFE

TELEFÓNICA EMPLEO

Los sindicatos creen que Telefónica les planteará un ERE aunque aún no se lo ha comunicado

Madrid, 12 nov (EFE).- Los sindicatos esperan que la dirección de Telefónica les plantee un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) en la compañía, aunque de momento no se les ha comunicado esta medida y lo único que sepan es que el lunes se les presentará el nuevo plan estratégico del operador.

La dirección de la compañía les envió ayer a los sindicatos una convocatoria muy escueta para convocarles a una reunión el próximo lunes por la mañana para explicarles las líneas del plan estratégico, que el presidente de Telefónica, Marc Murtra, desveló el pasado 4 de noviembre, han informado a EFE las fuentes sindicales.

Toda la “rumorología” apunta a que va a haber un ERE en Telefónica y así se ha publicado en diversos medios.

“A nosotros no nos extraña que se presente, ya que, por ejemplo, en el anterior plan estratégico, que desarrolló (el expresidente) José María Álvarez-Pallete (en 2023) también fue acompañado de un ERE”, han apuntado.

Un ERE que sería nulo

Consideran que la compañía no habla de momento de ERE, porque, en caso de hacerlo público antes de comunicárselo a la parte sindical conllevaría un defecto de forma y, por lo tanto, el ERE sería “nulo”.

Algo que les “despista”, según han dicho, es que Telefónica haya convocado a las secciones sindicales, y no a los comités intercentros, que es a los primeros que se les debe comunicar.

No obstante, han apuntado que cabe la posibilidad de que se les comunique a los comités intercentros por correo electrónico y luego se desarrolle la reunión.

En este contexto, son importantes las formas porque los plazos legales del ERE empiezan a correr en cuanto se le comunica a los comités intercentros.

A partir de ahí, comienza un plazo de 15 días para constituir la mesa de negociación, en la que se expondrían los datos de afectados, y otros 30 días para llegar a un acuerdo.

En la mesa de negociación, los únicos sindicatos que estarán sentados son UGT, que tiene mayoría en el operador, CCOO y Sumados.

Un ahorro de hasta 2.010 millones

Durante la presentación del plan estratégico el pasado jueves, el consejero delegado de Telefónica, Emilio Gayo, no descartó que se plantee un ERE en línea con el ahorro de costes operativos que se busca. No obstante, dijo que cualquier decisión se haría de acuerdo con los sindicatos.

Telefónica prevé reducir un 25 % de sus costes operativos del centro corporativo y de sus unidades globales (Telefónica Tech, Telefónica Infra y su unidad de Innovación), descentralizar decisiones y captar eficiencias. Con ello estima un ahorro de entre 1.510 millones y 2.010 entre 2028 y 2030.

El 3 de enero de 2024, Telefónica y los sindicatos firmaron un ERE que afectó a 3.421 bajas en la compañía y a sus tres principales filiales en España (Telefónica de España, Móviles y Soluciones). EFE

Nov 12, 2025 7:00am PT

Berto Romero's 'Five More Minutes,' From Movistar Plus+, The Mediapro Studio, Pounced on by Filmax (EXCLUSIVE)

Headlining Romero, 'Talk to Her' star Javier Cámara and Goya winner Belén Cuesta, 'Five Minutes More' will be introduced to buyers at the AFM

By John Hopewell



Credit: Quim Vives

Berto Romero's "Five More Minutes," a Movistar Plus+ original produced by The Mediapro Studio's El Terrat and Ikiru Films, has had its international sales rights acquired by Barcelona studio Filmax.

As announced, Filmax already handles upcoming distribution in Spain. It will show first images at this week's American Film Market.

“Five More Minutes” marks the first feature as a writer-star from comedian Romero who broke out to huge fame in Spain as a fixture on Andreu Buenafuente’s “Late Motiv,” Spain’s biggest late-night show over 2016-21, as a comedic advice columnist.

Announced in January this year at a presentation of Movistar Plus+’s movie slate which also included Oliver Laxe’s Cannes Jury Award winner “Sirât” and the upcoming “The Beloved” from Rodrigo Sorogoyen, starring Javier Bardem, “Five More Minutes” is directed by popular Spanish helmer Javier Ruiz Caldera whose “Wolfgang” currently rates as the third highest-grossing Spanish film of 2025, scoring €4.0 million (\$4.6 million) at theaters in Spain.

Also toplining Javier Cámara, star of Almodóvar’s “Talk to Her” and Cesc Gay’s “Truman,” and Belén Cuesta, a best actress Goya winner for “The Endless Trench,” “Five More Minutes” weighs in as a return to the genre hybrid – a dark, horror-laced fantasy comedy-thriller – which Romero worked so well in his second series for Movistar Plus, 2023’s “The Other Side.”

“I’m a stand-up comic, TV, radio. But I’m more interested in hybrid genre than pure comedy,” Romero has told *Variety*.

In “Five More Minutes,” an on-the-rocks couple retreat to a secluded countryside house for the weekend to try to repair their marriage. They are greeted by the singular head of the real estate agency who shows them around the place and hands over the keys. Just before he leaves, however, the entire world slips into a time loop, and the last five minutes begin to repeat endlessly.

“Five More Minutes” is produced by Ikiru’s Edmon Roch (“The Perfume”), Mediapro’s Laura Fernández Espeso (“The 47,” “The Good Boss”) and Berto Romero and The Mediapro Studio’s Javier Méndez (“The 47,” “The Good Boss”), as well as Guillermo Farré (“Sirat,” “Sundays”) and Fran Araújo (“Sirat,” “Sundays”) from Movistar Plus+. Clara Valle serves as executive producer. Key cast also takes in Carlos Bernardino (“Love and Revolution”), Marc Soler (“Celeste”) and Clàudia Melo (“On the Fringe”).

“We are so excited to have “Five More Minutes” in our line-up. It is a really great project and has such wonderful commercial potential, so we can’t wait to present it to buyers at this year’s AFM,” said Ivan Díaz, head of international at Filmax.

“The creatives and production crew behind this film are some of the best in the trade and from the first moment the script landed on our desks, we knew we wanted to be a part of this project,” he added. “The film is truly original and plays so masterfully with the concept of time. The mix of genres is irresistible, including elements of thriller, horror and dark comedy, all of which fit brilliantly with our slate and with our usual clients. We’re sure it’s going to be one of the films of the year in Spain in 2026.”

Combining “narrative rhythm, wit and a visual sensibility that connects very well with audiences,” Filmax said in a statement Wednesday, Ruiz Caldera has also directed local cinema parody “Spanish Movie” (2009), super-hero satire “Superlópez” (2018) and the seven Goya-nominated “Three Many Weddings” (2013). They have grossed \$10.9 million, \$14.3 million and \$8.5 million respectively in Spain.

InStyle

Estos son los ganadores de la segunda edición de los Premios InStyle en Serie

La vida breve (Movistar Plus+) y Superstar (Netflix) se convierten en las grandes triunfadoras de nuestra noche dedicada a las series españolas, con dos premios cada una

Actualizado a 12 de noviembre de 2025, 10:56



Los Premios InStyle en Serie celebraron su segunda edición en la sala Florida Park de Madrid este 11 de noviembre.

Nacidos en el año 2024 con el propósito de homenajear a todos aquellos que hacen posibles las series españolas, tanto delante como detrás de las cámaras, la noche reunió a grandes nombres del sector en una gala que tuvo como maestra de ceremonias a la actriz Blanca Martínez Rodrigo, protagonista de 'Mariliendre', la serie musical que ha triunfado en Atresmedia.

El evento comenzó con un discurso de bienvenida pronunciado por Cantal Ceña, directora de InStyle. Tras sus palabras, se dio paso a la entrega de premios en la que se sucedieron los agradecimientos y los homenajes a quienes hacen posible que el sector audiovisual español disfrute de una excelente salud.

TODOS LOS PREMIADOS DE LA NOCHE

Entre los invitados, nominados, representantes de plataformas como Movistar Plus +, Netflix, Disney+ o Atresmedia, productores, patrocinadores (Jose Luis Joyerías, L'Oréal Paris, Simorra, Hyundai, Bellissima, Lindt), colaboradores (DKNY y MISAKO) y, por supuesto, el jurado responsable de seleccionar a los finalistas de las diferentes categorías y que en esta edición ha estado formado el guionista Eduard Solá; los periodistas especializados Alberto Rey, Laia Portaceli y Mariola Cubells; David Martos, director de Kinótico; y las directores de casting Yolanda Serrano y Eva Leira.

Ellos fueron los encargados de elaborar la lista final de ganadores quienes, además del aplauso, se llevaron un trofeo creado para la ocasión por Rudi (empresa que diseña mobiliario a partir de textiles reciclados). A continuación, repasamos la lista de premiados en las diferentes categorías

MEJOR SERIE 2025



A muerte (Atresplayer). La comedia romántica sobre un hombre que es diagnosticado con un cáncer termina, y una mujer soltera que descubre que está embarazada, obligados a desafiar sus creencias sobre el amor y la vida.

Recogieron el galardón Montse García, Directora de ficción de Atresmedia, Oriol Capel y Natalia Durán, guionistas de la serie, y el actor Joan Amargós, su protagonista

MEJOR REPARTO 2025



Furia (HBO MAX). Las actrices principales, Carmen Machi, Candela Peña, Cecilia Roth, Nathalie Poza y Pilar Castro, interpretan a cinco mujeres que enfrentan situaciones límite y planean sus venganzas.

Subieron al escenario para recoger el premio Carmen Machi, Nathalie Poza, Pilar Castro, Ana Torrent y Claudia Salas. Y entregó el galardón Eva Ugarte.

MEJOR GUION



La vida breve (Movistar Plus+). Una comedia muy monárquica acerca del reinado más breve de la historia de España.

Eduard Sola, miembro del jurado, entregó la estatuilla a los guionistas Cristóbal Garrido y Adolfo Valor.

MEJOR ACTRIZ PROTAGONISTA



Miren Ibarguren por Los sin nombre (Movistar Plus+). La actriz, que en la serie interpreta a una madre que busca desesperadamente a su hija desaparecida, recibió el premio de manos de Hiba Abouk.

MEJOR ACTRIZ DE REPARTO



Leonor Watling por *La vida breve* (Movistar Plus+). Un rodaje en Barcelona impidió a la actriz estar presente en la gala. La diseñadora Ana Locking aceptó el premio (entregado por Miriam Giovanelli) en su nombre.

MEJOR INTÉRPRETE GENERACIÓN Z



Alicia Armenteros por *La vida breve* (Movistar Plus+). Dulceida dio el galardón a la actriz, que interpreta a la irreverente reina venida de Francia en esta comedia de tintes históricos.

MEJOR DISEÑO DE VESTUARIO



El vestuario de Anatomía de un instante (Movistar Plus+) se llevó el premio gordo en esta categoría. Recibió el galardón Fernando García de las manos del diseñador Jorge Redondo.

MEJOR MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA



Pablo Morillas y Ángela Centeno resultaron ganadores por su trabajo en Superestar (Netflix). Entregó el premio la actriz Dafne Fernández.

MEJOR ACTOR PROTAGONISTA



Álvaro Morte por Anatomía de un instante (Movistar Plus+). El intérprete, que hace una composición excepcional del ex presidente Adolfo Suárez, recibió su premio de las manos del actor Fran Perea.

MEJOR ACTOR DE REPARTO



Secun de la Rosa por Superstar (Netflix). Aspirante a los grandes premios del año por su recreación de Leonardo Dantés, Secun, que se confesó muy nervioso, recogió el galardón entregado por el actor Luis Fernández, protagonista de La Favorita 1922.

PREMIOS ESPECIALES

PREMIO DE HONOR



Carmen Machi. El director de Furia, Félix Sabroso, gran amigo de la actriz, asumió el encargo de InStyle de entregar uno de los premios estrellas de la noche. Carmen lo aceptó entre agradecimientos y muchas risas.

PREMIO DE PAREJA PROFESIONAL



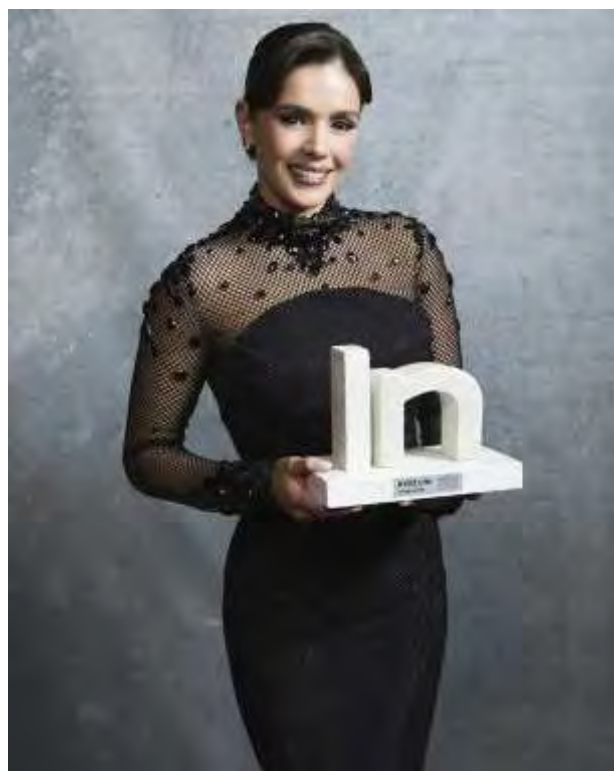
Alberto Casado y Rober Bodegas: Pantomima Full. Famosos por sus sketches de humor, se han pasado al mundo serie con Entrepreneurs (Disney+). Su compañera en el proyecto, Aura Garrido, les dio el galardón.

PREMIO ESPECIAL A LA ACTRIZ ESPAÑOLA CON MAYOR PROYECCIÓN INTERNACIONAL



Greta Fernández. La intérprete tuvo otro regalo esa noche: su íntima amiga Anna Castillo e InStyle conspiraron para sorprenderla sobre el escenario. Se fundieron en un cálido abrazo al recoger el premio.

PREMIOS A MEJOR ACTRIZ INTERNACIONAL



Samantha Siqueiros. La actriz mexicana no es ajena al audiovisual español. La hemos visto interpretando a Camille, en la serie Berlín (Netflix), y forma parte del reparto de La encrucijada (Atresplayer). El actor Jorge Motos le dio el premio.

PREMIO ESPECIAL DEL PÚBLICO



'Aída'. Una serie que cumple 20 años y en enero lo celebra con el estreno de la película Aída y vuelta. Paco León, Carmen Machi, Miren Ibarguren, Canco Rodríguez, Pepa Rus, Melani Olivares, Mariano Peña, Óscar Reyes y Secun De la Rosa subieron para recibir el premio de parte de Manu Baqueiro.



Desde InStyle queremos agradecer a todos los nominados, al jurado, los invitados, patrocinadores y a quienes han hecho posible que esta noche haya sido mágica. Nos vemos el año que viene en una tercera edición. Te lo iremos contando...

España Streaming

Anatomía de un instante se estrena el jueves 20 de noviembre en Movistar Plus+

12/11/2025 Por ttvnews



Anatomía de un instante es una serie original Movistar Plus+ en colaboración con DLO Producciones y en asociación con ARTE France.

Movistar Plus+ anunció que este 20 de noviembre se estrenará al completo la serie Anatomía de un instante, basada en la novela de Javier Cercas sobre el intento de golpe de Estado del 23-F.

Anatomía de un instante es una serie original Movistar Plus+ en colaboración con DLO Producciones y en asociación con ARTE Franc

La serie está dirigida por Alberto Rodríguez y escrita por Rafael Cobos, Fran Araújo y Alberto Rodríguez y producida por José Manuel Lorenzo.

Tras su paso por el Festival de San Sebastián y el Festival de Roma, Anatomía de un instante se hizo el pasado fin de semana con el premio a Mejor serie en la Sección Oficial Nacional de Serielizados y anoche con los

galardones a Mejor actor (Álvaro Morte) y Mejor vestuario en los premios InStyle.

Está protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández, Manolo Solo, David Lorente, Óscar de la Fuente, Juanma Navas, Miki Esparbé, Alejandra Onieva, Carmen Blasco y Pedro Casablanc.



Sinopsis

Partiendo del golpe de Estado del 23 F, que tuvo lugar en España el 23 de febrero de 1981, Anatomía de un instante disecciona uno de los momentos cruciales de la historia reciente española: la transición democrática.

Cuando el teniente coronel de la Guardia Civil Antonio Tejero entró en el Congreso pistola en mano, solo tres hombres se mantuvieron sentados en sus asientos mientras el resto se agachaba para ponerse a salvo: Adolfo Suárez, Santiago Carrillo y Gutiérrez Mellado.

'Anatomía de un instante' se estrena al completo el 20 de noviembre en Movistar Plus+

12 de noviembre de 2025



La serie dirigida por Alberto Rodríguez adapta el exitoso libro de Javier Cercas sobre el intento de golpe de Estado del 23-F y llega tras cosechar premios en festivales nacionales e internacionales.

Movistar Plus+ estrena el jueves 20 de noviembre *Anatomía de un instante*, una serie original basada en el libro homónimo de Javier Cercas que reconstruye con precisión narrativa uno de los momentos más decisivos de la historia reciente de España: el intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

Dirigida por Alberto Rodríguez (*La isla mínima*, *Modelo 77*) y escrita junto a Rafael Cobos y Fran Araújo, la serie adapta el relato definitivo sobre el 23-F, publicado en 2009, que se convirtió en un éxito editorial y en una referencia del periodismo literario.

Un reparto de alto nivel para una historia clave

La serie está protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández, Manolo Solo, David Lorente, Óscar de la Fuente, Juanma Navas, Miki Esparbé, Alejandra Onieva, Carmen Blasco y Pedro Casablanc, en una recreación coral que da vida a los protagonistas políticos y militares de aquel día.

La producción corre a cargo de José Manuel Lorenzo, Fran Araújo, Domingo Corral y Manuela Ocón, en colaboración con DLO Producciones y ARTE France. La distribución internacional estará a cargo de Movistar Plus+ International.

Reconocimiento en festivales

Tras su paso por el Festival de San Sebastián y el Festival de Roma, Anatomía de un instante ha sido reconocida con el premio a Mejor serie en la Sección Oficial Nacional de Serielizados. Además, ha recibido los galardones a Mejor actor (Álvaro Morte) y Mejor vestuario en los premios InStyle, consolidando su posición como una de las apuestas más ambiciosas de la temporada.

Estreno completo el jueves 20 de noviembre en Movistar Plus+





TELEVISIÓN

Entrevista al actor y a su compañera de reparto Carla Quílez | Los seis episodios ya pueden verse en Movistar Plus+

Javier Cámara y el giro de guion en su carrera: "Yakarta es un puñetazo a los prejuicios"

Interpreta a un profesor de educación física y entrenador de bádminton en esta serie creada por Diego San José, con quien ya trabajó en la trilogía de Vota Juan



Óscar Rus Redactor de Televisión, Cine y Gente @OscarRusVicente

Madrid

12 / 11 / 25 - 22: 38

Yakarta, la nueva serie de Movistar Plus+, del guionista Diego San José (*Celeste*) y del actor Javier Cámara (*Rapa*), se estrenó en la plataforma de Telefónica el 6 de noviembre. Movistar Plus+ lanzó los seis episodios del tirón. Y lo hizo con la firme intención de no destripar al personal el trauma de su antipático protagonista. Javier Cámara interpreta a un profesor de educación física y entrenador de bádminton que tiene por pupila a una atribulada adolescente (Carla Quílez).

Quien haya superado el ecuador de *Yakarta* habrá descubierto que esto no es una comedia y que Joserra (Javier Cámara), divorciado, padre y ludópata, fue de niño víctima de abuso sexual por parte de su entrenador. Expulsado de la federación de bádminton por su denuncia en balde, el protagonista ansía llegar a la capital de Indonesia, adonde solo llegan los mejores jugadores. "*Yakarta* es un puñetazo", resume Javier Cámara en conversación con *El Independiente*. "*Yakarta* es un puñetazo a los prejuicios", añade el intérprete, al que pudimos ver durante tres temporadas en el *thriller* policíaco *Rapa* (Movistar Plus+) como un profesor de literatura con ELA que ayuda a resolver crímenes.

"Nuestros personajes, al principio, no caen en gracia, pero por dentro están destrozados y cada uno tiene sus vivencias. Poco a poco, el personaje va descubriendo a estos personajes y es lo que a mí me gustó hacer [leyendo] el guion: quién era Mar, quién era Joserra y cómo ellos dos interactúan y se complementan", defiende Carla Quílez (17), que debutó como actriz hace tres años en la película de Pilar Palomero *La maternal*. A su lado, durante la promoción de *Yakarta*, está un Javier Cámara amable que sabe cuándo ceder la palabra a su compañera de cartel. En un momento dado de la entrevista con *El Independiente*, Cámara cuenta a Quílez la historia real en que se basó Pedro Almodóvar para la película *Hable con ella* (2002). En ella, él interpreta a un enfermero que viola a una paciente en coma (Leonor Watling).

Si con Elena Trapé, directora de cuatro de los seis episodios de *Yakarta*, Javier Cámara coincidió en *Rapa*; con Diego San José, su creador, hizo *Vota Juan/ Vamos Juan/ Venga Juan*. O sea, sabía dónde se metía. "Diego y Elena están haciendo un sello personal. Están drenando la comedia para pasar a un sitio más oscuro y aquí han ido a tope. Han quitado cualquier frase o referencia que hiciera gracia para contar una historia dura sobre dos perdedores", comenta.



Javier Cámara reconoce que *Yakarta*, en otras manos y otras latitudes, podría haber sido una suerte de *Pequeña Miss Sunshine* (2006), cinta tragicómica de corte independiente y trasfondo cuqui. El actor, a pesar de su veteranía, asegura ser todavía naíf. Fue durante el rodaje de *Yakarta*, este mismo año, cuando se dio cuenta de la crudeza del asunto: "En algunas escenas hemos querido salir corriendo". Cámara recuerda una secuencia del episodio 5, cuya acción transcurre en Tenerife (grabaron en marzo), en la que su personaje Joserra confiesa a Mar su motivación. La dificultad fue el bullicio a mediodía de los huéspedes extranjeros más pequeños del hotel donde rodaban.

"Todos mis personajes tienen una vida dura y un dolor interno que acaba explotando. Tanto en *Pubertat* [HBO] como en *Yakarta*, mis personajes son bastante explosivos y doloridos. Les une el dolor y cómo gestionan las emociones. Algunos tienen más obstáculos y otros más luz", aporta Carla Quílez.

Cámara, por su parte, venía de hacer *Vania x Vania* en teatro y *Rapa* en televisión: "A veces, lo único que quieres hacer cuando dicen 'acción' es respirar, estar muy en contacto con el personaje y la actriz que te está mirando, y hacerlo bien y natural. No te fijas en el tono, si es una comedia o un drama, si te va la vida en ello o las víctimas están viéndote tras la cámara. Es muy difícil actuar desde la nada, la normalidad, que todo parezca fácil, como un salto al aire de un bailarín, que lleva años esforzándose. Nosotros queremos que la gente vea nuestro trabajo como si no nos hubiera costado [se ríe]".

"*Yakarta* entronca con gente de la calle que nunca va a protagonizar una serie. Ella [Mar] nunca va a ganar nada, y este señor [Joserra] es un 'vendemotos'. En el fondo uno empatiza con los perdedores. Empatizar con un ganador es muy complicado", comenta Javier Cámara. El actor, a pesar de las circunstancias, bromea: "He defendido los chándales que lleva José Ramón todo lo que he podido. Estoy en una edad en la que se me puede poner cualquier cosa y lo defiendo. Yo nunca he sido modelo. Tengo mi público, cariño. Me pongo al servicio del personaje".

Su papel en *Yakarta* recuerda inevitablemente al de Benigno en *Hable con ella*. "Son personajes moralmente muy criticables. Joserra utiliza un victimismo para vengarse. Es un personaje lleno de sombras", afirma. "Diego San José juega con ese límite. Yo siempre trabajaba todo lo contrario. Él, jamás en la vida, le haría daño a alguien. En esa línea tan sutil, cada espectador pensará una cosa", sentencia.



SERIES / YAKARTA

Entrenando a tu dragón



ISIDRO CATELA
Universidad Francisco de Vitoria

Yakarta es un golpe duro, una competición contra uno mismo, por mucho que la historia presente unas gotas de dulzura cómica y una trama que ahonda en la relación poco convencional entre un entrenador de bádminton y una joven promesa de ese deporte. Recién estrenada en Movistar+, es una miniserie de seis episodios de 30 minutos, que conviene reposar y no consumir en un atracón. Se la debemos a Diego San José y a Elena Trapé, que ya trabajaron



↑ **Carla Quílez** y Javier Cámara en un fotograma de la miniserie.

juntos en la interesante *Celeste* y que ahora firman otro notable trabajo que huye del glamur y del éxito deportivos para adentrarse en el territorio del dolor y de la redención, con el deporte como excusa perfecta. El propio San José ha dicho que la victoria real está en abrazar las derrotas y que, una vez que las entendemos, es cuando somos invenci-

ble. Es una buena guía para entender la serie. Javier Cámara está descomunal y solo por sus primeros planos merece la pena verla. Le acompaña Carla Quílez, en el papel de alumna aventajada, que bastante hace con sostener al monstruo interpretativo sin desentonar. La fotografía de Rita Noriega y la música de Lucas Vidal componen un cuadro que

nos mira y nos pregunta cómo se llama, en nuestro caso, el sueño lejanísimo con nombre de ciudad extraña.

Joserra, exjugador olímpico de bádminton sobrevive dando clases de educación física en un instituto de Vallecas. En medio de numerosas zozobras personales, cree descubrir en un torneo escolar el diamante en bruto que llevaba tiempo buscando. Se embarcan en una aventura de corazones inquietos que no quieren descansar hasta que compitan en Yakarta. Un viaje en el que, como en toda buena historia, las penurias exteriores apuntan hacia las miserias que cada cual lleva dentro. No es redonda, pero se deja ver con gusto y con congoja; porque, aunque aparezca así en las promociones, de comedia no tiene mucho. Parafraseando el título del películón animado, esto va de entrenar al dragón interior de cada uno. Canta Valeria Castro, con fragilidad luminosa, «yo no puedo adivinar qué dragones te silban». Podría ser la música de una serie como *Yakarta*, una grata sorpresa que dibuja una poética de los perdedores que buscan ganar algún que otro partido. ●

CULTURA

Santa Olalla, set de rodaje de la nueva serie de Javier Cámara

El Ayuntamiento firmó un convenio con la productora para grabar en el pabellón municipal y usar otros edificios



El alcalde, junto al conocido actor Javier Cámara.

LA TRIBUNA / TOLEDO

El conocido actor Javier Cámara ha rodado en Santa Olalla parte de las escenas de la serie 'Yakarta', estrenada el pasado día 6. La productora firmó un convenio de colaboración con contraprestación económica con el Ayuntamiento de la comarca de Torrijos para la utilización de instalaciones municipales durante los días de grabación.

El equipo de rodaje utilizó el pabellón municipal para la grabación de diferentes escenas de la producción audiovisual, disponible en Movistar+. Incluso santaolalleros participaron como figurantes en esta serie de seis capítulos de 35 minutos de duración cada uno. Las pistas deportivas, junto con carpas habilitadas, sirvieron como comedor y

zona de descanso para el equipo técnico y los actores. La Casa de la Cultura sirvió para la instalación de los camerinos, la peluquería y el vestuario.

El historia de 'Yakarta' se centra en José Ramón Garrido, un exjugador olímpico de bádminton que sobrevive dando clases de educación física en un instituto público de Vallecas. Divorciado y sin ilusiones, Joserra cree descubrir en un torneo escolar el diamante que puede darle un giro a su vida: Mar, una jugadora adolescente que podría ser el billete que le lleve a cumplir su sueño de competir en Yakarta, la ciudad donde los exjugadores como él son respetados como estrellas.

La producción se ha rodado principalmente en la Comunidad de Madrid y en Santa Cruz de Tenerife.



El periodista Carles Porta, creador de 'Missing in Murcia' // MOVISTAR PLUS+

Carles Porta: «Hay una sensibilidad exagerada en el 'true crime'»

► El periodista habla con ABC sobre el estreno de su documental 'Missing in Murcia' de Movistar Plus+

CLARA MOLLÁ PAGÁN
MADRID

Hay olfato periodístico y luego está el de Carles Porta. El dominio del arte del 'true crime', su instinto narrativo y su rigor lo han convertido en referencia del género: en 'Tor. La montaña maldita' (2005) reconstruyó con precisión el asesinato de Josep Montané 'Sansa' en el Pirineo; con 'Crims' transformó la crónica negra en relato televisivo de culto; y en el pódcast 'Le llamaban padre' denunció una red de abusos y pornografía infantil. El respeto por las víctimas y el pulso narrativo son algunos de los elementos que rondan en sus trabajos, como en 'Missing in Murcia', que llega pronto a Movistar Plus+ y que gira en torno al caso de la exjugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser y su pareja, Lodewijk Severein, desaparecidos en 2013, una historia que destapa un inquietante laberinto de deudas, traiciones y silencios.

Antes de que llegara 'El caso Asunta', '¿Dónde está Marta?' o 'El caso Alcàsser' a las plataformas, Porta ya llevaba a sus espaldas numerosos casos cubiertos en medios y en la pan-

talla. Lleva toda una vida tratando de aunar este género que, reconoce, en ocasiones ha sido distorsionado. «Ahora hay una sensibilidad exagerada. Son cosas que pasan, que existen, que están ahí y parece que no las queramos ver. Y eso es un error. Porque empezando por la muerte, los crímenes también existen y la maldad existe. Y no hablar de ella no hace que desaparezca. Hay un buenismo excesivo y, para mí, falso, que nos empequeñece y nos debilita como sociedad», reconoce el periodista a ABC.

Auge de «parásitos»

«Hay un ejercicio facilísimo que es poner otra cadena o comprarte otro tipo de libro. Nadie te obliga a que mires un programa de 'true crime'. Es un acto voluntario. Y luego está la libertad de que el que cuenta historias cuente las historias que quiera. Aunque esto tiene otra cara, que es el sensacionalismo, la exageración».

Con el paso del tiempo, Carles Porta ha dictado una forma de hacer 'true crime' en la que el trabajo de documentación es largo y extenso, y donde quienes analizan o comentan tienen la potestad y autoridad su-

ficiente como para ser considerados expertos en el asunto. El callo de Porta en esta profesión se ha forjado a base de incontables horas de investigación y, como todo maestro, su trabajo ha cosechado pupilos, y otros, más bien imitadores, que a través de blogs, podcast o cuentas en redes sociales tratan de hacer lo mismo que Porta, pero con menos documentación y rigor: «En todas las especies animales hay parásitos, y eso no se puede evitar. Nacen, crecen, se reproducen y mueren, como todos. Bueno, pues bien que existan. A mí solo me preocupa el daño que hacen a terceras personas porque no mantienen el rigor muchas veces. Se hace para llenar horas y, sobre todo, para satisfacer protagonismos personales, egos de gente a quien le gusta hablar de esto, llenarse la boca de sangre. Y eso a mí me entristece». Para hacer buen 'true crime' hacen falta pocas cosas, pero una es imprescindible: «Tener intuición es vital. Agustín Pery tiene intuición», asegura.

Su fe está puesta en los espectadores: «Confío en que se den cuenta de que estas imitaciones llegan a donde llegan, que siempre hay que ir a la fuente original. Nos curramos un capítulo con fuentes y testigos directos, y luego el vecino cuenta en su boca y llena su programa con lo que ha chupado del nuestro. ¿Qué le vamos a hacer? Algunos que tienen la decencia, como mínimo, de decirlo. Hay otros que no tienen ni eso, pero no me he molestado ni en mirar si eso es legal o no. Tenemos tanto éxito que tenemos que seguir mirando adelante, no atrás. Parece que hay muchísimo 'true crime', pero en realidad hay poco bien hecho. Estos parásitos siempre son pequeños e inevitables».



13 Noviembre, 2025



El periodista Carles Porta, creador de 'Missing in Murcia' // MOVISTAR PLUS+

Carles Porta: «Hay una sensibilidad exagerada en el 'true crime'»

► El periodista habla con ABC sobre el estreno de su documental 'Missing in Murcia' de Movistar Plus+

CLARA MOLLÁ PAGÁN
MADRID

Hay olfato periodístico y luego está el de Carles Porta. El dominio del arte del 'true crime', su instinto narrativo y su rigor lo han convertido en referencia del género: en 'Tor. La montaña maldita' (2005) reconstruyó con precisión el asesinato de Josep Montané 'Sansa' en el Pirineo; con 'Crims' transformó la crónica negra en relato televisivo de culto; y en el pódcast 'Le llamaban padre' denunció una red de abusos y pornografía infantil. El respeto por las víctimas y el pulso narrativo son algunos de los elementos que rondan en sus trabajos, como en 'Missing in Murcia', que llega pronto a Movistar Plus+ y que gira en torno al caso de la exjugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser y su pareja, Lodewijk Severein, desaparecidos en 2013, una historia que destapa un inquietante laberinto de deudas, traiciones y silencios.

Antes de que llegara 'El caso Asunta', '¿Dónde está Marta?' o 'El caso Alcàsser' a las plataformas, Porta ya llevaba a sus espaldas numerosos casos cubiertos en medios y en la pan-

talla. Lleva toda una vida tratando de aunar este género que, reconoce, en ocasiones ha sido distorsionado. «Ahora hay una sensibilidad exagerada. Son cosas que pasan, que existen, que están ahí y parece que no las queramos ver. Y eso es un error. Porque empezando por la muerte, los crímenes también existen y la maldad existe. Y no hablar de ella no hace que desaparezca. Hay un buenismo excesivo y, para mí, falso, que nos empuja y nos debilita como sociedad», reconoce el periodista a ABC.

Auge de «parásitos»

«Hay un ejercicio facilísimo que es poner otra cadena o comprarte otro tipo de libro. Nadie te obliga a que mires un programa de 'true crime'. Es un acto voluntario. Y luego está la libertad de que el que cuenta historias cuente las historias que quiera. Aunque esto tiene otra cara, que es el sensacionalismo, la exageración».

Con el paso del tiempo, Carles Porta ha dictado una forma de hacer 'true crime' en la que el trabajo de documentación es largo y extenso, y donde quienes analizan o comentan tienen la potestad y autoridad su-

ficiente como para ser considerados expertos en el asunto. El callo de Porta en esta profesión se ha forjado a base de incontables horas de investigación y, como todo maestro, su trabajo ha cosechado pupilos, y otros, más bien imitadores, que a través de blogs, pódcast o cuentas en redes sociales tratan de hacer lo mismo que Porta, pero con menos documentación y rigor: «En todas las especies animales hay parásitos, y eso no se puede evitar. Nacen, crecen, se reproducen y mueren, como todos. Bueno, pues bien que existan. A mí solo me preocupa el daño que hacen a terceras personas porque no mantienen el rigor muchas veces. Se hace para llenar horas y, sobre todo, para satisfacer protagonismos personales, egos de gente a quien le gusta hablar de esto, llenarse la boca de sangre. Y eso a mí me entristece». Para hacer buen 'true crime' hacen falta pocas cosas, pero una es imprescindible: «Tener intuición es vital. Agustín Pery tiene intuición», asegura.

Su fe está puesta en los espectadores: «Confío en que se den cuenta de que estas imitaciones llegan a donde llegan, que siempre hay que ir a la fuente original. Nos curramos un capítulo con fuentes y testigos directos, y luego el vecino cuenta en su boca y llena su programa con lo que ha chupado del nuestro. ¿Qué le vamos a hacer? Algunos que tienen la decencia, como mínimo, de decirlo. Hay otros que no tienen ni eso, pero no me he molestado ni en mirar si eso es legal o no. Tenemos tanto éxito que tenemos que seguir mirando adelante, no atrás. Parece que hay muchísimo 'true crime', pero en realidad hay poco bien hecho. Estos parásitos siempre son pequeños e inevitables».

 ABC CULTURAL

Carles Porta: «Hay muchos parásitos en el 'true crime' y me preocupa el daño que hacen a terceras personas»

El periodista habla con ABC sobre su nuevo proyecto 'Missing in Murcia', que llegará pronto a Movistar Plus+ y hace una reflexión sobre aquellos 'falsos imitadores' de su trabajo



Carles Porta, director de 'Missing in Murcia' Movistar Plus+

CLARA MOLLA PAGÁN

12/11/2025 a las 18:49h.



SEGUIR AUTOR



Hay olfato periodístico y luego está el de Carles Porta. El dominio del arte del 'true crime', su instinto narrativo y su rigor lo han convertido en referencia del género: en 'Tor. La montaña maldita' (2005) reconstruyó con precisión el asesinato de Josep Montané «Sansa» en el Pirineo; con 'Crims' transformó la crónica negra en relato televisivo de culto; y en el pódcast 'Le llamaban padre' desnudó con valentía una red de abusos y pornografía infantil. El respeto por las víctimas y el pulso narrativo son algunos de los elementos que rondan en sus trabajos, como en 'Missing in Murcia', que llega pronto a Movistar Plus+ y que gira en torno al caso de la exjugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser y su pareja, Lodewijk Severein, desaparecidos en 2013, una historia que destapa un inquietante laberinto de deudas, traiciones y silencios.

Desde 'Crims' a 'Alcàsser', con estas obras he aprendido que el calor no es lo único que puede mantenerte en vela. Hay miradas, silencios y voces que arden mucho más que cualquier viento del sur

Antes de que llegara 'El caso Asunta', '¿Dónde está Marta?' o 'El caso Alcàsser' a las plataformas, Porta ya llevaba a sus espaldas numerosos casos cubiertos en medios y en la pantalla. Lleva toda una vida tratando de dignificar este género que, reconoce, en ocasiones ha sido distorsionado. «Ahora hay una sensibilidad exagerada. Son cosas que pasan, que existen, que están ahí y parece que no las queramos ver. Y eso es un error. Porque empezando por la muerte, los crímenes también existen y la maldad existe. Y no hablar de ella no hace que desaparezca. Hay un buenismo excesivo y, para mí, falso, que nos empequeñece y nos debilita como sociedad. Porque hablar de crímenes y hablar de la muerte lo que hace es hacerte más fuerte, porque hace que puedas entender qué hay detrás de la especie humana y de este tipo de circunstancias», reconoce el periodista a ABC.

Porta considera que quien no es capaz de ver este tipo de contenido, es mejor que no lo haga. «Hay un ejercicio facilísimo que es poner otra cadena o comprarte otro tipo de libro. Nadie te obliga a que mires un programa de 'true crime'. Es un acto voluntario. Y luego está la libertad de que el que cuenta historias cuente las historias que quiera. Yo creo que esto tiene otra cara, que es el sensacionalismo, la exageración, el poco respeto por las víctimas. Cuando eso se concentra en un caso, entiendo que la gente se moleste. Pero si se hace con respeto y con rigor, ¿por qué no se va a poder hablar de todo?», se pregunta.

El equipo de Porta sigue una única directriz, que es la que el mismo comunicador les ha dictado: tienen que pensar en la víctima como si fuera alguien de su familia. «Es una cuestión de respeto hacia todo el mundo, hacia el prójimo en general. Hablar de las cosas con rigor y con respeto. Ahí hay una línea editorial muy estricta, mía y de todo el equipo que trabaja conmigo. Tenemos muy claro que queremos llegar a mucha gente y no queremos asustar a nadie, ni por palabras excesivas ni por imágenes excesivas», explica.



A lo largo de cualquier proyecto que tienen en manos, el equipo intenta evitar cualquier imagen del cadáver, de sangre o contenidos que puedan llevar al morbo. Incluso en las ficciones, asegura que tratan de ser siempre mucho más sugerentes que evidentes. «Intentamos siempre que cualquier afirmación que pueda ser dolorosa esté en boca de quien realmente puede hablar de eso. Y cualquier afirmación que pueda hacer daño a una tercera persona esté muy justificada, muy medida y no se diga porque sí», indica. Además, reconoce que su trabajo poco o nada tiene que ver con el morbo. «El morbo se acaba pronto. Nosotros alimentamos la curiosidad del espectador. Y la curiosidad no tiene por qué ser sencillamente morbosa. La curiosidad la tenemos todos. Todos queremos saber qué pasó, cómo pasó, por qué pasó, quién lo hizo. Eso puede contarse sin morbo. O con el morbo mínimo, porque partiendo de un cadáver parece que hay morbo. Pues ese punto de partida te lo compro, lo acepto. Pero a partir de ahí hablamos de la vida, hablamos de giros narrativos, hablamos de caracteres, de personalidades, de dificultades en la investigación».

Imitadores y 'parásitos'

Con el paso del tiempo, Carles Porta ha dictado una forma de hacer 'true crime' en la que el trabajo de documentación es largo y extenso, y donde quienes analizan, comentan o sentencian tienen la potestad y autoridad suficiente como para ser considerados expertos en el asunto. El callo de Porta en esta profesión se ha forjado a base de incontables horas de investigación y, como todo maestro, su trabajo ha cosechado pupilos, y otros, más bien imitadores, que a través de blogs, podcast o cuentas en redes sociales tratan de hacer lo mismo que Porta, pero con menos documentación y rigor. «En todas las especies animales hay parásitos, y eso no se puede evitar. Nacen, crecen, se reproducen y mueren, como todos. Bueno, pues bien que existan. A mí solo me preocupa el daño que hacen a terceras personas porque no

mantienen el rigor muchas veces. Hay mucha gente que sí, pero muchas veces no se mantiene el rigor necesario. Se hace para llenar horas y, sobre todo, para satisfacer protagonismos personales, egos de gente a quien le gusta hablar de esto, llenarse la boca de sangre. Y eso a mí me entristece», afirma con honestidad mientras asegura que no ha consumido ninguno de ellos, aunque se asusta cuando ve alguna publicación.

«Yo confío en el público y en que el público se dé cuenta de que estas imitaciones o estos parásitos llegan a donde llegan, que siempre es importante ir a la fuente original, a la fuente primaria. Nosotros nos curramos un capítulo de cualquier cosa un montón de tiempo y tenemos un montón de fuentes y testigos directos, y luego el vecino cuenta en su boca y llena su programa con lo que ha chupado de lo nuestro. ¿Qué le vamos a hacer? Hay algunos que tienen la decencia, como mínimo, de decirlo: que nos han seguido, que nos escuchan, que lo sacan de lo nuestro. Hay otros que no tienen ni esa decencia, pero no me he molestado ni en mirar si eso es legal o no. Tenemos tanto éxito que tenemos que seguir mirando enfrente, no mirando atrás. Estos parásitos siempre son pequeños», indica.

Aun así, reconoce al mismo tiempo que la existencia de muchos así puede suscitar algún problema por el ruido que hacen. «Parece que hay muchísimo 'true crime', cuando en realidad hay poco 'true crime' muy bien hecho. Hay mucho parásito, pero ahí yo siempre apelo a la profesionalidad de todos y a que los que tienen que decidir con quién hablan, hablen con los profesionales de verdad, no con los del mercadeo. Pero bueno, hay de todo. Eso es inevitable. Es inevitable», explica.

Las claves para hacer un buen 'true crime'

Para hacer 'true crime' hacen falta pocas cosas, pero una es imprescindible. «Tener intuición es vital. Agustín Pery tiene intuición. Aunque también es fundamental que la historia tenga giros de guion. Nosotros no estamos hablando de actualidad, hablamos de casos ya juzgados, o en casos abiertos que han pasado hace años. La perspectiva del tiempo te permite ver si hay giros de guion. Eso también tienes que verlo investigando y sabiendo qué se ha hecho en ese caso. Eso te da un conocimiento más claro de qué hay detrás de todo esto», explica mientras enumera otros elementos clave para el trabajo como el acceso a la documentación, ya sea sumario o vídeos y audios. «También es crucial tener acceso a protagonistas directos de esa historia: desde investigadores hasta familiares de las víctimas, abogados, jueces, fiscales, gente que vivió esa historia en primera persona. A nosotros no nos sirve un periodista que lo escribió. Sí utilizamos periodistas y hablamos con ellos, pero siempre y cuando tengamos personas que lo vivieron directamente y lo investigaron», explica.



Gerardo Granda. MADRID

«El rastro de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein se pierde el 13 de mayo del 2013 después de aterrizar en Murcia en un vuelo procedente de los Países Bajos. Ella, de 38 años, es una de las estrellas de la selección holandesa de voleibol y él, con 57, tiene negocios con el exgerente del Club Voleibol Murcia 2002, donde jugó Visser. ¿Dónde está la pareja?». La voz seductora de Carles Porta se cuela por los reovecos de los altavoces del televisor y engancha al espectador. Así comienza el nuevo «true crime» original de Movistar Plus+ junto al periodista, que hoy estrena su primer episodio doble «Missing in Murcia».

El periodista nos guía con su voz a través de un caso que tiene más de 10 años, pero que arrastró ríos de tinta por lo intrincado de su concepción, descubrimiento y conclusión tras el juicio. Lo primero es conocer a los protagonistas. Ingrid Visser estaba considerada como una de las mejores jugadoras internacionales de voleibol; casada con su representante, Lodewijk Severein, pronto acabaría en

Carles Porta, mafia, muerte y voleibol en Murcia

Movistar Plus+ estrena hoy nuevos capítulos de los originales de «true crime» creados por el periodista, con casos inverosímiles

nuestro país. Todo formaba parte del sueño de un hombre, el empresario Evedasto Lifante, que creó de la nada el Club Voleibol de Murcia 2005 y contrató a las mejores jugadoras disponibles, incluido traerse de Holanda a Visser. Gracias a este movimiento, el también dueño de una cantera de mármol heredada consiguió que el equipo se alzara con la Supercopa de España y la Copa de la Reina del deporte. En 2011 la cantidad de deudas acaba con el sueño e Ingrid vuelve a su país, pero regresará dos años después a Murcia tras su retiro profesional a buscar unos óvulos congelados. El 13 de mayo de 2013, Ingrid y su marido no contestan al teléfono, ni acuden al día siguiente a la cita con la clínica de fertilidad. Su familia comienza a movilizarse, alarmados por la falta de noticias del matrimonio.

La estructura del capítulo es

absorbente. Porta es el narrador y también nuestro guía en este intrincado asunto que tiene todos los componentes de cualquier ficción de crimen, con la salvedad de que esto es realidad: mafia, dinero, deporte y asesinos a sueldo. La pieza cuenta no sólo con documentos oficiales de la investigación, sino con imágenes de la época, los audios de los implicados en sus declaraciones ante la policía y el testimonio de expertos que fueron testigos directos de lo que pasó aquellos 13 días que duró la investigación y

El periodista nos guía con su voz a través de un caso que arrastró ríos de tinta por todos sus aspectos

resolución del caso y su posterior paso por los tribunales. Entre las personas que desganan este «Missing in Murcia», los periodistas Joaquín Martínez, Alejo J. Lucas y Ana Lucas; el forense Juan Pedro Hernández, y los implicados en el caso legal: Javier Martínez, abogado de las familias de las víctimas, el abogado de Serafín, labriego acusado de encubrir el asesinato del matrimonio por encontrarse los cuerpos en sus tierras; la jueza de instrucción de Molina de Segura, Olga Reverte; el abogado de Rosa, la testigo estrella, Raúl Pardo-Geijo; la fiscal de instrucción, Arancha Morales, el juez de instrucción de Murcia, José Fernández Ayuso, y la fiscal del jurado Verónica Celadrán Ruiz. También varios mandos del grupo de Homicidios y atracos de Murcia y el inspector de la Unidad Central de Homicidios. Todos ellos irán hilando la serie de catastróficas

desdichas que hicieron de este caso algo único y que causó gran estupor en Murcia y en España.

La serie consigue atrapar con puntos muy inverosímiles de la trama a la que se van añadiendo cada vez más personajes y más historias escondidas. Quizá uno de los puntos más potentes tiene que ver con el testimonio directo de Edevasto Lifante, que, tras quedar libre de sospechas, conoció de primera mano que él había sido siempre el objetivo principal del asesinato.

El estreno de «Missing in Murcia» se completa con «Muerte en el hotel» (20 de noviembre), que narra la misteriosa muerte de José Rosado, un empresario estadounidense de origen puertorriqueño, que en 2021 viajó a Madrid desde Miami para hacer negocios y cenar con un amigo; y «Crimen por encargo», que relata la historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. Todos los episodios están producidos junto a True Crime Factory y Goroka y consolidan a Carles Porta como narrador imprescindible del género.

MOVISTAR PLUS+



Ingrid Visser lo ganó todo en este deporte hasta que la ambición se cruzó en su camino de manera mortal

El true crime de Carles Porta vuelve a Movistar Plus+ con 'Missing in Murcia'

La plataforma estrenará el próximo 13 de noviembre la primera de tres historias dirigidas por el periodista catalán



▲ 'Missing in Murcia' Movistar Plus+



BEATRIZ MADRUEÑO ▾

Madrid Creada: 11.11.2025 18:05
Última actualización: 11.11.2025 18:05



El true crime está de moda más que nunca en Movistar Plus+ con el regreso de uno de los narradores estrella del género como es el periodista y guionista catalán Carles Porta, que el próximo jueves 13 de noviembre vuelve a la pequeña pantalla con 'Missing in Murcia', la primera de tres nuevas historias que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein.

En palabras de su creador, la producción traerá un "relato lleno de intriga donde el dinero, el deporte y los negocios oscuros se mezclan". Unos elementos que irán de la mano de "algunos de los amigos de la pareja, que participaron en la búsqueda, y de los principales investigadores de un doble crimen que, 12 años después, el tiempo no ha borrado".

Así, la sinopsis se centra en seguir el "rastreo de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein", que "se pierde el 13 de mayo del 2013 después de aterrizar en Murcia en un vuelo procedente de los Países Bajos". La jugadora es una de las estrellas de la selección holandesa de voleibol, tiene 38 años y está embarazada, mientras que su pareja ha cumplido 57 años y tiene "negocios con el exgerente del Club Voleibol Murcia 2002, donde jugó Visser".

En el primer episodio, la policía investiga la desaparición de los holandeses. Nadie sabe nada de ellos desde que llegaron a España, ella por un tratamiento de fertilidad y él por negocios. Por otro lado, el club de voleibol de Murcia tiene una deuda económica con ella y el presidente y el gerente del club aparecen en la lista de personas de interés en el caso.

La historia continuará desarrollándose en el segundo capítulo, donde las evidencias van acorralando a uno de los sospechosos, pero hay que demostrar si verdaderamente fue él quien cometió el crimen. La investigación traslada a la policía hasta un campo lleno de limoneros y se descubre la posibilidad de que haya más implicados en el crimen.

Tras 'Missing in Murcia', una semana después se estrenará 'Muerte en el hotel', centrado en la misteriosa muerte de un empresario estadounidense en Madrid, y el 27 de noviembre llegará a la plataforma 'Crimen por encargo' sobre el caso de una joven cubana atrapada en una relación obsesiva que acabó en doble asesinato.



10 Noviembre, 2025

El regreso por partida doble de Carles Porta

TV3 y Movistar Plus+ estrenan nuevos casos de 'true crime' a cargo del periodista

FRANCESC PUIG
Barcelona

Carles Porta vuelve esta semana a la pequeña pantalla en dos frentes. El periodista y creador de *Crims* estrena hoy un nuevo caso de tres episodios en TV3 y en la plataforma 3Cat sobre un doble crimen que se produjo hace más de 20 años en Bellvitge, y el próximo jueves estrena en Movistar Plus+ *Missing in Murcia*, la primera de tres nuevas historias producidas también junto a True Crime Factory y Goroka.

En el festival de Sitges, Porta

presentó una compilación de los tres capítulos que conforman el nuevo caso de *Crims: el doble crimen de Bellvitge*, centrado en un suceso que sacudió a l'Hospitalet de Llobregat en el 2004. El 5 de octubre de ese año, los bomberos encontraron en un piso del barrio los cuerpos de dos mujeres con múltiples heridas de arma blanca. Eran dos agentes en prácticas del Cuerpo Nacional de Policía.

En esta nueva entrega, *Crims* da voz por primera vez a las familias de las víctimas, que han decidido contar su historia después de dos décadas de silencio. "Las familias de las víctimas querían

explicarse", asegura Porta. Y añade: "Encontrar el equilibrio entre relatar unos hechos tan duros y respetar el dolor de las familias ha sido lo que más nos ha costado". El primer episodio se estrenará hoy, seguido de los dos restantes en semanas consecutivas. Según Porta, esta trilogía pone el foco "en la memoria, la justicia y la fuerza de las familias por explicar lo que vivieron".

Apenas tres días después de este estreno, Porta volverá a las pantallas con *Missing in Murcia*, el primero de los tres *true crime* que ha dirigido en esta ocasión para Movistar Plus+. El caso reconstruye el asesinato de la jugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser y de su pareja, Lodewijk Severein, ocurridos en Murcia en el 2013. Porta destaca que este caso "tiene giros muy interesantes y una de las cosas que más nos interesó es tener a uno de los personajes clave de la historia". El periodista reconoce la dificultad de rodar un caso con dimensión internacional: "Nos ha complicado un poco la vida porque no es tan fácil acceder a las personas, a las familias de las víctimas, cuando están lejos... pero al final todo ha funcionado muy bien".



JUAN HERRERO/EFE / EFE

Carles Porta

El siguiente caso es *Muerte en el hotel* (20 de noviembre), centrado en la misteriosa muerte de un empresario estadounidense en Madrid. Porta explica que "es un caso en el que la sumisión química, que es un elemento que se ha tratado mucho mediáticamente, pero poco en crímenes,

nos pareció muy interesante". Ambientada en el emblemático hotel Palace de Madrid, la historia también plantea cuestiones sociales y de diversidad sexual: "El enfoque de un *true crime* puede ayudar a cuestionar prejuicios y estereotipos", afirma el periodista. "Hay una frase en un momento en el que se dice: 'Abandoné mi copa, perdí de vista mi copa'. En ambientes de confianza no pasa nada, pero, si no hay confianza, igual hay que pensar antes de emborracharse o emborracharse pensando".

Por último, el 27 de noviembre se estrenará *Crimen por encargo*, sobre una joven cubana atrapada en una relación obsesiva que acabó en doble asesinato. Porta comenta que "tiene muchísima historia detrás de la ejecución de dos personas y muchos giros; ahí tienes claro qué pasa cuando la policía tiene muy claro quién es el culpable, pero no sabe cómo demostrarlo". En cuanto al tratamiento del relato, subraya la importancia de mantener la ética narrativa: "La realidad no tiene sensibilidad, pero nosotros sí. Debemos tener muy en cuenta el no generar más daño del que ya se hizo. Rigor, respeto y ritmo narrativo". ●

ENTREVISTA

Carles Porta: “La realidad no tiene sensibilidad, pero nosotros sí la tenemos al contarla”

El periodista regresa a partir de este jueves a Movistar Plus+ con tres nuevos casos de 'true crime': 'Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo'



Carles Porta

Francesc Puig Barcelona 13/11/2025 06:20

Todo el mundo quiere trabajar con Carles Porta. A este referente clave del true crime en España le faltan horas para atender todos los proyectos que le proponen, pero sus seguidores saben que su nombre nunca tarda en regresar a la pequeña pantalla. A partir de este jueves 13 de noviembre lo hará con tres nuevos casos de su inconfundible universo criminal en Movistar Plus+: *Missing in Murcia* -que fue proyectada en primicia hace dos días en el Serielizados Fest de Barcelona-, *Muerte en el hotel* y *Crimen por encargo*.

El primer caso relata el asesinato de la voleibolista Ingrid Visser y su pareja en Murcia, en un caso ligado a deudas y negocios oscuros; Muerte en el hotel (20 de noviembre) aborda la muerte de José Rosado, un empresario estadounidense hallado sin vida en un lujoso hotel de Madrid tras una noche en Chueca; y Crimen por encargo (27 de noviembre) cuenta la historia de Yalenis, una joven cubana asesinada junto a un hombre desconocido tras intentar liberarse de una relación dominada por el poder y la obsesión. Porta desgrana para La Vanguardia las claves de estas nuevas historias y reflexiona sobre cómo combina el rigor periodístico con la sensibilidad humana que define su manera de contar el crimen.

¿Qué elementos o matices le hacen ver que una historia tiene potencial narrativo y puede conectar con el espectador?

Para nosotros, un caso es digno de ser contado en televisión cuando tiene giros narrativos, giros de guión que permiten mantener la tensión. Y los elementos o matices que le vemos en una historia tienen que ser detalles interesantes, sobre todo de la vida, no tanto del crimen. Y, desde luego, tenemos que tener tres grandes elementos. Uno, que haya estos giros narrativos, segundo que podamos encontrar mucho material documental y sobre todo de vídeo. Y tercero, que haya personajes directamente implicados en el caso, que nos lo cuenten en primera persona.



En sus producciones siempre hay una mezcla de rigor periodístico y sensibilidad humana. ¿Qué pesa más a la hora de decidir si una historia merece ser contada: la trama del crimen o el retrato de las personas implicadas?

Nosotros intentamos aproximar nuestros relatos a los relatos de ficción. Por lo tanto, intentamos construir personajes. A su pregunta le diría que igual pesa más la sensibilidad humana que no tanto el rigor periodístico, sino la noticia, porque no podemos abandonar nunca el rigor periodístico. Pero sí que si no podemos construir personajes, y eso depende de la sensibilidad y los detalles humanos, la historia no tiene fuerza, se convierte en intrascendente. Por eso es muy importante que haya grandes personajes bien contruidos, y eso depende de la sensibilidad.

¿Qué le ha llevado a confiar en estos tres nuevos casos en particular?

Missing en Murcia tiene giros muy interesantes y una de las cosas que más nos interesó es tener a uno de los personajes clave de la historia. Además, visualmente es muy potente y lo que les pasó a Ingrid Wieser y a su marido fue una historia de mafia local y de dinero detrás de intereses raros y ocultos que nos parecía muy interesante de contar. Además, con una contraposición de que ella era una mujer muy alta, muy guapa y dices: ¿Cómo es posible que hayan hecho esa barbaridad?. Bueno, pues todo eso junto nos atrajo mucho.



'Missing in Murcia' se desarrolla en el mundo del voleibol MOVISTAR PLUS+

¿Y en *Muerte en el hotel* y *Crimen por encargo*?

El primero es un caso en el que la submisión química, que es un elemento que se ha tratado mucho mediáticamente, pero poco en crímenes, nos pareció muy interesante. Además, sucedía en el Hotel Palace de Madrid, o sea, uno de los hoteles más lujosos de la capital. Y además, estaba el concepto de dolo eventual, que es la voluntad de matar en un acto como la sumisión química. Todo eso junto también nos atrajo muchísimo. Y en “Crimen por encargo”, tiene muchísima historia detrás de la ejecución de dos personas y tiene muchos giros y sobretodo, ahí tienes claro que, qué pasa cuando tienes clarísimo, la policía tiene muy claro quién es el culpable, pero no sabe cómo demostrarlo. Todo esto te genera una intriga muy interesante.

En *Missing in Murcia* hay una dimensión internacional y mediática muy fuerte. ¿Cómo se gestiona el equilibrio entre lo policial y lo humano cuando el caso conmociona a dos países?

Bueno, combinar el equilibrio entre lo policial y lo humano es, creo, una de las grandes cosas que nosotros dominamos. O sea, si no podemos combinar lo policial y lo humano, no tenemos un buen relato. En el caso de “Missing en Murcia”, lo humano está por todas partes y lo policial va entrando poco a poco. O sea, la trama policial es la que aguanta la narración, mientras tú estás pendiente también de elementos humanos, como que la jugadora tenía que ir a una clínica de fertilidad. ¿Y qué puede haber detrás de esa situación? Y los miedos de la gente, sobre todo los miedos de Rosa, de un personaje tremendamente clave en esta historia. Y el papel de Evedasto Elifante, un personaje tremendamente clave en esta historia también. Todo junto, se configura siempre un gran relato, pero tienes que combinar muy bien lo policial con lo humano.



Una imagen de 'Muerte en el hotel' MOVISTAR PLUS+

¿Supone un reto adicional trabajar con casos que tienen una dimensión internacional, cuando las víctimas o sus familias están fuera de España?

Sí. Tanto en este caso como el de 'Crimen por encargo', el ser internacionales nos ha complicado un poco la vida porque no es tan fácil acceder a las personas, a las familias de las víctimas, cuando están lejos, en un caso en Italia y en el otro caso en Cuba. Eso nos complica un poquitín la vida. Y además, ellos no habían visto nuestros capítulos, con lo cual te esperan con miedo, con reparos. Pero no, al final todo ha funcionado muy bien y han estado muy contentos.

En *Muerte en el hotel*, el contexto social y la diversidad sexual también están presentes. ¿Hasta qué punto el enfoque de un true crime puede ayudar a cuestionar prejuicios o estereotipos?

En “Muerte en el hotel”, sí, sí, el contexto social y la diversidad sexual están muy presentes. Y evidentemente, el enfoque no solamente de un true crime, de un true crime, de una noticia y de cualquier cosa puede ayudar a cuestionar prejuicios y estereotipos. Nosotros, en este caso, nos dedicamos a relatar un hecho que, como te comentaba en respuestas anteriores, va alrededor de la sumisión química de quién utiliza elementos químicos para someter a su pareja en una relación o a una persona desconocida en una relación y luego robarla o, en este caso, matarla. Y esto, yo creo que lo que puede ayudar más, sobre todo, es hacer reflexionar a quienes tienen una gran gratuidad en las relaciones y en determinados ambientes. Hay una frase en un momento en el que dice: abandoné mi copa, perdí de vista mi copa. Claro, en ambientes de confianza esto no pasa nada, pero si no hay confianza en esa situación, pues igual hay que pensar antes de emborracharse o emborracharse pensando.



Crimen por encargo se estrena el 27 de noviembre MOVISTAR PLUS+

***Crimen por encargo* es una historia marcada por la violencia machista y la dependencia emocional. ¿Cómo aborda usted ese tipo de relatos para evitar convertirlos en espectáculo y, al mismo tiempo, mostrar la crudeza de la realidad?**

Nosotros siempre decimos que la realidad no tiene sensibilidad, pero nosotros sí tenemos sensibilidad y sobre todo a la hora de explicar la realidad, debemos tener muy en cuenta el no generar más daño del que ya se hizo en su día. En nuestros relatos, como en el de “crimen por encargo”, intentamos relatar lo que realmente pasó, pero protegiendo un poco, sobre todo a las víctimas, para que sus familias no se sientan aplastadas por el impacto mediático que puede tener volver a contar su caso.

Eso requiere un ejercicio de ética y de editorialización constante para no mostrar imágenes que no son necesarias y para no utilizar palabras o declaraciones que tampoco son necesarias, que serían sensacionalistas, pero que no ayudan ni al relato ni a la tensión narrativa. Es lo de siempre. Ustedes ya me han escuchado muchas veces. Rigor, respeto y ritmo narrativo.

LA VANGUARDIA

Mafia, traición y celos en los nuevos 'true crime' de Carles Porta

El periodista catalán vuelve a Movistar Plus+ tras títulos como 'El crimen de la Guardia Urbana'

Julen Arriandiaga

NTM

BILBAO – La atracción del público por el género del *true crime* está más que comprobado. No solamente con el éxito de la saga *Monstruo* de Ryan Murphy en Netflix sino también con títulos como *La caza del solitario*, *Crímenes*, *El crimen de la Guardia Urbana* o *Luz en la oscuridad*, fruto de la labor investigadora de un periodista especializado en el género, el catalán Carles Porta, cuyo trabajo tiene destacada presencia en la televisión catalana TV3 y de un tiempo a esta parte todos podemos disfrutar gracias a Movistar Plus+.

Porta afirma que el género "es infinito" porque todavía hay muchos casos por contar. Algo que siempre hace con rigor y respeto porque, como señala, intentan contar con el sumario del caso y tener fuentes directas para tratar únicamente los hechos que han sido investigados o sentenciados. Por eso, tras más de 500 horas de *true crime* emitidas, no ha tenido nunca un problema importante.

Ahora regresa a Movistar Plus+ con tres nuevos casos que, desde hoy, se ofrecerán semanalmente durante tres miércoles consecutivos. Comienza con *Missing in Murcia* relatando el crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa que viajó a Murcia junto a su pareja por motivos personales y económicos y ambos acabaron siendo asesinados de forma brutal destapándose en la investigación un entramado de deudas y negocios turbios.

Le seguirá *Muerte en el hotel*, la historia del ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño José Rosado, a quien los empleados del



El periodista especializado en 'true crimen' Carles Porta. Foto: Movistar Plus+

Hotel Palace de Madrid encontraron muerto una mañana después de haber regresado a su habitación con dos hombres tras una noche de copas. Y el ciclo se cerrará con *Crimen por encargo*, el caso de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

NO AL MORBO Carles Porta tiene muy claro que lo suyo es hacer "crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre". Y para que le atraiga un caso, debe tener giros importan-

tes de guion, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar. Para acometer este trabajo cuenta con un grupo importante de colaboradores en el que hay fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos.

Porta tiene claro que una cosa es la curiosidad y otra el morbo, que es una "curiosidad malsana que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos", que en sus programas son "mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. No verás frases con adjetivos truculen-

tos o brutales y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes".

Alguno de sus programas ha contribuido para que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se abra una nueva investigación. Porta matiza que los casos sin resolver "son buenas historias pero no son mi prioridad. Pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mí no me gusta". Unas familias a las que siempre informan de que quieren tratar su caso y ofrecen "la posibilidad de participar". ●

Mafia, traición y celos en los nuevos 'true crime' de Carles Porta

El periodista catalán vuelve a Movistar Plus tras títulos como 'El crimen de la Guardia Urbana'

✎ **Julen Arriandiaga**

NTM

DONOSTIA – La atracción del público por el género del *true crime* está más que comprobado. No solamente con el éxito de la saga *Monstruo* de Ryan Murphy en Netflix sino también con títulos como *La caza del solitario*, *Crímenes*, *El crimen de la Guardia Urbana* o *Luz en la oscuridad*, fruto de la labor investigadora de un periodista especializado en el género, el catalán Carles Porta, cuyo trabajo tiene destacada presencia en la televisión catalana TV3 y de un tiempo a esta parte todos podemos disfrutar gracias a Movistar Plus.

Porta afirma que el género “es infinito” porque todavía hay muchos casos por contar. Algo que siempre hace con rigor y respeto porque, como señala, intentan contar con el sumario del caso y tener fuentes directas para tratar únicamente los hechos que han sido investigados o sentenciados. Por eso, tras más de 500 horas de *true crime* emitidas, no ha tenido nunca un problema importante.

Ahora regresa a Movistar Plus con tres nuevos casos que, desde hoy, se ofrecerán semanalmente durante tres miércoles consecutivos. Comienza con *Missing in Murcia* relatando el crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa que viajó a Murcia junto a su pareja por motivos personales y económicos y ambos acabaron siendo asesinados de forma brutal destapándose en la investigación un entramado de deudas y negocios turbios.

Le seguirá *Muerte en el hotel*, la historia del ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño José Rosado, a quien los empleados del



El periodista especializado en 'true crimen' Carles Porta. Foto: Movistar Plus

Hotel Palace de Madrid encontraron muerto una mañana después de haber regresado a su habitación con dos hombres tras una noche de copas. Y el ciclo se cerrará con *Crimen por encargo*, el caso de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

NO AL MORBO Carles Porta tiene muy claro que lo suyo es hacer “crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre”. Y para que le atraiga un caso, debe tener giros importan-

tes de guion, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar. Para acometer este trabajo cuenta con un grupo importante de colaboradores en el que hay fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos.

Porta tiene claro que una cosa es la curiosidad y otra el morbo, que es una “curiosidad malsana que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos”, que en sus programas son “mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. No verás frases con adjetivos truculen-

tos o brutales y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes”.

Alguno de sus programas ha contribuido para que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se abra una nueva investigación. Porta matiza que los casos sin resolver “son buenas historias pero no son mi prioridad. Pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta”. Unas familias a las que siempre informan de que quieren tratar su caso y ofrecen “la posibilidad de participar”. ●



Mafia, traición y celos en los nuevos 'true crime' de Carles Porta

El periodista catalán vuelve a Movistar Plus+ tras títulos como 'El crimen de la Guardia Urbana'

Julen Arriandiaga

NTM

PAMPLONA – La atracción del público por el género del *true crime* está más que comprobado. No solamente con el éxito de la saga *Monstruo* de Ryan Murphy en Netflix sino también con títulos como *La caza del solitario*, *Crímenes*, *El crimen de la Guardia Urbana* o *Luz en la oscuridad*, fruto de la labor investigadora de un periodista especializado en el género, el catalán Carles Porta, cuyo trabajo tiene destacada presencia en la televisión catalana TV3 y de un tiempo a esta parte todos podemos disfrutar gracias a Movistar Plus+.

Porta afirma que el género "es infinito" porque todavía hay muchos casos por contar. Algo que siempre hace con rigor y respeto porque, como señala, intentan contar con el sumario del caso y tener fuentes directas para tratar únicamente los hechos que han sido investigados o sentenciados. Por eso, tras más de 500 horas de *true crime* emitidas, no ha tenido nunca un problema importante.

Ahora regresa a Movistar Plus+ con tres nuevos casos que, desde hoy, se ofrecerán semanalmente durante tres miércoles consecutivos. Comienza con *Missing in Murcia* relatando el crimen de Ingrid Visser,



El periodista especializado en 'true crime' Carles Porta. Foto: Movistar Plus+

una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa que viajó a Murcia junto a su pareja por motivos personales y económicos y ambos acabaron siendo asesinados de forma brutal destapándose en la investigación un entramado de deudas y negocios turbios.

Le seguirá *Muerte en el hotel*, la historia del ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño José Rosado, a quien los emplea-

dos del Hotel Palace de Madrid encontraron muerto una mañana después de haber regresado a su habitación con dos hombres tras una noche de copas. Y el ciclo se cerrará con *Crimen por encargo*, el caso de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

NO AL MORBO Carles Porta tiene muy claro que lo suyo es hacer "crónica

negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre". Y para que le atraiga un caso, debe tener giros importantes de guion, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar. Para acometer este trabajo cuenta con un grupo importante de colaboradores en el que hay fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos.

Porta tiene claro que una cosa es la curiosidad y otra el morbo, que es una "curiosidad malsana que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos", que en sus programas son "mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. No verás frases con adjetivos truculentos o brutales y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes".

Alguno de sus programas ha contribuido para que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se abra una nueva investigación. Porta matiza que los casos sin resolver "son buenas historias pero no son mi prioridad. Pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta". Unas familias a las que siempre informan de que quieren tratar su caso y ofrecen "la posibilidad de participar". ●



Mafia, traición y celos en los nuevos 'true crime' de Carles Porta

El periodista catalán vuelve a Movistar Plus+ tras títulos como 'El crimen de la Guardia Urbana'

✎ **Julen Arriandiaga**
NTM

La atracción del público por el género del *true crime* está comprobado. No solamente con el éxito de la saga *Monstruo* de Ryan Murphy en Netflix sino también con títulos como *La caza del solitario*, *Crímenes*, *El crimen de la Guardia Urbana* o *Luz en la oscuridad*, fruto de la labor investigadora de un periodista especializado en el género, el catalán Carles Porta, cuyo trabajo tiene destacada presencia en la televisión catalana TV3 y de un tiempo a esta parte todos podemos disfrutar gracias a Movistar Plus+.

Porta afirma que el género "es infinito" porque todavía hay muchos casos por contar. Algo que siempre hace con rigor y respeto porque, como señala, intentan contar con el sumario del caso y tener fuentes directas para tratar únicamente los hechos que han sido investigados o sentenciados. Por eso, tras más de 500 horas de *true crime* emitidas, no ha tenido nunca un problema importante.



El periodista especializado en 'true crimen' Carles Porta. Foto: Movistar Plus+

Ahora regresa a Movistar Plus+ con tres nuevos casos que, desde hoy, se ofrecerán semanalmente durante tres miércoles consecutivos. Comienza con *Missing in Murcia* relatando el crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa que viajó a Mur-

cia junto a su pareja por motivos personales y económicos y ambos acabaron siendo asesinados de forma brutal destapándose en la investigación un entramado de deudas y negocios turbios.

Le seguirá *Muerte en el hotel*, la historia del ciudadano estadounidense

de origen puertorriqueño José Rosado, a quien los empleados del Hotel Palace de Madrid encontraron muerto una mañana después de haber regresado a su habitación con dos hombres tras una noche de copas. Y el ciclo se cerrará con *Crimen por encargo*, el caso de Yalenis, una joven

cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

NO AL MORBO Carles Porta tiene muy claro que lo suyo es hacer "crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre". Y para que le atraiga un caso, debe tener giros importantes de guion, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar. Para acometer este trabajo cuenta con un grupo importante de colaboradores en el que hay fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos.

Porta tiene claro que una cosa es la curiosidad y otra el morbo, que es una "curiosidad malsana que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos", que en sus programas son "mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. No verás frases con adjetivos truculentos o brutales y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes".

Alguno de sus programas ha contribuido para que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se abra una nueva investigación. Porta matiza que los casos sin resolver "son buenas historias pero no son mi prioridad. Pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta". Unas familias a las que siempre informan de que quieren tratar su caso y ofrecen "la posibilidad de participar". ●



**DEIA – NOTICIAS DE GIPUZKOA – DIARIO NOTICIAS DE NAVARRA
– DIARIO DE NAVARRA**

Mafia, traición y celos en los nuevos ‘true crime’ de Carles Porta

El periodista catalán vuelve a Movistar Plus+ tras títulos como ‘El crimen de la Guardia Urbana’

Julen Arriandiaga NTM 12·11·25 | 21:45



El periodista especializado en ‘true crimen’ Carles Porta. Movistar Plus+

La atracción del público por el género del true crime está más que comprobado. No solamente con el éxito de la saga Monstruo de Ryan Murphy en Netflix sino también con títulos como La caza del solitario, Crímenes, El crimen de la Guardia Urbana o Luz en la oscuridad, fruto de la labor investigadora de un periodista especializado en el género, el catalán Carles Porta, cuyo trabajo tiene destacada presencia en la televisión catalana TV3 y de un tiempo a esta parte todos podemos disfrutar gracias a Movistar Plus+.

Porta afirma que el género “es infinito” porque todavía hay muchos casos por contar. Algo que siempre hace con rigor y respeto porque, como señala, intentan contar con el sumario del caso y tener fuentes directas para tratar únicamente los hechos que han sido investigados o sentenciados. Por eso, tras más de 500 horas de true crime emitidas, no ha tenido nunca un problema importante.

Ahora regresa a Movistar Plus+ con tres nuevos casos que, desde este jueves, se ofrecerán semanalmente durante tres semanas consecutivas. Comienza con Missing in Murcia relatando el crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa que viajó a Murcia junto a su pareja por motivos personales y económicos y ambos acabaron siendo asesinados de forma brutal destapándose en la investigación un entramado de deudas y negocios turbios.

Le seguirá Muerte en el hotel, la historia del ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño José Rosado, a quien los empleados del Hotel Palace de Madrid encontraron muerto una mañana después de haber regresado a su habitación con dos hombres tras una noche de copas. Y el ciclo se cerrará con Crimen por encargo, el caso de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

No al morbo

Carles Porta tiene muy claro que lo suyo es hacer “crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre”. Y para que le atraiga un caso, debe tener giros importantes de guion, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar. Para acometer este trabajo cuenta con un grupo importante de colaboradores en el que hay fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos.

Porta tiene claro que una cosa es la curiosidad y otra el morbo, que es una “curiosidad malsana que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos”, que en sus programas son “mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. No verás frases con adjetivos truculentos o brutales y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes”.

Alguno de sus programas ha contribuido para que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se abra una nueva investigación. Porta matiza que los casos sin resolver “son buenas historias pero no son mi prioridad. Pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mí no me gusta”. Unas familias a las que siempre informan de que quieren tratar su caso y ofrecen “la posibilidad de participar”.



10 Noviembre, 2025

Movistar Plus+

Estrena tres 'true crime', comenzando el jueves con 'Missing in Murcia', sobre el asesinato de la voleibolista Ingrid Viesser y su pareja en Murcia

Carles Porta: «Hago crónica negra de colores, sin amarillo sensacionalismo ni rojo sangre»

EFE

Carles Porta estrena en Movistar Plus+ tres nuevos 'true crime' que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia, hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

«Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre», explicó Porta en una entrevista con EFE, en la que resaltó que para el equipo de su productora 'True Crime Factory', formado ya por unas 40 personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso.

Bajo esta premisa el periodista estrena el próximo jueves *Missing in Murcia*, donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingrid Viesser y su pareja en Murcia.

Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de *Muerte en el hotel*, donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con *Crimen por encargo*, que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido.

Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe tener muchos giros de guion -o giros importantes-, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declaró.

Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada.

Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea «muy fina» que separa la curiosidad del

EFE / Quique García



El periodista Carles Porta.

'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo' se podrán ver los días 20 y 27 de noviembre

morbo, el cual define como una «curiosidad malsana», que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos.

«En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre», afirmó.

Fascinación por casos sin resolver

«Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces», subrayó Porta.

Aún así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se

identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación.

Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confesó, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores.

«Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mí no me gusta», concreta.

«Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron», explicó Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación.

Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opinó, «ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente». «Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco», definió el periodista.

En los casos en los que detecta «un dolor especial» entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso.

«Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar», aseguró el periodista, quien resaltó que su equipo trata de tener «muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos».

Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas.

«Llevamos más de 500 horas de 'true crime' emitidas y no hemos tenido nunca ni un problema importante», expuso Porta, que tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: «Esto es infinito». ■



10 Noviembre, 2025

Movistar Plus+

Estrena tres 'true crime', comenzando el jueves con 'Missing in Murcia', sobre el asesinato de la voleibolista Ingrid Viesser y su pareja en Murcia

Carles Porta: «Hago crónica negra de colores, sin amarillo sensacionalismo ni rojo sangre»

EFE

Carles Porta estrena en Movistar Plus+ tres nuevos 'true crime' que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia, hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

«Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre», explicó Porta en una entrevista con EFE, en la que resaltó que para el equipo de su productora 'True Crime Factory', formado ya por unas 40 personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso.

Bajo esta premisa el periodista estrena el próximo jueves *Missing in Murcia*, donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingrid Viesser y su pareja en Murcia.

Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de *Muerte en el hotel*, donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con *Crimen por encargo*, que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido.

Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe tener muchos giros de guion -o giros importantes-, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declaró.

Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada.

Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea «muy fina» que separa la curiosidad del

EFE / Quique García



El periodista Carles Porta.

'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo' se podrán ver los días 20 y 27 de noviembre

morbo, el cual define como una «curiosidad malsana», que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos.

«En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre», afirmó.

Fascinación por casos sin resolver

«Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces», subrayó Porta.

Aún así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se

identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación.

Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confesó, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores.

«Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mí no me gusta», concreta.

«Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron», explicó Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación.

Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opinó, «ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente». «Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco», definió el periodista.

En los casos en los que detecta «un dolor especial» entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso.

«Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar», aseguró el periodista, quien resaltó que su equipo trata de tener «muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos».

Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas.

«Llevamos más de 500 horas de 'true crime' emitidas y no hemos tenido nunca ni un problema importante», expuso Porta, que tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: «Esto es infinito». ■

Así son los tres nuevos true crime de Carles Porta, que ya tienen fecha de estreno en Movistar Plus+



Los nuevos true crime de Carles Porta ya tienen fecha en Movistar Plus+: Voleibol, mafia, traición, sobredosis y celos

MADRID, 27 Octubre 2025 (CulturaOcio) -

Los nuevos true crime de Carles Porta llegarán a Movistar Plus+ a partir del 13 de noviembre. En esta ocasión, el periodista conocido por reconstruir de forma rigurosa algunos de los episodios más destacados de la crónica negra, regresa con tres nuevos casos: Missing in Murcia, Muerte en el hotel y Crimen por encargo.

El 13 de noviembre se estrenará en la plataforma de streaming Missing in Murcia, que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein. A lo largo de dos episodios, el periodista analiza la investigación llevada a cabo por la policía y su impacto a nivel internacional.

Missing in Murcia: Tráiler oficial | Movistar Plus+ La nueva temporada de true crime de Carles Porta en Movistar Plus+ se estrena el 13 de noviembre con 'Missing in Murcia', que narra el crimen de la jugadora...

Una semana más tarde, el 20 de noviembre, llegará a Movistar Plus+ Muerte en el hotel. El true crime analiza la extraña muerte de un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño que es encontrado muerto en su habitación del hotel

tras una noche de fiesta. Según especifica la sinopsis oficial "Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres, con los que regresa a su habitación".

Por último, 27 de noviembre se estrenará Muerte por encargo. En este caso se relata la trágica historia de Yalenis, "una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido". A través de la investigación policial y testimonios, Porta revela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.

Porta es un periodista de investigación conocido por sus series documentales, entre las que destacan La caza del solitario, Crímenes, El crimen de la Guardia Urbana y Luz en la oscuridad. Por otra parte, cabe destacar que tiene pendiente el estreno de 33 días, su primera serie de ficción basada en hechos reales. Protagonizada por José Manuel Poga y Julián Villagrán, la producción de seis episodios narrará la fuga de dos presos de la cárcel de Ponent en Lleida en 2001, y cuya persecución se alarga durante 33 días.

Carles Porta: “Hago crónica negra de colores, sin amarillo sensacionalismo ni rojo sangre”

Madrid, 9 nov (EFE).- Carles Porta estrena en Movistar+ tres nuevos 'true crime' que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia, hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

“Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre”, ha explicado Porta en una entrevista con EFE, en la que ha resaltado que para el equipo de su productora 'True Crime Factory', formado ya por unas 40 personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso.

Bajo esta premisa el periodista estrena el 13 de noviembre 'Missing in Murcia', donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingris Viesser y su pareja en Murcia.

Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de 'Muerte en el hotel', donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con 'Crimen por encargo', que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido.

Muchos giros de guion y protagonistas vivos

Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe de tener muchos giros de guion -o giros importantes-, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declara a EFE el propio periodista.

Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada.

Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea “muy fina” que separa la curiosidad del morbo, el cual define como una “curiosidad malsana”, que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos.

“En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre”, afirma.

La fascinación por los casos sin resolver

“Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces”, subraya Porta.

Aún así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación.

Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confiesa, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores.

“Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta”, concreta.

Rigor y respeto por las familias

“Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron”, explica Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación.

Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opina, “ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente”. “Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco”, defiende el periodista.

En los casos en los que detecta “un dolor especial” entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso.

“Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar”, asegura el periodista, quien resalta que su equipo trata de tener “muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos”.

Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas.

“Llevamos más de 500 horas de 'true crime' emitidas y no hemos tenido nunca ni un problema importante”, expone Porta, quien tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: “esto es infinito”. EFE

Movistar Plus+ anuncia tres nuevos 'true crime' con Carles Porta, que ya tienen primeras imágenes y fecha de estreno

Movistar Plus+ alarga su idilio con Carles Porta, que trae tres nuevos 'true crime' que ya tienen fecha de lanzamiento en la plataforma. El periodista catalán analiza nuevos casos tras 'La caza del solitario'



Cartel de lo nuevo de Carles Porta Movistar Plus+

Redacción verTele 27 de octubre de 2025 15:20 h

Movistar Plus+ continúa explotando su relación con Carles Porta, que vuelve con tres nuevos true crimes que ya tienen avance, sinopsis y fecha de estreno en la plataforma de pago. La compañía ha anunciado este lunes lo nuevo del periodista y productor catalán tras La caza del solitario.

El primero de los tres casos llegará el próximo 13 de noviembre con Missing in Murcia, un nuevo true crime que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso.

La temporada se completará con los casos Muerte en el hotel, que verá la luz el 20 de noviembre y Crimen por encargo, que será lanzado una semana después, el próximo 27 de noviembre. En el primero, Porta ahondará en el misterioso fallecimiento de José Rosado en el Hotel Palace de Madrid; en el segundo, se desgranará el doble asesinato de una joven cubana llamada Yalenis junto a un desconocido.

Los nuevos true crime de Carles Porta Originales Movistar Plus+ están producidos junto a True Crime Factory y Goroka. Carles Porta consolida con Missing in Murcia, Muerte en el hotel y Crimen por encargo su posición como narrador del género. Movistar Plus+ cuenta con sus mejores true crime: La caza del solitario, Crímenes, El crimen de la Guardia Urbana y Luz en la oscuridad.



Las sinopsis de lo nuevo de Carles Porta en Movistar Plus+

Missing in Murcia

El crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, conmocionó a España y a Holanda. La deportista, que acababa de descubrir que estaba embarazada, viajó a Murcia junto a su pareja, Lodewijk Severein, por motivos personales y económicos. Ambos terminaron asesinados de forma brutal en una casa rural, tras ser golpeados hasta la muerte y enterrados en un campo de limoneros. La investigación destapó un entramado de deudas y negocios turbios relacionados con un club de voleibol.



Imagen del true crime 'Missing en Murcia' Movistar Plus+

Muerte en el hotel

José Rosado, un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño vuela a Madrid desde Miami en 2021 para hacer negocios y cenar con un amigo. Se aloja en el lujoso Hotel Palace. Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres, con los que regresa a su habitación. El día siguiente los empleados del Hotel se encuentran a José Rosado muerto en su cama. ¿Muerte natural?



Imagen del true crime 'Muerte en el hotel' Movistar Plus+

Crimen por encargo

Relata la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. A través de una investigación policial y testimonios reveladores, la serie desvela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.



Imagen del true crime 'Crimen por encargo' Movistar Plus+



Movistar Plus+

El nuevo true crime de Carles Porta en Movistar Plus+, se estrena el jueves 13 de noviembre.

La nueva temporada de true crime de Carles Porta en Movistar Plus+ se estrena el jueves 13 de noviembre con *Missing in Murcia*, que narra el crimen de la jugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser en Murcia en 2013. Se completa la temporada con los casos *Muerte en el hotel* (20 de noviembre) y *Crimen por encargo* (27 de noviembre).

Estos nuevos true crime de Carles Porta son originales de Movistar Plus+ en colaboración con True Crime Factory y Goroka.

Carles Porta consolida su posición como narrador imprescindible del género. Sobre el estreno comentó: «El rastro de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein se pierde el 13 de mayo del 2013 después de aterrizar en Murcia en un vuelo procedente de los Países Bajos. Ella, de 38 años, es una de las estrellas de la selección holandesa de voleibol y él, con 57, tiene negocios con el exgerente del Club Voleibol Murcia 2002, donde jugó Visser. ¿Dónde está la pareja? Justo les acababan de decir que serían padres y que venían a España para una visita médica. Los espectadores de Movistar Plus+ encontrarán un relato lleno de intriga en el que el dinero, el deporte y los negocios oscuros se mezclan. Van a ir de la mano de algunos de los amigos de la pareja, que participaron en la búsqueda, y de los principales investigadores de un doble crimen que, 12 años después, el tiempo no ha borrado».

Sinopsis

En 2013, la exjugadora de voleibol de élite, Ingrid Visser, y su marido, Lodewijk Severein, viajan a Murcia. Ella estaba embarazada y tenía una cita importante en una clínica de fertilidad; él tenía pendiente cerrar un asunto de negocios. Tras registrarse en el hotel y ser acompañados a un alojamiento rural, desaparecen sin dejar rastro.

Episodio 1 – La policía investiga la desaparición de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein. Nadie sabe nada de ellos desde que llegaron a España, ella por un tratamiento de fertilidad y él por negocios. El club de voleibol de Murcia tiene una deuda económica con ella. El presidente y el gerente del club aparecen en la lista de personas de interés en el caso.

Episodio 2 – Las evidencias van acorralando a uno de los sospechosos, pero hay que demostrar si verdaderamente fue él quien cometió el crimen. La investigación traslada a la policía hasta un campo lleno de limoneros y se descubre la posibilidad de que haya más implicados en el crimen.

Deportes

VOLEIBOL

El crimen de Ingrid Visser, una herida abierta en el deporte femenino

Formará parte de la nueva entrega del nuevo programa de True Crime conducido por Carles Porta en Movistar+

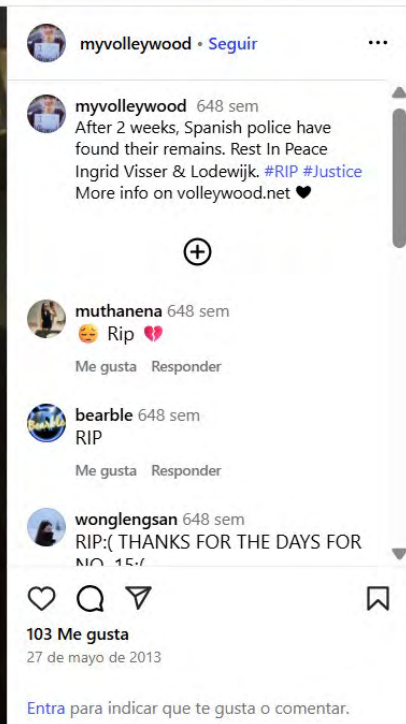


Belén Zurita 30/10/2025 - 18:35h

Uno de los acontecimientos más terribles del deporte femenino vuelve a primera línea de actualidad. Se trata del asesinato de la jugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser (Gouda, 1977) junto al de su pareja sentimental Lodewijk Severein. Visser era ya una estrella del voleibol cuando en el año 2009 fichó por el CAV Murcia 2005, vigente campeón de la Superliga femenina.

El conjunto murciano vio en Ingrid Visser, de 32 años, que jugaba en aquellos momentos en el Leningradka ruso, la mejor combinación entre veteranía y experiencia para reforzar sus líneas. Tras una laureada carrera tanto a nivel de clubes (logrando conquistar Liga, Copa y Supercopa de España) como con su Selección, donde había conseguido un diploma olímpico en los JJOO de Atlanta 96,

Ingrid llegó como una de las mejores centrales del panorama europeo, también como parte de la historia, siendo la jugadora con más partidos disputados con el combinado holandés.



Pasado español

Visser ya sabía lo que era jugar en España tras haber pasado por Cantur grancanario o Spar Tenerife Marichal. Cuando recaló en el CAV Murcia, se incorporó al proyecto de Edevasto Lifante cuya punta de lanza en el banquillo era el cubano Hilarión Hernández. Aunque su contrato era por cuatro años, Ingrid sólo estuvo dos. Su primera temporada, en la que el equipo logró alzar la Copa de la Reina y la Supercopa de España.



En términos estrictamente económicos pudo cobrar primera ficha íntegra, sin embargo, en su segunda temporada el club murciano contrajo una deuda con ella de parte de su sueldo, que no había quedado saldada. Ingrid Visser decidió entonces poner rumbo al VK Baki de Azerbaiyán. Un año después Ingrid anunció su retirada. Lo que nadie podía imaginar es que su último destino profesional en España marcaría su trágico final.

El trágico desenlace

El 27 de mayo de 2013 la Policía Nacional encontró los cadáveres de Ingrid y su pareja descuartizados en bolsas y enterrados en una pedanía de Alquerías en Murcia. Su paradero se había perdido una semana antes, cuando tras viajar ambos a España para acudir a una clínica de fertilidad no habían vuelto a ser vistos con vida.

La comunidad holandesa de Murcia se movilizó junto a la familia de ambos en aquellos días esperando encontrar algún dato que les llevase al paradero de la pareja. La alerta sobre su desaparición fue dada por la familia el 15 de mayo, día en que debían volar de regreso a Holanda, ante la imposibilidad de contactar con ellos por teléfono durante ese tiempo.

Miriam Van de Velde actuó como portavoz de la pareja, promoviendo la pega de centenares de carteles alrededor del Hotel Churra de Murcia donde se habían alojado habían sido vistos por última vez. Las investigaciones policiales señalaron a Juan Cuenca, ex gerente del club murciano, como la persona que citó a Ingrid y su pareja en una casa rural de Molina de Segura con la excusa de tratar el tema de la deuda. Una vez detenido, Cuenca, de 36 años confesó haber contratado a dos sicarios de nacionalidad rumana para matar a Visser y a su pareja. Los 60.000 euros conformaban el móvil del caso.

El juicio con jurado popular determinó prisión de 17 años para Juan Cuenca y Valentín Ion (fallecido en 2017 por una enfermedad terminal), autores materiales e intelectuales respectivamente. Stan Ion, hermano de Valentín, fue condenado a cinco meses por encubrimiento.

En junio de ese 2013, la federación holandesa de voleibol organizó una ceremonia de despedida para Ingrid y Lodewijk en el centro deportivo Topsportcentrum de la ciudad de Almere. La familia pidió a todos los asistentes acudir con una flor que después formó para de un inmenso arreglo floral que homenajeaba a la pareja.

Doce años después el doble crimen sigue conmocionando el deporte femenino.

Un recuerdo que se avivará más aún después de que el crimen de Visser haya sido incluido en uno de los capítulos del nuevo True Crimen de Carles Porta para [Movistar+](#).

Este lunes

'Crims' regresa a TV3 con un episodio triple sobre el doble crimen de Bellvitge: "La realidad bien hecha es imbatible"

El programa de Carles Porta habla por primera vez con las familias de las dos agentes de policía asesinadas



Carles Porta en la presentación de '33 días' / Atresmedia

Marisa de Dios 10 NOV 2025 8:00

El 5 de octubre de 2004, los bomberos recibieron la alerta de un incendio en un piso del barrio de Bellvitge, en l'Hospitalet de Llobregat. En la vivienda encontraron los cuerpos sin vida de dos mujeres. Los Mossos d'Esquadra descubrieron que las víctimas eran dos agentes en prácticas del Cuerpo Nacional de Policía, que habían sido asesinadas. Este es el caso que aborda este lunes 10 de noviembre (22.05 horas) en su regreso a TV3 'Crims', el exitoso programa de Carles Porta (artífice también de títulos como 'Tor' y 'Luz en la oscuridad'), en 'El doble crim de Bellvitge'.

El espacio basado en la crónica negra, generalmente catalana aunque también han cubierto historias acaecidas en España, analiza este doble asesinato a lo largo de tres episodios, que se podrán ver semanalmente tanto en TV3 como en la plataforma de la cadena, 3Cat.

Hablan las familias

En esta nueva entrega, el programa da voz por primera vez a las familias de las víctimas, que han decidido explicar su historia después de dos décadas de silencio.



"Hemos esperado muchos años para poder tener a las familias delante de la cámara. Queríamos que explicasen quiénes eran las dos víctimas de aquel violador y asesino que mataba a mujeres cuando salía de permiso", explicaba Porta a 3Cat durante la presentación de estos episodios de 'Crims' en el festival de Sitges.

'True crime' en Movistar Plus+

Precisamente, este jueves 13 de noviembre, Movistar Plus+ también estrena un nuevo 'true crime' de Carles Porta, 'Missing in Murcia'. El documental se centra en el crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein.

En próximas semanas se emitirán también en Movistar Plus+ otros 'true crime' de Carles Porta: 'Muerte en el hotel', sobre el asesinato de un estadounidense en Chueca (Madrid), y 'Crimen por encargo', acerca de la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego.

Un género en auge

Porta tiene claro el motivo del éxito del 'true crime': "La realidad engancha, atrapa, y si está bien hecha, es imbatible y creo que ese es el gran elemento que atrae a la gente a ver estas historias", comentaba a EL PERIÓDICO en el festival de San Sebastián, donde presentó su primera serie de ficción, '33 días', inspirada en la fuga de la cárcel de Brito y Picatoste.

Sin embargo, el periodista cree que no todo lo que actualmente se vende como 'true crime' se ajusta a este concepto. "Es un género que implica una vocación narrativa muy clara, con una historia con lo básico, introducción, nudo y desenlace. Y hay muchas producciones que no son eso, aunque haya un muerto o un asesinato", argumenta Porta, que recuerda que "toda la vida se han consumido la crónica negra y los sucesos".

"'El caso' era un diario que tiraba una barbaridad", pone como ejemplo. "Lo que pasa es que de los últimos años hacia aquí, con las plataformas, sí que ha habido una tendencia a hacer más producciones vinculadas a crímenes reales", concluye.

EL PERIÓDICO, FARO DE VIGO, LA OPINIÓN DE LA CORUÑA, LA NUEVA ESPAÑA, LA OPINIÓN DE MÁLAGA, LA OPINIÓN DE MURCIA, LA OPINIÓN DE TENERIFE, LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA, INFORMACIÓN, LA PROVINCIA, LEVANTE, DIARIO DE MALLORCA, DIARIO DE IBIZA, EL DÍA DE TENERIFE, SUPERDEPORTE, EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA, EL PERIÓDICO DE ARAGÓN, EL PERIÓDICO DE ESPAÑA, CÓRDOBA, MEDITERRÁNEO

Noticias

Carles Porta: “Hago crónica negra de colores, sin amarillo sensacionalismo ni rojo sangre”

12 Nov 2025 / EFE /  Carles Porta



Carles Porta estrena en Movistar+ tres nuevos true crime que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

“Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre”, ha explicado Porta en una entrevista con Efe, en la que ha resaltado que para el equipo de su productora True Crime Factory, formado ya por unas cuarenta personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso.

Bajo esta premisa el periodista estrena el 13 de noviembre Missing in Murcia, donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingrid Visser y su pareja en Murcia. Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de Muerte en el hotel, donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con Crimen por encargo, que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido.

Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe tener muchos giros de guion —o giros importantes—, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declara a Efe el propio periodista. Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada.

Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea “muy fina” que separa la curiosidad del morbo, el cual define como una “curiosidad malsana”, que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos. “En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre”.

“Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces”. Aun así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación. Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confiesa, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores. “Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mí no me gusta”.

“Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron”, explica Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación. Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opina, “ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente. Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco”.

En los casos en los que detecta “un dolor especial” entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso. “Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar”, asegura el periodista, quien resalta que su equipo trata de tener “muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos”.

Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas. “Llevamos más de 500 horas de true crime emitidas y no hemos tenido nunca ni un problema importante”, expone Porta, quien tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: “Esto es infinito”.

Evasión

SERIES & CINE · GASTRO · PLANES · LIBROS

Evasión

Carles Porta, el rey del true crime, anuncia tres nuevos reportajes en Movistar Plus+: los casos que investigará y la fecha de estreno

El periodista regresa a la plataforma el próximo 13 de noviembre



David Saiz 15:21 - 27/10/2025

Carles Porta vuelve a Movistar Plus+ el próximo 13 de noviembre con una nueva tanda de true crimes que se estrena con *Missing in Murcia*, un documental que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso. Más adelante verán la luz *Muerte en el hotel* (20 de noviembre) y *Crimen por encargo* (27 de noviembre).

Los nuevos true crime de Carles Porta que estrena Movistar Plus+ en las próximas semanas se unen a los que ya tiene la plataforma en su catálogo. *La caza del solitario*, *Crímenes*, *El crimen de la Guardia Urbana* y *Luz en la oscuridad* son algunos de los trabajos de Porta que Movistar tiene disponibles.

Missing in Murcia

El crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, conmocionó a España y a Holanda. La deportista, que acababa de descubrir que estaba embarazada, viajó a Murcia junto a su pareja, Lodewijk Severein, por motivos personales y económicos. Ambos terminaron asesinados de forma brutal en una casa rural, tras ser golpeados hasta la muerte y enterrados en un campo de limoneros. La investigación destapó un entramado de deudas y negocios turbios relacionados con un club de voleibol.

Muerte en el hotel

José Rosado, un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño vuela a Madrid desde Miami en 2021 para hacer negocios y cenar con un amigo. Se aloja en el lujoso Hotel Palace. Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres, con los que regresa a su habitación. El día siguiente los empleados del Hotel se encuentra a José Rosado muerto en su cama. ¿Muerte natural?

Crimen por encargo

Relata la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. A través de una investigación policial y testimonios reveladores, la serie desvela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.

Los nuevos 'true crime' de Carles Porta en Movistar Plus+

octubre 28, 2025 Por Redacción



La nueva temporada de true crime de Carles Porta en Movistar Plus+ se estrena el 13 de noviembre con 'Missing in Murcia', que narra el crimen de la jugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser en Murcia en 2013.

Se completa la temporada con los casos 'Muerte en el hotel' (20 de noviembre) y 'Crimen por encargo' (27 de noviembre).

Estos nuevos true crime de Carles Porta son originales Movistar Plus+ en colaboración con True Crime Factory y Goroka.

Sinopsis

Missing in Murcia

El crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, conmocionó a España y a Holanda. La deportista, que acababa de descubrir que estaba embarazada, viajó a Murcia junto a su pareja, Lodewijk Severein, por motivos personales y económicos. Ambos terminaron asesinados de forma brutal en una casa rural, tras ser golpeados hasta la muerte y enterrados en un campo de limoneros. La investigación destapó un entramado de deudas y negocios turbios relacionados con un club de voleibol.

Muerte en el hotel

José Rosado, un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño vuela a Madrid desde Miami en 2021 para hacer negocios y cenar con un amigo. Se aloja en el lujoso Hotel Palace. Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres, con los que regresa a su habitación. El día siguiente los empleados del Hotel se encuentran a José Rosado muerto en su cama. ¿Muerte natural?

Crimen por encargo

Relata la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. A través de una investigación policial y testimonios reveladores, la serie desvela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.

Las claves

Carles Porta vuelve a Movistar Plus+ el próximo 13 de noviembre con 'Missing in Murcia', un nuevo true crime que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso.

Carles Porta consolida con 'Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo' su posición como narrador imprescindible del género. Movistar Plus+ cuenta con sus mejores true crime: 'La caza del solitario', 'Crímenes', 'El crimen de la Guardia Urbana' y 'Luz en la oscuridad'.

Ficha técnica

Dirección: Carles Porta.

Subdirección: Laura Tremoleda.

Realización: Santi Baró.

Producción ejecutiva: Guille Cascante, Pablo Fernández Masó, Óscar Rodríguez.

Producción ejecutiva M+: Jorge Ortiz de Landázuri, Marijo Larrañaga.

Delegada de contenidos M+: Deborah Chacón.

Productor delegado M+: Miguel Balanzategui.

Guion: Pablo Juanarena ('Missing in Murcia'), Carlos Torres ('Muerte en el hotel'), Carol Díaz ('Crimen por encargo').

Dirección de producción: Gemma Feliús.

Jefes de producción: Daniel Compte Mateu, Xesc Estapé Claveria.

Dirección de fotografía: Eloi Teixidó ('Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo'), Francesc Roig ('Muerte en el hotel').

Montaje: Carlos Baró ('Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo'), Júlia Obiols ('Missing in Murcia'), Gerard Molins ('Crimen por encargo').

Música original: Eloi Caballé.

NOTICIAS / **SERIES**

[Noticias] Carles Porta vuelve con 'Missing in Murcia' y dos nuevos true crime que prometen estremecer España

Mario Cerdeño Salinero 28 octubre, 2025



Movistar Plus+ estrena tres impactantes historias reales de asesinatos y secretos ocultos a partir del 13 de noviembre

El maestro del relato criminal, Carles Porta, regresa a Movistar Plus+ con una nueva temporada de *true crime* que promete estremecer a los espectadores. A partir del 13 de noviembre, el periodista y narrador se adentra de nuevo en algunos de los crímenes más inquietantes de los últimos años, con historias tan reales como desgarradoras.

Producidos por Movistar Plus+, en colaboración con True Crime Factory y Goroka, estos nuevos títulos consolidan a Carles Porta como uno de los grandes narradores del género *true crime*. Tras éxitos como 'Crímenes', 'La caza del solitario' o 'El crimen de la Guardia Urbana', Porta sigue demostrando por qué su sello se ha convertido en sinónimo de rigor, emoción y suspense real.

'Missing in Murcia': el crimen que sacudió España y Holanda

La temporada arranca con 'Missing in Murcia' (13 de noviembre), que reconstruye el brutal asesinato de la jugadora de voleibol holandesa Ingrid Visser y su pareja, Lodewijk Severein, en 2013. Dos episodios cargados de tensión revelan una trama de deudas, engaños y negocios turbios que sacudió a ambos países, desenterrando la verdad detrás de un crimen tan mediático como estremecedor

'Muerte en el hotel': una noche en el Palace que acaba en tragedia

El ciclo continúa con 'Muerte en el hotel' (20 de noviembre), la misteriosa historia de José Rosado, un empresario estadounidense encontrado muerto en una habitación del Hotel Palace de Madrid tras una noche de excesos en el barrio de Chueca. Lo que parecía una muerte natural se convierte en un rompecabezas policial donde nada es lo que parece.

'Crimen por encargo': cuando la obsesión se convierte en muerte

Cierra la temporada 'Crimen por encargo' (27 de noviembre), una historia marcada por la obsesión, el poder y la violencia. Narra la trágica vida de Yalenis, una joven cubana que intenta liberarse de una relación tóxica con un poderoso empresario gallego. Su deseo de independencia desata una cadena de acontecimientos que culmina en un doble asesinato, revelando hasta dónde puede llegar el control y la destrucción emocional.

Fechas clave en Movistar Plus+:

- *Missing in Murcia* → 13 de noviembre
- *Muerte en el hotel* → 20 de noviembre
- *Crimen por encargo* → 27 de noviembre



Actualidad

Movistar Plus+ avanza los tres nuevos true crime de Carles Porta: primeras imágenes y fechas de estreno

por El Televisero Actualizado 27 Oct 25 - 17: 19

Movistar Plus+ anuncia tres nuevos true crime de Carles Porta que contarán con mafia, traición, celos, sobredosis y voleibol como ingredientes principales.



Cartel del nuevo true crime de Carles Porta. | Movistar Plus+

Pese a que Carles Porta también ha empezado a colaborar con Atresmedia con la adaptación de '33 días' en ficción para atresplayer; Movistar Plus+ sigue apostando por el periodista y alarga su idilio con tres nuevo true crime que ya han mostrado sus primeras imágenes y que tienen fecha de estreno.

El primero de los casos llegará el 13 de noviembre y se trata de 'Missing in Murcia', un nuevo true crime que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso.

Una semana después, el 20 de noviembre llegará el turno de otro de los true crime creados por Carles Porta. En 'Muerte en el hotel', el periodista ahondará en el misterioso fallecimiento de José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre se concluirá esta temporada con 'Crimen por encargo' en el que se desgranará el doble asesinato de una joven cubana llamada Yalenis junto a un desconocido.

Los nuevos true crime de Carles Porta Originales Movistar Plus+ están producidos junto a True Crime Factory y Goroka. Con 'Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo', Carles Porta consolida su posición como narrador imprescindible del género.

Hay que recordar que Movistar Plus+ cuenta con sus mejores true crime como 'La caza del solitario', 'Crímenes', 'El crimen de la Guardia Urbana' y 'Luz en la oscuridad'.

Sinopsis de los nuevos true crime de Carles Porta en Movistar Plus+

'Missing in Murcia' (13 de noviembre - ESTRENO)

El crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, conmocionó a España y a Holanda. La deportista, que acababa de descubrir que estaba embarazada, viajó a Murcia junto a su pareja, Lodewijk Severein, por motivos personales y económicos. Ambos terminaron asesinados de forma brutal en una casa rural, tras ser golpeados hasta la muerte y enterrados en un campo de limoneros. La investigación destapó un entramado de deudas y negocios turbios relacionados con un club de voleibol.



'Muerte en el hotel' (20 de noviembre- ESTRENO)

José Rosado, un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño vuela a Madrid desde Miami en 2021 para hacer negocios y cenar con un amigo. Se aloja en el lujoso Hotel Palace. Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres,

con los que regresa a su habitación. El día siguiente los empleados del Hotel se encuentran a José Rosado muerto en su cama. ¿Muerte natural?

'Crimen por encargo' (27 de noviembre- ESTRENO)



Relata la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. A través de una investigación policial y testimonios reveladores, la serie desvela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.



'Missing in Murcia', el nuevo 'true crime' de Carles Porta en Movistar Plus+, se estrena el jueves 13 de noviembre



“El rastro de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein se pierde el 13 de mayo del 2013 después de aterrizar en Murcia en un vuelo procedente de los Países Bajos. Ella, de 38 años, es una de las estrellas de la selección holandesa de voleibol y él, con 57, tiene negocios con el exgerente del Club Voleibol Murcia 2002, donde jugó Visser. ¿Dónde está la pareja? Justo les acababan de decir que serían padres y venían a España para una visita médica. Los espectadores de Movistar Plus+ encontrarán un relato lleno de intriga donde el dinero, el deporte y los negocios oscuros se mezclan. Van a ir de la mano de algunos de los amigos de la pareja, que participaron en la búsqueda, y de los principales investigadores de un doble crimen que, 12 años después, el tiempo no ha borrado”.

Sinopsis

En 2013, la exjugadora de voleibol de élite, Ingrid Visser, y su marido, Lodewijk Severein, viajan a Murcia. Ella estaba embarazada y tenía una importante cita en una clínica de fertilidad, él tenía pendiente cerrar un asunto de negocios. Tras registrarse en el hotel y ser acompañados a un alojamiento rural, desaparecen sin dejar rastro.

Episodio 1 – La policía investiga la desaparición de los holandeses Ingrid Visser y Lodewijk Severein. Nadie sabe nada de ellos desde que llegaron a España, ella por un tratamiento de fertilidad y él por negocios. El club de voleibol de Murcia tiene una deuda económica con ella. El presidente y el gerente del club aparecen en la lista de personas de interés en el caso.

Episodio 2 – Las evidencias van acorralando a uno de los sospechosos, pero hay que demostrar si verdaderamente fue él quien cometió el crimen. La investigación traslada a la policía hasta un campo lleno de limoneros y se descubre la posibilidad de que haya más implicados en el crimen.

Las claves

- Carles Porta vuelve a Movistar Plus+ el próximo 13 de noviembre con 'Missing in Murcia', un nuevo true crime que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso.
- Esta nueva temporada se completa con los casos 'Muerte en el hotel' (20 de noviembre) y 'Crimen por encargo' (27 de noviembre).
- Los nuevos true crime de Carles Porta Originales Movistar Plus+ están producidos junto a True Crime Factory y Goroka.
- Carles Porta consolida con 'Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo' su posición como narrador imprescindible del género. Movistar Plus+ cuenta con sus mejores true crime: 'La caza del solitario', 'Crímenes', 'El crimen de la Guardia Urbana' y 'Luz en la oscuridad'.

Ficha técnica

Dirección: Carles Porta.

Subdirección: Laura Tremoleda.

Realización: Santi Baró.

Producción ejecutiva: Guille Cascante, Pablo Fernández Masó, Óscar Rodríguez.

Producción ejecutiva Movistar Plus+: Jorge Ortiz de Landázuri, Marijo Larrañaga.

Delegada de contenidos Movistar Plus+: Deborah Chacón.

Productor delegado Movistar Plus+: Miguel Balanzategui.

Guion: Pablo Juanarena ('Missing in Murcia'), Carlos Torres ('Muerte en el hotel'), Carol Díaz ('Crimen por encargo').

Dirección de producción: Gemma Feliú.

Jefes de producción: Daniel Compte Mateu, Xesc Estapé Claveria.

Dirección de fotografía: Eloi Teixidó ('Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo'), Francesc Roig ('Muerte en el hotel').

Montaje: Carlos Baró ('Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo'), Júlia Obiols ('Missing in Murcia'), Gerard Molins ('Crimen por encargo').

Música original: Eloi Caballé.

Carles Porta regresa a Movistar Plus+ con 'Missing in Murcia', un nuevo true crime sobre el crimen de Ingrid Visser

11 de noviembre de 2025



El periodista y narrador de referencia en el género true crime estrena el 13 de noviembre una nueva temporada con tres casos impactantes, encabezados por el asesinato de la exjugadora de voleibol Ingrid Visser en Murcia.

Movistar Plus+ estrena el jueves 13 de noviembre Missing in Murcia, el nuevo true crime de Carles Porta que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, estrella de la selección holandesa de voleibol, y de su pareja, Lodewijk Severein. La serie, dividida en dos episodios, explora la desaparición de la pareja en la ciudad de Murcia y la compleja investigación policial que destapó una trama de dinero, deporte y negocios oscuros.

Un caso que conmocionó a Europa

Visser y Severein viajaron a Murcia por motivos personales y profesionales: ella tenía una cita médica relacionada con su embarazo, y él debía cerrar un asunto de negocios vinculado al Club Voleibol Murcia

2002, donde ella había jugado. Tras registrarse en un hotel y ser conducidos a un alojamiento rural, desaparecieron sin dejar rastro.

El primer episodio sigue los pasos de la policía en la búsqueda de la pareja, mientras surgen sospechas sobre miembros del club de voleibol. En el segundo, las pruebas apuntan a un posible culpable, pero la investigación se complica al descubrirse nuevos escenarios y la implicación de más personas.

Tres nuevos casos, una misma mirada

La nueva temporada de true crime de Carles Porta en Movistar Plus+ se completa con los casos Muerte en el hotel (20 de noviembre) y Crimen por encargo (27 de noviembre), todos ellos producidos en colaboración con True Crime Factory y Goroka.

Con esta trilogía, Porta consolida su posición como narrador imprescindible del género, tras títulos como La caza del solitario, Crímenes, El crimen de la Guardia Urbana y Luz en la oscuridad.

Estreno en Movistar Plus+ el jueves 13 de noviembre



Actualidad

Movistar Plus+ avanza los tres nuevos true crime de Carles Porta: primeras imágenes y fechas de estreno

por El Televisero Actualizado 27 Oct 25 - 17: 19

Movistar Plus+ anuncia tres nuevos true crime de Carles Porta que contarán con mafia, traición, celos, sobredosis y voleibol como ingredientes principales.



Cartel del nuevo true crime de Carles Porta. | Movistar Plus+

Pese a que Carles Porta también ha empezado a colaborar con Atresmedia con la adaptación de '33 días' en ficción para atresplayer; Movistar Plus+ sigue apostando por el periodista y alarga su idilio con tres nuevo true crime que ya han mostrado sus primeras imágenes y que tienen fecha de estreno.

El primero de los casos llegará el 13 de noviembre y se trata de 'Missing in Murcia', un nuevo true crime que reconstruye el brutal asesinato en 2013 de Ingrid Visser, jugadora de voleibol holandesa, y de su pareja, Lodewijk Severein, a través de dos episodios que exploran la investigación policial y el impacto internacional del caso.

Una semana después, el 20 de noviembre llegará el turno de otro de los true crime creados por Carles Porta. En 'Muerte en el hotel', el periodista ahondará en el misterioso fallecimiento de José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre se concluirá esta temporada con 'Crimen por encargo' en el que se desgranará el doble asesinato de una joven cubana llamada Yalenis junto a un desconocido.

Los nuevos true crime de Carles Porta Originales Movistar Plus+ están producidos junto a True Crime Factory y Goroka. Con 'Missing in Murcia', 'Muerte en el hotel' y 'Crimen por encargo', Carles Porta consolida su posición como narrador imprescindible del género.

Hay que recordar que Movistar Plus+ cuenta con sus mejores true crime como 'La caza del solitario', 'Crímenes', 'El crimen de la Guardia Urbana' y 'Luz en la oscuridad'.

Sinopsis de los nuevos true crime de Carles Porta en Movistar Plus+

'Missing in Murcia' (13 de noviembre - ESTRENO)

El crimen de Ingrid Visser, una de las mejores jugadoras de voleibol de la selección holandesa, conmocionó a España y a Holanda. La deportista, que acababa de descubrir que estaba embarazada, viajó a Murcia junto a su pareja, Lodewijk Severein, por motivos personales y económicos. Ambos terminaron asesinados de forma brutal en una casa rural, tras ser golpeados hasta la muerte y enterrados en un campo de limoneros. La investigación destapó un entramado de deudas y negocios turbios relacionados con un club de voleibol.



'Muerte en el hotel' (20 de noviembre- ESTRENO)

José Rosado, un ciudadano estadounidense de origen puertorriqueño vuela a Madrid desde Miami en 2021 para hacer negocios y cenar con un amigo. Se aloja en el lujoso Hotel Palace. Está casado con un hombre, pero mantiene una relación abierta. Después de la cena, decide salir por el barrio de Chueca a tomar unas copas, allí conoce a otros dos hombres,

con los que regresa a su habitación. El día siguiente los empleados del Hotel se encuentra a José Rosado muerto en su cama. ¿Muerte natural?

'Crimen por encargo' (27 de noviembre- ESTRENO)



Relata la trágica historia de Yalenis, una joven cubana atrapada en una relación tóxica con un empresario gallego. Su deseo de independencia desencadena una serie de eventos que llevan al doble asesinato de ella y un joven desconocido. A través de una investigación policial y testimonios reveladores, la serie desvela hasta dónde puede llegar la obsesión y el poder.

Un 'true crime' sin resolver en Murcia: Carles Porta investiga en Movistar+ la desaparición en 2013 de una jugadora de voleibol holandesa

El periodista presenta este jueves 'Missing in Murcia', donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingris Viesser y su pareja en la capital de Segura



Carles Port -

Publicado: 10/11/2025 · 17:26 MADRID (efe). Carles Porta estrena en Movistar+ tres nuevos 'true crime' que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia, hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

"Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre", ha explicado Porta en una entrevista, en la que ha resaltado que para el equipo de su productora 'True Crime Factory', formado ya por unas 40 personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso.

Bajo esta premisa el periodista estrena el 13 de noviembre 'Missing in Murcia', donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingris Viesser y su pareja en Murcia.

Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de 'Muerte en el hotel', donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con 'Crimen por encargo', que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido.

Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe de tener muchos giros de guion -o giros importantes-, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declara el propio periodista.

Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada.

Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea "muy fina" que separa la curiosidad del morbo, el cual define como una "curiosidad malsana", que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos.

"En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre", afirma.

Casos sin resolver

"Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces", subraya Porta.

Aún así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación.

Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confiesa, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores.

"Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta", concreta.

"Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron", explica Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación.

Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opina, "ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente". "Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco", defiende el periodista.

En los casos en los que detecta "un dolor especial" entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso.

"Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar", asegura el periodista, quien resalta que su equipo trata de tener "muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos".

Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas.

"Llevamos más de 500 horas de 'true crime' emitidas y no hemos tenido nunca ni un problema importante", expone Porta, quien tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: "esto es infinito".



Carles Port reconstruye el asesinato de la voleibolista Ingris Viesser en 'Missing in Murcia'



Publicado: 09/11/2025 · 19:07

MADRID (EFE). Carles Porta estrena en Movistar+ tres nuevos 'true crime' que desgranar desde la desaparición de una jugadora de voleibol holandesa en Murcia, hasta la muerte de un empresario en el Hotel Palace de Madrid, casos en el que el rey de este formato vuelve a sumergirse en su particular crónica negra, donde, en sus palabras, no usa ni el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre.

"Hacemos crónica negra en colores, sin utilizar el amarillo del sensacionalismo ni el rojo de la sangre", ha explicado Porta en una entrevista con EFE, en la que ha resaltado que para el equipo de su productora 'True Crime Factory', formado ya por unas 40 personas, el rigor y el respeto son lo primero a la hora de tratar un caso. Bajo esta premisa el periodista estrena el 13 de noviembre 'Missing in Murcia', donde reconstruye el asesinato en 2013 de la voleibolista Ingris Viesser y su pareja en Murcia.

Una semana después, el 20 de noviembre, llega el turno de 'Muerte en el hotel, donde ahondará en el fallecimiento en 2021 del empresario estadounidense José Rosado en el Hotel Palace de Madrid. Y el 27 de noviembre concluirá con 'Crimen por encargo', que desgrana el doble asesinato en Càlig (Castellón) de la joven cubana Yalenis y un joven desconocido. Para que a Carles Porta le llame la atención un caso debe de tener muchos giros de guion -o giros importantes-, documentación a la que sea posible acceder, y protagonistas vivos a los que poder entrevistar, según declara a EFE el propio periodista.

Para ello, cuenta con una rueda importante de colaboradores de la que forman parte fiscales, jueces, familias con crímenes en su historia y policías que le sugieren casos sobre los que debería posar la mirada. Sea cual sea el caso escogido, Porta tiene claro que para abordarlo hay que tener clara la línea "muy fina" que separa la curiosidad del morbo, el cual define como una "curiosidad malsana", que entra en la intimidad y en los detalles escabrosos.

"En nuestros programas los detalles escabrosos son los mínimos e imprescindibles. Hablamos más de vida que de muerte. Eso se controla mirando cada palabra, cada plano. En nuestros capítulos no verás nunca un cadáver ni parte de un cadáver, no verás frases con adjetivos truculentos o brutales, y las imágenes que ponemos son siempre más sugerentes que evidentes, con poquísima sangre", afirma.

La fascinación por los casos sin resolver

"Hay familias que nos han pedido que investiguemos o resolvamos un caso, que es un tema que me produce una especial desazón porque me gustaría ayudar a esa gente, pero no podemos hacerlo, no es nuestro trabajo. Nosotros somos explicadores de historias, narradores, no gente que tenga que resolver casos, para eso están las policías, los fiscales y los jueces", subraya Porta.

Aún así, reconoce que gracias a alguno de sus programas se ha conseguido que se reabra un caso, se identifique a una víctima o se empuje una nueva investigación. Esto no quiere decir que el periodista se niegue a trabajar casos sin resolver, los cuales, confiesa, a él no le agradan, pese a ser los preferidos de los espectadores. "Hemos tratado casos sin resolver porque al final son buenas historias, pero no son mi prioridad. Desde mi punto de vista pueden generar falsas expectativas, sobre todo en las familias de las víctimas, y eso a mi no me gusta", concreta.

Rigor y respeto por las familias

"Siempre hablamos con la familia de las víctimas, a través de los abogados o directamente, y les informamos de que queremos hacer ese caso y les ofrecemos la posibilidad de participar, de que nos cuenten cómo lo vivieron", explica Porta sobre cómo se introduce a la familia de las víctimas en el proceso de creación.

Contar estos casos públicamente de una manera honesta, opina, "ayuda a que las familias se sientan acompañadas socialmente". "Muchas veces han tenido que pasar su dolor en soledad, y que un programa lo cuente públicamente de tu mano creo que ayuda un poco", defiende el periodista. En los casos en los que detecta "un dolor especial" entre los miembros, alguien que ha sufrido psicológicamente, o la familia pide que no se lleve a cabo, descarta el caso.

"Si vemos que hay razones humanamente coherentes ya no necesitamos razones legales, no lo hacemos. Hay muchos casos y podemos cambiar", asegura el periodista, quien resalta que su equipo trata de tener "muchísimo respeto con todo el mundo, incluso con los asesinos". Siempre intentan, además, contar con el sumario del caso, centrarse únicamente en las cosas que han sido investigadas o sentenciadas, y tener fuentes directas. "Llevamos más de 500 horas de 'true crime' emitidas y no hemos

tenido nunca ni un problema importante", expone Porta, quien tiene claro que todavía le quedan muchos casos sucedidos en España por contar: "esto es infinito"

CANTABRIA

El ciclo 'Miradas Globales' proyectará cinco películas inéditas en Cantabria del 19 al 23 en la Filmoteca

'Flores para Antonio' y 'Expediente Netanyahu', entre los documentales



'Flores Para Antonio'.

SANTANDER, 12 Noviembre 2025 (EUROPA PRESS) -

La novena edición del ciclo de cine documental 'Miradas Globales', la iniciativa de la asociación La Llave Azul reconocida en la convocatoria de subvenciones públicas de la Fundación Santander Creativa (FSC), proyectará del 19 al 23 de noviembre en la Filmoteca cinco películas inéditas en Cantabria para reflexionar sobre cuestiones sociales, culturales y medioambientales a través del cine.

La presidenta de La Llave Azul, Lara Murga, ha explicado que se trata de una selección de algunos de los mejores títulos de los dos últimos años, que han sido elogiados por la crítica y pasado por festivales tan importantes como el de San Sebastián.

Así, Murga ha destacado el preestreno del documental 'Flores para Antonio', que podrá verse el jueves 20 de noviembre a las 20.00 horas y contará, como todas las sesiones, con una presentación antes del visionado y un coloquio posterior que en este caso dirigirá la cantaora y profesora de flamenco Mónica Núñez, docente en la asociación cultural vasca Hacería Arteak.

Aunque la parte esencial del ciclo es el visionado de documentales, esta edición propone también un taller para jóvenes cineastas de la mano del director cántabro Felipe Gómez Ullate, de Frunfo Films.

El taller, que acogerá la Filмотeca, se desarrollará el viernes 21 de 17.00 a 20.00 horas y el sábado 22, de 10.00 a 14.00 horas, ha indicado la FSC.

PROGRAMA

El programa que ha diseñado La Llave Azul comenzará el miércoles 19 de noviembre con 'The Bibi Files (Expediente Netanyahu)', un documental de suspense dirigido por la cineasta sudafricana Alexis Bloom, que recoge vídeos filtrados de los interrogatorios al político israelí y testimonios que aseguran cómo es capaz de prolongar la ofensiva contra Gaza para no ir a la cárcel y mantenerse en el poder.

La cinta, que estrenó Filmin a finales de 2024, será presentada por Paz de la Cuesta, catedrática de Derecho Penal en la Universidad de Cantabria (UC), que abrirá el coloquio posterior.

Tras la sesión del jueves 20, dedicada al documental de Antonio Flores, el viernes 21 de noviembre se podrá ver la cinta alemana 'Riefenstahl', de Andres Veiel, un trabajo que recoge el legado artístico de la fotógrafa y directora alemana Leni Riefenstahl, cineasta oficial de la Alemania nazi y una de las creadoras más incómodas e influyentes del siglo XX.

La profesora de Filosofía en el Instituto de Educación Secundaria (IES) Santa Clara, Esther del Valle; y Guillermo Martínez, profesor de Historia el Cine en la Universidad del Atlántico, presentarán este trabajo cinematográfico y dirigirán, después, el coloquio con el público.

El documental 'El negre té nom (El negro tiene nombre)' es el título que se proyectará el sábado 22. Dirigido por el catalán Félix Colomer, esta película revela la verdadera identidad de un hombre que, durante décadas, fue exhibido como pieza de museo, el Negro de Banyoles.

El director de la cinta será entrevistado por Daniel Garrido, historiador y coordinador de las cuevas prehistóricas de Cantabria.

El ciclo clausurará su novena edición el domingo 23 con el documental 'Ellas en la ciudad', dirigido por la andaluza Reyes Gallegos, profesora y arquitecta que reivindica la importancia de las mujeres que transformaron varias ciudades en los últimos cincuenta años.

Con presencia online de la directora, que será entrevistada por Mónica Ramos, doctora en Antropología Social, antes de esta proyección se podrá ver el cortometraje cántabro 'El barrio que no se rindió', dirigido por Guillermo Ruiz y reconocido en la convocatoria de subvenciones 2024 de la FSC.

13 Noviembre, 2025

El ciclo 'Miradas globales' estrena en la Filmoteca cinco formas de ver el mundo a través del documental

La novena edición de la iniciativa de La Llave Azul proyectará del 19 al 23 cinco filmes inéditos en Cantabria, entre ellos 'Flores para Antonio' y 'Expediente Netanyahu'

ROSA M. RUIZ

SANTANDER. El cine documental vuelve a ocupar un lugar central en la programación cultural de Santander con una nueva edición de 'Miradas globales', un ciclo que propone pensar el mundo desde la pantalla. Organizado por la asociación La Llave Azul, el programa reúne desde el próximo miércoles, día 19, al domingo 23 en la Filmoteca Mario Camus cinco películas que aun no se han visto en Cantabria y que abordan cuestiones sociales, culturales y medioambientales con la vocación de despertar el pensamiento crítico y la emoción del espectador. «Este ciclo es una buena oportunidad para que la ciudadanía pueda ver películas que todavía no se han estrenado en los cines de la región. Un modo de acercarse a algunos de los mejores títulos de los dos últimos años, elogiados por la crítica y presentes en festivales como el de San Sebastián», explica Lara Murga, presidenta de La Llave Azul. Pero antes de las proyecciones, este mismo sábado, día 15, el Centro Cultural Eureka, acogerá a las 20.00 horas la fiesta de presentación del ciclo con entrada libre.

Reconocido dentro de la convocatoria de subvenciones públicas de la Fundación Santander Creativa (FSC), el proyecto mantiene su formato habitual: cada sesión incluye una breve presentación y un coloquio posterior con especialistas o con los propios cineastas, de modo que la experiencia del visionado se completa con el debate y la reflexión colectiva.

El programa arrancará el miércoles 19 con 'The Bibi Files' ('Expediente Netanyahu'), de la directora sudafricana Alexis Bloom, un filme que desvela el entramado político y judicial que rodea al primer ministro israelí a través de vídeos filtrados y testimonios que muestran cómo la ofensiva contra Gaza se convierte en un instrumento de poder. La presentación y el coloquio correrán a cargo de Paz de la Cuesta, catedrática de Derecho Penal en la Universidad de Cantabria.

Al día siguiente se podrá ver uno de los títulos más esperados de la edición: 'Flores para Antonio', un preestreno nacional firmado por Elena Molina e Isaki Lacuesta. La película recorre la



Alba Flores, en un fotograma de 'Flores para Antonio'. DM



Imagen del documental 'El negro tiene nombre'. DM



'El barrio que no se rindió' recoge una lucha vecinal santanderina. DM

vida del músico Antonio Flores a través de la mirada de su hija, la actriz Alba Flores, que busca reconciliarse con su historia y con su voz. La sesión contará con la presentación y el coloquio de la cantaora y profesora de flamenco Mónica Núñez, de la asociación Hacería Arteak.

El viernes, día 21, será el turno de 'Riefenstahl', del alemán Andrés Veiel, un retrato sobre la controvertida cineasta y fotógra-

fa Leni Riefenstahl, autora de algunas de las imágenes más potentes —y más incómodas— del siglo XX. Esther del Valle, profesora de Filosofía en el IES Santa Clara, y Guillermo Martínez, profesor de Historia del Cine en la Universidad del Atlántico, presentarán la película y dirigirán el debate posterior.

La sesión del sábado, día 22, ofrecerá 'El negro té nom' ('El negro tiene nombre'), del reali-



'Riefenstahl' se proyectará el día 21. DM



'Expediente Netanyahu' es un documental político de suspense. DM

EL CICLO

► **Fiesta de presentación.** Próximo sábado, día 15, a las 20.00 horas en el Centro Cultural Eureka, con entrada libre.

► **Proyecciones.** Miércoles 19: 'The Bibi Files' ('Expediente Netanyahu'). Jueves 20: 'Flores para Antonio'. Viernes 21: 'Riefenstahl'. Sábado 22: 'El negro té nom' ('El negro tiene nombre'). Domingo 23: 'Ellas en la ciudad' y 'El barrio que no se rindió'. A las 20.00 horas.

zador catalán Félix Colomer, que reconstruye la identidad del 'Negro de Banyoles', un hombre africano exhibido durante años como pieza de museo. El propio director participará en el coloquio, moderado por el historiador Daniel Garrido.

Por último, el domingo 23 se clausurará el ciclo con 'Ellas en la ciudad', de la andaluza Reyes Gallegos, un trabajo con perspectiva de género que rescata la memoria de las mujeres que transformaron los barrios de las ciudades españolas en las últimas décadas. La directora interven-

drá online en un diálogo con Mónica Ramos, doctora en Antropología Social. Antes de esta proyección se exhibirá el cortometraje cántabro 'El barrio que no se rindió', de Guillermo Ruiz, centrado en la unión vecinal del barrio santanderino de San Francisco.

Taller para jóvenes cineastas

Además de las proyecciones, esta novena edición del ciclo amplía su propuesta con un taller para jóvenes entre 8 y 14 años impartido por el realizador cántabro Felipe Gómez Ullate, de Frunfo Films. La actividad, gratuita, se celebrará en la Filmoteca el próximo viernes 21 (de 17.00 a 20.00) y el sábado 22 (de 10.00 a 14.00). Los participantes aprenderán técnicas básicas de guion y rodaje para grabar un cortometraje documental que se proyectará en diciembre. Las inscripciones pueden realizarse en el correo asociacion@la-llaveazul.es.

Las entradas para las proyecciones cuestan tres euros y pueden adquirirse en la taquilla de la Filmoteca o en filmotecacantabria.es. Los socios de La Llave Azul accederán gratuitamente mostrando su carné en vigor.

‘Miradas Globales’ proyectará cinco películas inéditas en Cantabria

Este ciclo trae cinco documentales para reflexionar sobre temas sociales, culturales y medioambientales

ABM / SANTANDER

La novena edición del ciclo de cine documental ‘Miradas Globales’, organizada por la asociación La Llave Azul y reconocida por la Fundación Santander Creativa (FSC), se celebrará del 19 al 23 de noviembre de 2025 en la Filmoteca de Cantabria. Este ciclo proyectará cinco documentales inéditos en la región, ofreciendo al público la oportunidad de reflexionar sobre cuestiones sociales, culturales y medioambientales a través del cine. La propuesta combina proyecciones con presentaciones previas y coloquios posteriores, así como talleres destinados

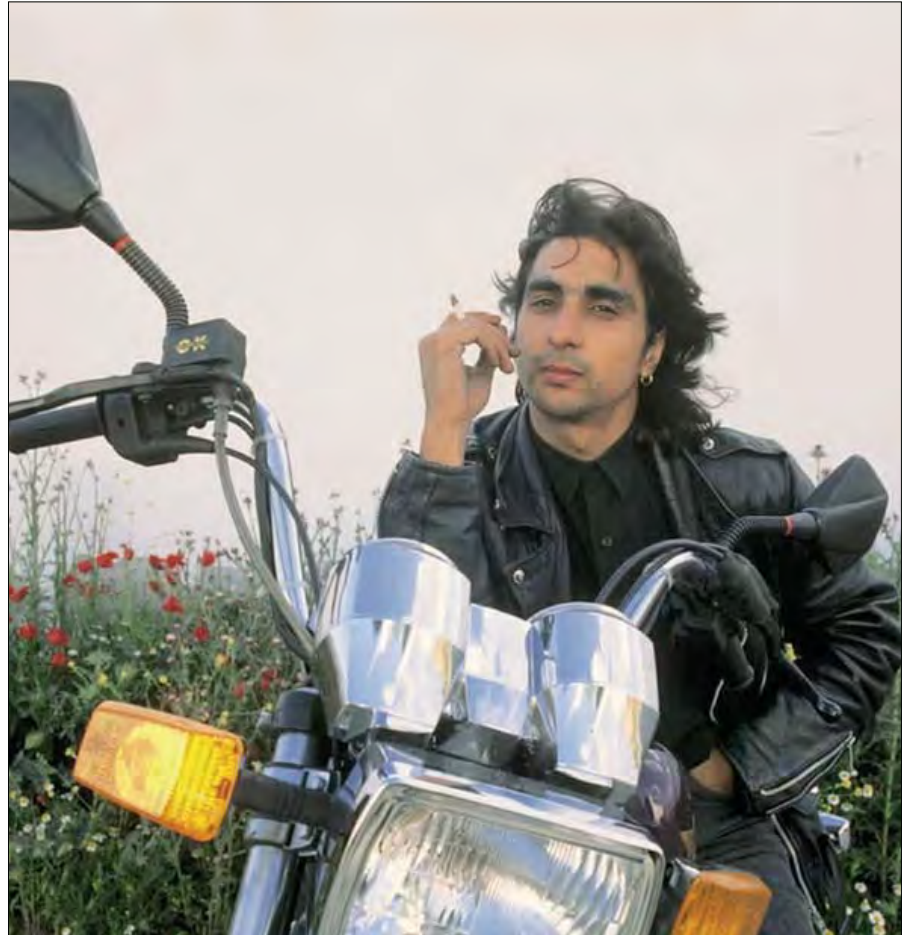
El ciclo contará con un coloquio posterior que estará dirigido por Mónica Núñez

a jóvenes cineastas, promoviendo un enfoque educativo y participativo que enriquece la experiencia cinematográfica y fomenta el debate sobre temas de relevancia contemporánea. La presidenta de La Llave Azul, Lara Murga, ha explicado que la selección de esta edición reúne algunos de los mejores documentales de los últimos dos años, elogiados por la crítica y presentados en festivales de prestigio, como el de San Sebastián. Murga destacó

especialmente el preestreno de ‘Flores para Antonio’, que se proyectará el jueves 20 a las 20:00 horas. Como en todas las sesiones del ciclo, esta proyección contará con una presentación antes del visionado y un coloquio posterior, que en este caso estará dirigido por Mónica Núñez, cantaora y profesora de flamenco vinculada a la asociación cultural vasca Hacería Arteak, ofreciendo al público una visión artística y crítica de la obra.

Además de las proyecciones, la novena edición propone un taller práctico para jóvenes cineastas, dirigido por el director cántabro Felipe Gómez Ullate, de Frunfo Films. Este taller se desarrollará en la Filmoteca el viernes 21, de 17:00 a 20:00 horas, y el sábado 22, de 10:00 a 14:00 horas, permitiendo a los participantes aprender técnicas de dirección, montaje y producción documental, y acercarse a los procesos creativos que sustentan la realización de cine de no ficción.

El ciclo comenzará el miércoles 19 con el documental ‘The Bibi Files (Expediente Netanyahu)’, de la cineasta sudafricana Alexis Bloom, que recoge vídeos filtrados de interrogatorios al político israelí y testimonios que analizan su estrategia para mantenerse en el poder. La proyección será presentada por Paz de la Cuesta, catedrática de Derecho Penal en la Universidad de Cantabria, quien dirigirá el coloquio posterior, aportando un contexto jurídico y político que enriquecerá la



Fotograma (detalle) de la película ‘Flores para Antonio’./x

comprensión del público. El viernes 21 se proyectará ‘Riefenstahl’, de Andres Veiel, un trabajo que examina el legado artístico de la cineasta nazi Leni Riefenstahl, considerada una de las creadoras más influyentes y polémicas del siglo XX. La presentación y el coloquio correrán a cargo de Esther del Valle, profesora de Filosofía en el IES Santa Clara, y Guillermo Martínez, profesor de Historia del Cine en la Universidad del Atlántico, quienes analizarán

la relación entre arte, propaganda y ética. El sábado 22 se proyectará ‘El negro té nom (El negro tiene nombre)’, dirigido por Félix Colomer, que revela la verdadera identidad del Hombre Negro de Banyoles, exhibido durante décadas como pieza de museo.

El coloquio posterior será moderado por Daniel Garrido, historiador y coordinador de las cuevas prehistóricas de Cantabria, aportando contexto histórico y cultural. El

ciclo concluirá el domingo 23 con ‘Ellas en la ciudad’, de la arquitecta y profesora andaluza Reyes Gallegos, que reivindica el papel de las mujeres que han transformado ciudades en los últimos cincuenta años. Antes de esta proyección, se exhibirá el cortometraje cántabro ‘El barrio que no se rindió’, dirigido por Guillermo Ruiz, quien también ofrecerá una charla en el IES Santa Clara para estudiantes de Bachillerato de Artes.

Oliver Laxe regresa al desierto para meditar sobre la muerte en 'Sirât'

Publicado el 12 de noviembre, 2025



El director conversa con los actores durante una de las escenas más intensas de la película. (Cortesía @QuimVives)

Por: **Kenia Hernández Rivera**

EL LARGOMETRAJE, PREMIADO EN CANNES Y SELECCIONADO POR LA ACADEMIA ESPAÑOLA PARA LOS PREMIOS ÓSCAR propone una experiencia radical: mirar hacia adentro, atravesar el dolor y encontrar sentido en medio del desierto.

El polvo del desierto se levanta como una bruma dorada bajo las luces estroboscópicas. Los cuerpos se mueven sin coordenadas; no hay pasos, no hay técnica, solo energía que fluye. Algunos cierran los ojos, otros alzan los brazos al cielo como si buscaran fundirse con el ritmo. Nadie baila para ser visto, todos buscan desaparecer, aunque sea por un instante. Estas escenas describen la cultura rave y son los primeros 12 minutos de *Sirât*, una cinta dirigida por el español Oliver Laxe, galardonada en Cannes.



Oliver Laxe vuelve al desierto en *Sirât* para levantar una parábola luminosa sobre la pérdida, la muerte y la espiritualidad, en un viaje radical hacia adentro. (Cortesía)

En una sociedad que huye del dolor y evita pensar en la muerte, el director y guionista propone exactamente lo contrario: experimentarla. Laxe vuelve al desierto marroquí para levantar una parábola luminosa sobre la pérdida y la espiritualidad. Su nueva película hace justicia a su nombre. En el islam, Sirât se refiere al puente que toda persona debe cruzar para llegar al paraíso. Y en ese tenor, durante 115 minutos los personajes recorren un “infierno” sin la certeza de llegar a un edén; la respuesta recae en los espectadores.

“Vengo de una sociedad muy tanatofóbica. En Occidente somos las primeras regiones del mundo que se han secularizado, desespiritualizado. Antes teníamos ceremonias para meditar la muerte, para experimentarla, y han desaparecido, se han convertido en folclore. Tenía la necesidad de volver a percibir la muerte, de invitar al espectador a hacerlo a través del cine”, comparte el cineasta de 43 años en entrevista con NW Noticias sobre los orígenes del filme.

“EL MUNDO CUIDA DE NOSOTROS. A VECES ES JUSTO EN SU INJUSTICIA”

En Sirât, un padre busca a su hija perdida. Vestido con una playera gris y una mochila azul, Luis —interpretado por Sergi López (El laberinto del fauno)— viaja junto a su hijo Esteban —Bruno Núñez— hasta una rave en medio de las montañas, en el corazón de un desierto. Allí esperan encontrar a su hija y hermana, desaparecida cinco meses atrás durante una de esas fiestas electrónicas sin amanecer.



Acompañados por su perrita Pipa y con poca esperanza, siguen a un grupo de ravers (personas que asisten a esos eventos) que se dirige a otra celebración. Entre ellos, hay jóvenes de orígenes y culturas distintas que integran una familia unida por el dolor. Su vínculo recuerda a las madres buscadoras de México, que transforman la pérdida en una causa compartida.

El viaje se vuelve un trayecto interior. En el camino enfrentan momentos de tensión y desconcierto: conversaciones que desnudan el alma, campos minados, falta de gasolina y partidas inevitables.

"Perder un hijo no tiene nombre. Puedes ser viudo, huérfano... son categorías que existen, pero perder a un hijo no la tiene. Cuando la vida te barre el ego y te obliga a mirar dentro, te transforma para siempre (...) Son personas de contextos culturales radicalmente diferentes. Cuando la vida te reta, saca lo mejor de ti; saca la solidaridad. Es una película de amistad y de comunión entre personas humilladas por la vida, pero que aún tienen mucho que dar", explica Laxe.

Con diálogos escasos y silencios reveladores, con un enfoque particular en la luz, los gestos y la quietud, el cine de Oliver Laxe explora la conexión entre individuos, la naturaleza y la resignación.

Como en *Mimosas* (2016), el reparto de *Sirât* combina artistas profesionales y no profesionales. Para el director, un actor y actriz sin experiencia transmite fragilidad y vulnerabilidad. "Cuando le pones una cámara enfrente, la energía que emite es conmovedora. En cambio, un actor como Sergi López te lleva donde quieres. Uno y otro ofrecen verdades distintas", dice el cineasta nacido en Francia y criado en Galicia.

Una de las escenas más intensas muestra a los personajes atravesando un campo minado. Algunos sobreviven, otros no. Para Laxe, no se trata de azar, sino de destino: "Soy de esas personas que no tienen duda alguna de que no hay ninguna hoja de un árbol que no se mueva por una razón perfecta e inteligente. El guion está muy bien escrito". Esta visión fatalista convive paradójicamente con un profundo optimismo. "El mundo cuida de nosotros. A veces es justo en su injusticia", remata.

SIRÂT EN LOS ÓSCAR

Cuando le preguntamos si es una cinta política, Laxe responde con convicción: "No hay nada más político que lo poético. Conmover a un ser humano, tocarle el corazón, elevar su conciencia, eso cambia una sociedad más que cualquier discurso; es una experiencia profundamente contracultural (...) *Sirât* te obliga mirar hacia adentro, en un tiempo en el que todos estamos narcotizados. Y eso duele, claro. Pero el dolor es un camino. No hay premio sin aventura, no hay cielo sin haber pasado por el infierno".

El rodaje tuvo lugar en Teruel, Zaragoza y Marruecos.



Además de los protagonistas, el elenco está conformado por Stefania Gadda, Joshua Liam Henderson, Tonin Janvier, Jade Oukid y Richard Bellamy. Está guionizada por él mismo junto a su habitual colaborador Santiago Fillol y producida por El Deseo, la compañía de los hermanos Agustín y Pedro Almodóvar (Todo sobre mi madre, Volver, Dolor y gloria, entre otras).

Oliver Laxe acumula una destacada trayectoria en el Festival de Cannes. En 2010 obtuvo el Premio FIPRESCI por *Ustedes son todos capitanes*; en 2016 recibió el Gran Premio Nespresso de la Semana de la Crítica por *Mimosas*; y en 2019 conquistó el Premio del Jurado en la sección *Un Certain Regard* por *El fuego vendrá*.

Recientemente en la edición número 78 del Festival de Cannes, *Sirât* obtuvo el Premio del Jurado ex aequo junto a la película alemana *Sound of Falling*, de Mascha Schilinski. Este reconocimiento se concede cuando el jurado considera que dos o más obras merecen el mismo honor.

Aunado a lo anterior, la Academia de Cine de España eligió *Sirât* como representante del país en la 98ª edición de los Premios Óscar. El 16 de diciembre de 2025 se anunciará la shortlist con las cintas que seguirán en la contienda por la estatuilla a Mejor película internacional. El 22 de enero de 2026 se darán a conocer las cinco nominadas definitivas y la ceremonia de entrega se celebrará el 15 de marzo de 2026 en Los Ángeles.

Más allá de la posible nominación, Laxe interpreta esta etapa como una confirmación de su camino artístico: "Hacer películas es un sinsentido", admite con una sonrisa. "Todo el rato me planteo cuál es el sentido de hacer esto. Es una profesión muy excesiva, desestructurante. Pero ahora mismo la vida me está diciendo claramente: 'Tío, este es tu camino'. Me había imaginado siendo un

padre de familia regando mis plantas, pero me toca ser un artista errante". En México, la cinta llegará entre enero y febrero de 2026. N

THOMPSON ON HOLLYWOOD

‘Sirāt’ Director Oliver Laxe on His Stealth Oscar Entry, Shooting an ‘Existential’ ‘Mad Max,’ and ‘Making Sorcery’ Like David Lynch

The less you know about Neon's Spanish Oscar entry, the better. Oliver Laxe tells us about the philosophies underpinning the film, and why he wanted to bring in young audiences.

By Anne Thompson November 12, 2025 4:30 pm



Sirāt

Just as “Sirāt” is a twisty thriller that takes you unexpected places on its tragic journey into the dystopian desert unknown, the heady filmmaker behind it, Oliver Laxe, is not your average interview. His fourth European feature, “Sirāt” is his breakout: It wowed critics at Cannes, shared the Jury prize, and won the Cannes Soundtrack Award for Best Composer for Kangding Ray.

Neon picked up “Sirāt” as one of the company’s five international features vying for a slot in the final Oscar five. I’ll wager the movie will wow the stateside arthouse box office as it has France and Spain and four other countries (worldwide gross: \$9 million). Audiences have never seen anything like it. (IndieWire’s critics poll voted “Sirāt” the best film in Cannes.)

This shocking piece of cinema is best left undiscussed. The less you know about it going in, the better. The French-Spanish-Galician filmmaker is begging folks not to share its secrets.

For context, the movie starts at a rave in North Africa: Huge speakers amplify the booming beat against looming cliffs as ravers dance in delirious abandon. Winding through the crowd is a Spanish father (Sergi López), his son, and his dog. They are doggedly searching for their missing daughter/sister, who has left home to follow rave culture. As the military arrives and shuts down the rave and directs traffic away, the family jumps into their car to follow a caravan into the mountains. They befriend a small commune of nomadic ravers seeking their next high. Somewhere in the distance, a war is raging. As the group drives into more rigorous and remote areas, they band together to survive the obstructions coming their way.

We met at Neon’s offices in New York, as Laxe, 43, sincerely lays out his filmmaking philosophy. “For me, the ontology of cinema [is] images,” he said. “If a film is connecting with people, it is because, in my films, in terms of proportions, there is a spiritual geometry in my images. They are connected with my unconscious and with the collective unconscious.”

Why is the movie reaching so many audiences? “The film is a medicine,” he said. “Sometimes, when it doesn’t taste good, we put honey on the edge of the glass [so that] it’s sweeter. People think the film is sexy, for the music, the techno. A lot of young people are coming in France, youngsters are watching, are connected with the film. That was one of my intentions: to make a film for young audiences, to invite them to come to the film theater.”

No question, Laxe takes his filmmaking seriously, on many levels. During the writing and pre-production process, he struggles to be strong enough to protect his fragility, he said, so that “the images arrive alive at the end in the edit process. I’m sorry to say, but most images, nowadays in cinema, they have too much weight, because images are used to say something, to tell something. And they don’t. They are not alive anymore.”

The reason “Sirāt” has so much force: “Our images can penetrate the human metabolism because they are still not domesticated,” he said. “Filmmakers have to know where, when to stop. We have to stop at the right time in order to not put too much weight into the images. And David Lynch was an expert on this: He’s still the guy who knew how to keep this unconscious imagery, all our fears, all our desires, all our dreams, all our nightmares. I’m making sorcery like him.”



Of course, Laxe studied “The Wages of Fear” and “Sorcerer” when preparing to shoot his hazardous North African road movie. But the movie is more than just road scares. “‘Sirāt’ has three dimensions,” he said. “The physical dimension, the physical adventure. That’s where these films and ‘Mad Max’ are dialoguing with ‘Sirāt,’ or we are dialoguing with them. We were joking that we were making ‘Mad Max Zero,’ the pre-apocalypse. But these films, they are not much existential or transcendental.”

That brings the next dimension. “There is another layer that is existential,” he said. “And for this dimension, we were inspired about American movies from the ’70s: “Vanishing Point,” “Two Lane Blacktop,” “Apocalypse Now,” “Easy Rider.” All these films, we don’t know what they are about, but they were expressing the fears and the desire of the American society in the ’70s, and we can feel all the energy of this decade, the angst. This is powerful. That’s why we want to make films: We want to be connected with our time.”

And the third dimension? “That is the more metaphysical,” said Laxe. “For me, obviously, my master is [Andrei] Tarkovsky, and in particular, for ‘Sirāt,’ was ‘Stalker’ and ‘Nostalgia.’”

“‘Sirāt’ is filmed in Super 16mm. “Chemistry,” he said. “My purpose is to make images that will be with a spectator after watching the film for a long time. It’s better to work with this alchemy. Obviously, after the film, art is digitalized ... a digital image can also penetrate a spectator, but not at the same level. There is imperfection. It. Art is about mistakes.”



Oliver Laxe at the Neon offices

The sound design, meanwhile, is extraordinary, especially at the start of the film, when Laxe mounts a rave in the desert, surrounded by massive cliffs. “I discovered that I’m a musician making this film. For the first time I had the opportunity to work with a musician, Kangding Ray, before the shooting for one year and a half. We went to shoot with most of the music. The idea was to build a sound landscape, to watch the sound and to hear the image.”

After living in Morocco for more than a decade, Laxe absorbed his surroundings. “I see all this landscape, with all this erosion, all this violence,” he said. “This erosion is made by the snow, by the wind. We feel small. In ‘Sirāt,’ it works like this. We are in the mountain, so we feel that we are small. We are nothing, and we go to the desert. The mountain in Morocco is existentialist. ‘Who am I, what I’m doing here? I will die. I’m nothing.’ The desert is this abstract space where human beings cannot hide ourselves. We have to look inside. We look to the sky.”

As the caravan climbs into more precarious terrain, they have to overcome each obstacle thrown their way. Laxe loves to shoot in nature, “not because nature is beautiful,” he said. “It’s because nature is a manifestation of this creative intelligence that is behind things, call it God. So to shoot in nature, nature is manifesting. I like limits, as a human being, as a filmmaker. I like to be tested by nature, because I like to surrender myself to this, because I know that even if it shakes me, it is taking care of

me. Life doesn't give you what you are looking for. No, life gives you what you need. And there is a difference between one and the other, and that's why human beings are, from time to time, frustrated. That's why filmmaking is frustrating, because we are looking for something. But life is shaking you, giving you what you need. That's why my films are really risky."

In order to cast the film's motley crew, Laxe turned not only to lauded actor Lopez, but some non-pros, friends he's known for years. "Bigui [Richard Bellamy] was a friend from 15 years ago," he said. "He's on the script since the beginning when I'm writing. He's a poet. He's a Peter Pan. He lost his hand three years before the shooting. I had doubts if I [would] shoot him or not, because we already had someone who doesn't have legs. I don't like when you feel the intentions of the filmmaker: The filmmaker has to hide the proof of the crime. So I was afraid of having two people with deficiencies... At the end, I accepted that. I mean, I love them. I wanted them on my film. So I assume the consequences. It worked. It's life who wanted them on the film, because at the end, it's a film about the wound, about the pain of the war today."

By using non-actors who have endured the vicissitudes of the world, Laxe didn't have to develop the characters in a conventional way. "People watch too [many] series, so they are used to how the characters, the plots are developed," he said. "But I don't need this. My images say things and evoke things. I don't need to develop the characters. You feel their gesture, their silence, their scars. Do you feel their wound exactly? You feel their soul. What else do you want we express about them?"

"Sirāt" feels like a message from the future. At the end of the film, a train appears, carrying refugees across the arid landscape. "This train is the future," said Laxe, "[carrying] human beings, from different regions and races. We will go on the same train; we will be pushed. It's difficult for us to change. The only hope is that life will oblige us to change. Life will push us to a limit, to an edge that we will be obliged to ask ourselves, 'What is it to be human? Climate change, artificial intelligence, what is it to be human?' The answer will be: more human. I have a lot of hope."

Neon will release "Sirāt" in New York and Los Angeles on Friday, November 14.



As music thumps across the desert landscape of Morocco's Atlas Mountains and ravers give themselves over to the endless bass, whispers of World War III echo in the margins. In *Sirāt*, Oliver Laxe's fourth feature, pinning down exactly what the extraneous conflict is outside the walls of the mountains would be missing the forest for the trees. The journey, or "Sirāt" as it were, is one of letting go—of the material and physical, and in turn merging your consciousness with the wider world and its people.

No stranger to the Atlas Mountains—his second film, *Mimosas*, was also set there—Laxe returns with what's been described as his take on *The Wages of Fear*. Having received word that she'd be attending, a father (Sergi Lopez) shows up at the rave looking for his missing daughter. As a military group forces the ravers out, a small band of friends splinters off to find another rave deeper in the mountains. The father and his son join them, and from there a treacherous journey tests their physical and mental fortitude. The comparisons to the Clouzot classic or Friedkin's remake, *Sorcerer*, are both apt and ultimately superficial at best. Laxe's search is one of the spiritual.

Like all of his work, *Sirāt* (which takes its name from a bridge described in the Quran that crosses from hell to paradise) is, at heart, an extension of Laxe's own spiritual journey. He filters his own questions of faith through a test of people and the environment they occupy. As the group trucks across the desert, the landscape begins fighting back. Is this punishment for the wars breaking out in the real world? Is it the land lashing out at a predominantly white group of people invading land that isn't theirs? Could it simply be harsh terrain that no human should be foolish enough to travel? Laxe leaves it up to interpretation, instead focusing on how people might repurpose a faith in something deeper into each other and find the will to survive.

Laxe is an image-forward filmmaker and *Sirāt* is his most esoteric work yet. Taking his already singular voice and applying it to a more populist sensibility, one with clear markers pointing towards *Mad Max*, the film is a beguiling explosion of bodies and basslines. Large swaths of *Sirāt* unspool wordlessly, allowing one to soak in both the director's deep love for nature and his anger over what we've done to it, particularly in a region rife with colonialism.

During *Sirāt*'s appearance at the New York Film Festival, I sat down with Laxe to discuss the film, spirituality, and remaining tethered to an increasingly broken, tenuous world.

The Film Stage: This is the biggest film you've made yet, with, for lack of a better term, blockbuster or mainstream sensibilities. During some of the Q&As, you've spoken about attempting to make a more audience-friendly film with *Sirāt*. Can you tell me about the balance of striving for that while leaving your voice intact?

Oliver Laxe: That was one of the risky things. There is a dimension of servanthood in my cinema, so I really want to make films that are watched by people. That was one of the intentions: to plant a seed into the minds of popular spectators, or mainstream audiences. People who are probably not used to watching these kinds of films. I was especially interested in making films aimed at a younger audience. I was 20 years old when I discovered films with soul, and that helped me a lot.

I was cold then, and cinema really warmed my soul and made me discover that I even have a soul inside. So I wanted to make the same kind of film for someone who may be experiencing that now. I trust in cinema, I trust in images, I like popular cinema, I like genre cinema, I like American genre cinema. It's part of my culture, and I trust the audience. It's a combination of all of that. Trusting that an image is something that can penetrate human metabolism and stay there for a long time. For me, cinema is about proportions, it's about geometry, it's about spiritual geometry. An image is a mysterious thing.

Spirituality is present throughout all of your work, and here it manifests in people giving themselves over to dance. How connected were you with rave culture before making the film?

I was going to raves a lot in France, in Morocco, in Spain, in Portugal. I like to dance and I like electronic music. I identified with this community. I'm not a raver; I'm an artist. I have a distance from reality, unfortunately. For me, it was important to pray with my body. Rave allows me to purge my energy and, most importantly, to connect with my wounds or my scars. It's interesting because on the dance floor, you connect with your strength, but also with your fragility. Your body has a memory of your wounds. So when you're dancing, you connect with the child, abandoned child, you connect with all the pain of your ancestors. You are connected with your unconscious. You are connected with the collective unconscious.

It's powerful, to me, to be on a rave on the dance floor, surrounded by these people doing the same thing. A cinema is the same. In a cinema we are sitting in the dark and there is no familial relation with the people we are sitting with. But there is a subtle, energetic relation with the people as you watch the film. I wrote this script and I developed these images while dancing on the dance floor; I was there and I was imagining the film. I think this is what's great about my cinema nowadays: I have the strength to project the images first. All these images that I had dancing on the dance floor ten years ago, twelve years ago, I project them through the script-writing process and through the production process. And they arrive at the editing process alive, these images. This is the problem of independent cinema nowadays, cinema in general: images are dead.



Photo by Godlis, courtesy of New York Film Festival

They're dead. And why are they dead? Because they have too much weight. They are there to say things, to say too many things, to over-explain something. An image doesn't have the responsibility to say something; they have to evoke something. So this is the problem. I understand, though, because the filmmaking process is really long, but the filmmakers end up killing the images and you feel nothing. Here, in America, you had a master like David Lynch who understood how to stop at the right moment. As a filmmaker, you are the worst enemy of your art. You have to know how to stop and to have confidence in your images.

It sounds like a faith—in your films, in yourself, and in something beyond you—guides you through the entire process.

I don't want to talk too much about my spiritual practice because it belongs to my own intimacy, but I can tell you that my process currently is really related to my personal development. I don't know where one starts or the other finishes. In a way, I live on a kind of *sirāt*, and the mechanism of life that is expressed in *Sirāt* is the one that I have.

Sirāt and all my films talk about this sovereign submission. This submission to a thing that is bigger than you. *Sirāt* evokes that life doesn't give you what you are looking for, just like cinema. As filmmakers, we are frustrated because we are not achieving what we are looking for. We may be looking for one thing, but life is giving us what we really need. In the film, the characters are suffering. This is key because, as a human, it means we are too attached to what we're looking for and we don't surrender enough; we don't accept enough of what life gives us. Having this spiritual practice is what helps me to be more courageous.

When we were in Cannes, people were saying, "I mean, come on, where are you coming from?" This film is extremely risky from different perspectives, especially in a time like now. The fear is all around. We are living in a society with a huge amount of fear—even artists have fear. In my case, I see the danger, but I'm attracted to it. Psychologically, I'm counterphobic.

For me, failure doesn't exist because I know that failure and faith are the things that will make me grow. I accept faith in my life, but when I'm making films—when I'm making decisions, obviously—I have an ego. I projected that I wanted to make it to Cannes, for example. But if I didn't make it to Cannes, if my film is a total failure and nobody watches it, I will still grow. That will make me grow. That's what I'm interested in: I'm interested in my spiritual path. So that's why that allows me to jump into the abyss, because I know that is what life is asking of me. "Who are you" is what life asks us.

Your work is inextricable from nature. *Mimosas* and *Sirāt* both sit in the gorgeous Atlas Mountains; the latter explicitly pits a dangerous environment against its people. *Fire Will Come* is all about the devastation of nature within the mountains of Spain. How important is it to you to always have that reminder of how precious this all is?

Currently, I am actually living in the place where I shot *Fire Will Come*. I shot that in the village where my mother was born, in the mountains of Spain. I bought the house of my grandmother, the place where we shot, and I'm living there now. So obviously, like all human beings, I'm attracted to nature and I'm making sacrifices to live there. I don't live in Barcelona or Madrid. Now, why do I shoot in nature? Because nature is a manifestation; it's not just a cool place, a beautiful place, a beautiful land to make films.

I'm not shooting nature because it's beautiful. I'm shooting nature because nature is manifesting, nature is testing us all the time. It's testing my characters, it's testing me. Again, like life, nature doesn't give you what you're looking for; it gives you what you need. And sometimes, the way nature shakes us, it's strong and it's tough and it's difficult for us, but I have the faith that it is always for a good purpose. I have that certainty in my heart.



What is it that you love about working with non-actors? That's also present across your work.

I don't love to work with nonprofessional actors; it's really tough and difficult to work with them. [Laughs] I love them as people, but the process is difficult and it takes time. Acting can be an insecure thing, I think.

What's that collaboration like? Do they bring themselves fully formed, or are their characters all in the script?

I don't write much about my characters. Thank God that they finance my films not because of my scripts but because they trust me. When I write my scripts, though, I usually have people in mind, friends in mind. After we did casting on *Sirāt*, many of

these people changed. It's funny how my characters end up being mixed with reality and fiction. When you read my scripts, you don't know who is who because the way I write is not the canonical way. I know that I make images and I have a sensitivity to that first. I always start with the image.

I don't know if I get the soul of my characters. That is my purpose, sure, but what I can get is their wounds, their trauma through image. When you can do this, you don't need to develop a character the way a script-writing book might teach you. I don't need to develop the trauma in words. My images do that because they're alive, not dry; they evoke things. I'm interested in psychology. Personally, in my daily life, I'm studying Gestalt psychotherapy. I'm studying the different types of neurosis that human beings have. I'm always analyzing people from a psychological perspective. I think that image can transcend something psychological.

It's refreshing to hear about your writing process, because I'm a much more image-forward viewer.

That's good for a writer. It's good that you didn't lose your innocence, because many writers watch films with too much of their brains. [Laughs]



Photo by Colleen Sturtevant, courtesy of New York Film Festival

I feel that. [Laughs] I mean, script is obviously important, but sometimes it's far more fulfilling to surrender to the image.

I think film's purpose, sometimes, is to knock the brain out a bit. To let yourself dream.

Are you familiar with the term "brain rot"?

Brain rot?

It's good that you aren't, but what we're talking about connects a bit to a thought I had about the film. So brain rot, in simplest terms, is a way to describe what happens to your brain from watching endless streams of TikTok or Instagram reels or whatever else is polluting the Internet. It's like we're just wasting our consciousness away and ignoring the world around us. That was on my mind throughout *Sirāt* because, as tethered as these people are to dance and the endless music, they're completely detached from what's happening outside of their mountains, which seems to be World War III. I guess this is a long way of me asking: how do you, personally, stay tethered?

Well, now, I'm in the United States, then I'm in London, then Morelia, but after that I need two weeks. I will be with my Sufi master in India. I'm going to be making a pilgrimage to India. I really need a balance; I need a reality. It's important for me. Right now I'm in a period of too much stimulation to my brain, my ego. So I need tools to control my ego.

And it's not easy. It's not easy nowadays to have our spiritual practice. Me being a filmmaker, it's difficult to have habits. Spirituality is about habits—to have habits, to have discipline. The key thing is being from this world, not being from this world. I mean, it's not good to live in a separate community. Your ego has to be connected to something more. As far as staying tethered to my cinema? I'm happy, Brandon. I'm happy that I'm making cinema that is not the most popular, in terms of subjects or in terms of the way I tailor my images. I'm happy that I'm arriving at a moment where my spiritual and artistic paths seem to be merging.

My next film will be even more spiritual and sensory, I hope. Now I have the opportunity to jump from a building of 50 floors, in a sense. In some ways it's like you said: *Sirāt* is a little more mainstream and industrial, more genre. But I still had to jump from the top of the building. The next jump will be even higher. I have the opportunity to make an even bigger skyscraper and then jump from the top.

I read this in another interview, but I have to ask. When you were describing *Sirāt's* conception, you tossed off *Wacky Races* as a reference. I grew up watching that every Saturday morning, and to see it in the context of this film delighted me. How much of that was on your mind here?

I didn't watch it much, to be honest. It's not a cartoon that you say, "Okay, wow, that penetrates me." [Laughs] But it was just the first idea that I had in 2010, 2011, when I started our treatment. It was first—a race of trucks in Morocco with particular characters that I found—then I got connected with rave culture. Then I was able to merge these images of trucks across the desert with dance.

I have to say, as we wrap, I'm not at all a spiritual person but...

Are you on a path at all?

Not currently, no. Maybe just vaguely searching. I find it most when I surrender to images in a cinema, like we were talking about before. I don't know that I'll ever get there, but I like the possibility of giving myself over to something, even if it's not traditionally spiritual. *Sirāt* really did that for me, as did this conversation.

Brandon, this is one of the most beautiful things that people can say to me. That's why I make films. I seek to do the same that my masters did—that Bresson, that Tarkovsky did. They really connect with me, with my essence in my filmmaking. So my advice is: if you want to grow, if you want it, just ask for a master, whatever or whoever that may be, whatever it means to you. You make an invocation of this, and something will appear. Again, it's often not what you want but what you need.

Sirāt begins a one-week awards-qualifying run on Friday, November 14 and will open in theaters in January 2026.

Javier Calvo va al cine a ver 'Los domingos', la nueva película de Alauda Ruiz de Azúa, y es claro: «Me hizo olvidarme un poco del mundo»

El actor y director de cine disfrutó de una de las películas españolas del año el mismo día en que se hizo pública su ruptura con Javier Ambrossi



Javier Calvo va al cine a ver 'Los domingos', la nueva película de Alauda Ruiz de Azúa, y es claro: «Me hizo olvidarme un poco del mundo»

PATRICIA MARCOS

12/11/2025

Actualizado 13/11/2025 a las 02:33h.



SEGUIR AUTOR



Casi tres semanas después de su estreno, los espectadores continúan acudiendo a los cines a ver 'Los domingos'. La nueva película de Alauda Ruiz de Azúa ha recaudado, hasta el pasado 2 de noviembre, más de 1,3 millones de euros, según datos del Ministerio de Cultura.

Más de 200.000 personas han acudido al cine a ver una de las películas españolas del año. La cinta está escrita por la propia Alauda Ruiz de Azúa, quien está detrás de las premiadas 'Cinco lobitos' y 'Querer', y protagonizada por Blanca Soro, Patricia López Arnaiz, Miguel Garcés, Juan Minujín y Nagore Aranburu, entre otros.



'Los domingos' narra la historia de Ainara (Blanca Soroa), una joven idealista y brillante de 17 años que debe enfrentarse a la importante decisión de qué carrera universitaria estudiar. Sin embargo, comienza a sentirse cada vez más cerca de Dios y se plantea abrazar la vida de monja de clausura, en contra de la voluntad de sus padres y de toda su familia.

La nueva producción de Ruiz de Azúa es, sin duda, una de las películas españolas a tener en cuenta en esta temporada de premios. Y es que la cinta ya obtuvo la Concha de Oro en el Festival de Cine de San Sebastián y todo parece apuntar a que será una de las más nominadas en los Goya.

La crítica ha alabado 'Los domingos' y son muchos los que, a lo largo de estas semanas, han dado su opinión sobre la película en redes sociales. En este sentido, uno de los últimos en hacerlo ha sido Javier Calvo, actor, director, guionista y productor de numerosas series de éxito.

BLANCA SOROA PATRICIA LÓPEZ ARNAIZ MIGUEL GARCÉS

SSIFF

JUAN MINUJÍN MABEL RIVERA y NAGORE ARANBURU

original **M+**

DE LA DIRECTORA DE 'CINCO LOBITOS' Y 'QUERER'

LOS DOMINGOS

UNA PELÍCULA DE ALAUDA RUIZ DE AZÚA

24 DE OCTUBRE SOLO EN CINES

¿QUÉ VAS A HACER EL RESTO DE LOS DOMINGOS DE TU VIDA?

original **M+** **hacaplatea** **COLONIA** **Soyak** **ENCANTA FILMS** **TV5MONDE** **La Doble** **RTVE** **RTVA** **RTVE**

Storie publicado por Javier Calvo en Instagram sobre 'Los domingos' INSTAGRAM

La opinión de Javier Calvo sobre 'Los domingos'

Javier Calvo acudió este martes al cine a ver 'Los domingos'. El actor decidió disfrutar de la nueva película de Ruiz de Azúa el mismo día en el que saltó la noticia de su separación de Javier Ambrossi, después de más de una década de relación.

Además de pareja sentimental, Los Javis también lo eran en lo profesional. Y es que ambos son los creadores de series de éxito como 'Paquita Salas' o 'La veneno', además de 'La Mesías' y 'La llamada', ambas con tintes religiosos.

'La llamada', precisamente, narra la historia de dos adolescentes en un campamento religioso de verano cuya vida cambia cuando a una de ellas se le aparece Dios cantándole canciones de Whitney Houston.

Javier Calvo, quien siempre se ha declarado un amante del cine, aprovechó la vorágine mediática en la que se vio envuelto por su ruptura para desconectar en el cine. «Ayer, en medio de todo el jaleíto, fui a ver esta belleza que me hizo olvidarme un poco del mundo», ha asegurado este miércoles en un story publicado en su cuenta de Instagram.

En este sentido, Javier Calvo ha querido dar su opinión sobre 'Los domingos'. El creador de 'La Mesías' ha calificado a la nueva cinta de Ruiz de Azúa como «una película compleja y certera sobre tomar decisiones difíciles y seguir tu camino».

Una crítica que muchos han tomado como una clara alusión a su ruptura al hablar sobre el proceso de «tomar decisiones difíciles y seguir tu camino». Y es que se trata de las primeras palabras del actor desde que se hiciera pública su separación de Javier Ambrossi.

A pesar de poner fin a su relación, Los Javis continuarán trabajando juntos. De hecho, ambos se encuentran inmersos en su próximo proyecto: 'La bola negra', una ambiciosa película protagonizada por Penélope Cruz y Guitarricadelafuente, que adapta una de las últimas obras de Federico García Lorca.

Ninguna mujer nace para monja

La nueva película de Alauda Ruiz de Azúa ganó la Concha de Oro en Donostia y está llenando las salas y las conversaciones. Y tú ¿qué piensas de 'Los domingos'? Te digo lo que opino yo.

Texto: Irantzu Varela



Escena de 'Los domingos'.

12/11/2025

Atención posibles spoilers.

La película Los domingos es extraordinaria. Si Alauda Ruiz de Azúa no fuera una tía de 47 años de Barakaldo, estarían los cinéfilos y los críticos poniéndole altares y no un 7,8 en IMDB.

La capacidad de Ruiz de Azúa para desarrollar personajes en unas pocas escenas es impresionante, seguramente porque consigue hacerte recordar a personas que conoces, y eso son dos cualidades en una cineasta. Los diálogos, los espacios, las situaciones son tan verosímiles que eres tú quien rompe la cuarta pared y se sienta a la mesa con la familia (que no tiene apellido, una cosa muy rara en la clase media alta de Bilbao). Así, rompe también con esa manía del cine español -en el que todos se creen Almodóvar- de presentar unas casas en las que nadie ha estado antes y que te

sacan de las películas. Todo tan estético que no te lo crees, y con conversaciones que parecen diseñadas por un terapeuta gestalt con ínfulas de guionista. Aquí no, aquí te lo crees. Ruiz de Azúa consigue que te lo creas.

La dirección actoral es exquisita y hay que hacerle la ola a Eva Leira y Yolanda Serrano por el casting, porque el reparto no podría ser más brillante y las actuaciones más impresionantes. Patricia López Arnaiz tiene los mejores primeros planos del cine actual, y una capacidad para mostrar las emociones de manera contenida y sin hacer aspavientos que, si no fuera vasca, habría que empadronarla. Nagore Aramburu es la monja vasca perfecta. Mala con cara de buena, manipuladora con sonrisa inocente, una psicópata que gestiona la sucursal de una secta, con aspecto tan inocuo que le entregarías a tu hija, si fueras un señorito medio del centro de Bilbao. Como Iñaki. Y qué bien lo hace Miguel Garcés. No debe ser fácil hacer de hombre mediocre, pusilánime y que se deja secuestrar una hija por el fanatismo, sin tener sangre ni para ser un fanático. Es impresionante la interpretación de Blanca Soroa, una chavala de 17 que en su primera vez interpretando hace superbien de chavala de 17, pero que también borda el papel de joven vulnerable a la manipulación y receptiva a creencias capaces de convencerte de que dios te habla (holiii) y de que tienes que casarte con él y encerrarte en un convento. Esa placidez inquietante y abiertamente condescendiente de quienes se sienten a salvo porque un ser celestial les protege de todo mal, no podría interpretarse mejor. Si alguien tiene entre manos un remake de Santa Teresa, yo me la imagino haciendo el “nada te turbe, nada te espante” sin el dramatismo de culebrón de Concha Velasco. Lo digo en serio. Como que tiene mucho futuro en el cine, si tiene suerte y papeles como este.

Como el cine español está lleno de señores sin perspectiva (perdonad la redundancia) habrá quien opine (igual ahora ya un poco en voz baja, porque si en tu tercera ficción te llevas la Concha de Oro, tienen que disimular) que Alauda Ruiz de Azúa hace cine “de mujeres”. Sea lo que sea eso. La cosa es que estoy de acuerdo. Desde luego, hace cine para mujeres, porque en la sesión de las cuatro y media de un martes, la sala estaba completamente llena (pillé asiento en tercera fila y de churro, porque compré allí mismo, pensando que no habría nadie) y no había hombres suficientes ni para molestar.

Los personajes masculinos son mezquinos y un poco tontos, como el aita Ramón Barea en Cinco Lobitos, el maltratador y sus hijos en Querer (aunque en Querer hay un par de catarsis -preciosas, pero- muy poco propias de la masculinidad vasca). No reaccionan, solo se sientan sobre sus privilegios mientras las mujeres les hacen la comida y la vida. Los personajes femeninos son complejos, profundos y llenos de matices, como buenas mujeres vascas, siempre con cara de un poco cabreadas, pero todo está bien, porque los jaris van por dentro. Ruiz de Azúa tiene ojo para las actrices, y les regala unos papeles perfectos, como la madre y la hija de Susi Sánchez y Laia Costa en Cinco Lobitos, o la esposa perfecta que ya no aguanta más de Nagore Aramburu en Querer.

En' Los domingos' hay pocos exteriores, seguramente para que te acostumbres al convento



No quiero dar la lata con esto, pero hace cine muy vasco, también. Esas mujeres contenidas que regurgitan por dentro, esos paisajes contados pero reconocibles, esas sobremesas, ese comer, ese vino, ese café, esas cocinas. La mesa y la cocina tienen una presencia continua en el cine de Alauda Ruiz de Azúa, porque ahí es donde se cuecen los dramas en la mayoría de las casas, desde luego en las vascas. Hay muchos rituales en esas cocinas y en esas mesas. La escena de Estibaliz (la nueva pareja del padre) llegando al café es la eucaristía de la presentación de una nueva madre. Todo se decide, se discute, se rompe y se cierra con un café, un vino, unas pechugas albardadas o unas pastas de las monjas delante. Así somos.

En Los domingos hay menos exterior que en las otras ficciones de Ruiz de Azúa, seguramente para que te acostumbres al convento. La casa, la parroquia, la escuela, el coro. Solo una excursión al monte y solo un plano que no se abre ni siquiera para que se vea el cielo. Es que no hay ni un plano que no esté rigurosamente planeado. Y el Arte es espléndido. El trabajo de Zaloa Ziluaga y su equipo es magia, porque dirías que no lo ves, pero esas monjas comiendo y tomando café en vajilla caramelo de Duralex son la vida misma hecha arte. Y estamos hablando de alguien que trabajó con Almodóvar en Volver. Por apreciarle la austeridad, digo.

Si tengo que ponerle una crítica a la ambientación, pero que también es una crítica a la visión, es que los espacios y los personajes son siempre burgueses. Pero, claro, eso es un anhelo mío, que el “nuevo cine vasco” etiqueta que me he sacado de la manga - una vez superado el momento edad media, medio rural- se asome un poco al balcón de la clase media y nos cuente historias de gente de Sestao, y no de Indautxu.

La música está usada de forma impresionante. En la banda sonora de David Cerrejón hay un par de momentos épicos. El Ave Verum de Mozart enmarcando una escena de farra dejará patitiosos a quienes han conocido la música clásica (y a Björk) el 7 de noviembre, pero es que el Into my arms de Nick Cave en el duelo entre dios y el chico del coro te roba el corazón. Y bueno, la escena final con la versión coral de Aitormena te roba el alma. Como se la roban a Ainara.

Hasta aquí todas mis loas. Porque la película, repito, es extraordinaria.

Pero yo fui a un colegio de monjas. Y me atrevería a asumir que Alauda Ruiz de Azúa también, por cómo presenta la historia.

Como yo fui a un colegio de monjas, descifro perfectamente la maldad satánica de ese cura joven y amable, la terrorífica ideología de alguien que lleva un alzacuellos en 2025, la repugnante visión detrás de la conversación sobre la relación con Mikel y las piruetas de adoctrinamiento implacable detrás de usar dinámicas de juegos

aparentemente inocentes para convencerte de que la divina providencia te salvará de todo mal. Como yo he ido a un colegio de monjas, leo la perversión en las intenciones de la Madre (“madre”, ¿eh?) Isabel, que quiere “ovejas” para su rebaño, y veo el lavado de cerebro en la tierna y aterradora monja viejita, que lleva 64 años sin salir del convento. Como fui a un colegio de monjas (y me vine arriba, por supuesto) e hice ejercicios espirituales en Loyola y me fui de “misiones” con 19 y conviví durante meses con monjas en su casa, reconozco esos platos de Duralex, y esas mesas de formica marrón y esas comidas en silencio, y esa borrachera de canciones y misticismo y esa sensación de que dios te habla. Por eso creo que Ruiz de Azúa o ha sobreestimado a su público, o nos hace trampas.

En Los domingos, la elección de Ainara se presenta como una opción válida. Y elegir la vida “contemplativa” (ya lo siento, pero “ora et labora” es de los benedictinos, no de las monjas de las afueras de Bilbao), que implica encerrarse a los 17 años en un convento con un grupo de desconocidas que creen que (todas) están casadas con dios y en el que el único móvil lo tiene la jefa, no es una opción válida. Y yo me doy cuenta de eso porque sé que dios no existe y que casarse con él es una performance de secta de alienadas, y que ponerse un hábito y tumbarse en el suelo con los brazos en cruz como rito de entrada a un encierro perpetuo es la representación de una tragedia terrorífica, pero no tengo claro que Alauda Ruiz de Azúa piense -o quiera que el público piense- lo mismo.

‘Los domingos’ le ha gustado a Munilla, el obispo al que las feministas le parecíamos el demonio



Primero, porque lo presenta como ese falso dilema que usan ahora, sin contextualizar ni un poquito, las pederas que nos presentan a las monjas de siglos pasados como heroínas lésbicas que eligieron el retiro sáfico para que no les impusieran un marido: susto o muerte. Mierda de vida hetera casada con un señor o fantasía de vida casada con El Señor. La vida de la tía Maite no resulta muy envidiable, con su marido sin trabajo, que no aporta a la hipoteca, con problemas de ira y al que ni le importa que se bese con otro. Y menos la de Estibaliz, que decide enrollarse con un tontaina con pretensiones de empresario hostelero, que pierde su dinero y el de su familia, no sabe comunicarse, no tiene palabra, ni arrojo para enfrentar ni sus problemas ni el secuestro de su hija. Un chollo, vamos. Hasta la amama insinúa que no todo era estupendo con aitite. Vale, lo pillamos, el matrimonio y la familia no son el paraíso. Pero, a diferencia de las mujeres de otros siglos, que tenían para elegir o dios o un cenutrio, ahora hay otras opciones. Yo creo que Alauda lo sabe. Lo que no creo es que sea consciente de que ha hecho una película en la que el proceso de “discernimiento” de la protagonista no parece un viaje a la sinrazón, con un final terrorífico. Creo que

se ha pasado de sutil. Y la prueba es que la película le ha gustado a Munilla, el obispo al que las feministas le parecíamos el demonio.

El problema de Los domingos es que parece la presentación de dos posiciones válidas: la tragedia que supone lo que está haciendo Ainara -de la que, tal y como lo presenta la película, solo eres plenamente consciente si conoces ese mundo- que en la peli se presenta como una opción posible, y que se pone a la altura de la postura de su tía atea, que tiene sus reservas a que una chavala de 17 (que perdió de pequeña a su madre) se meta en una secta.

Si la adolescente protagonista pronunciara la “oración del abandono” -«Padre mío, me abandono a ti. Haz de mí lo que quieras. Pongo mi vida en tus manos. te la doy, dios mío, con todo el amor de mi corazón, porque te amo. Amarte es darme, entregarme en tus manos sin medida, con infinita confianza, porque tú eres mi padre»- dedicada a un hombre o (dios no lo quiera, qué aberración) a otro dios del mercado monoteísta del monopoly teológico (ya lo dice Sor Isabel, “espiritualidades hay muchas, pero dios solo hay uno”) entenderíamos lo terrible de lo que está diciendo. Pero como vivimos en este Estado aconfesional que, en realidad, es aterradora y naturalizadamente católico, pues nos parece una película bonita sobre el respeto.

Volvedla a ver bajo la certeza absoluta (que juraría que comparto con Ruiz de Azúa) de que dios no existe. Veréis que susto.

ENTREVISTA

Manuel H. Martín, director del Festival de Huelva: «La ciudadanía que no es tan cinéfila tiene que palpar que aquí ocurre un gran evento»

El cineasta onubense, en el cargo desde 2016, asegura que «la única huella que me interesa cuando yo deje de estar aquí es que el festival siga siendo lo importante»

«Acepto las críticas pero viniendo al festival. Yo no hablo de eventos a los que no voy», señala



Manuel H. Martín, director del Festival de Huelva de Cine Iberoamericano alberto díaz

Mario Asensio Figueras Huelva13/11/2025.

Manuel H. Martín (Huelva, 1980), director del Festival de Huelva de Cine Iberoamericano desde 2016, cuenta con la experiencia necesaria como para impartir un máster en esta tarea. De su mano, y la de su equipo, la muestra onubense ha superado el medio siglo de vida en un gran estado de salud, con programaciones de calidad y un notable respaldo del público. Tras el gran evento que supuso celebrar el año pasado la quincuagésima edición, en la presente toca subir la apuesta y continuar buscando la innovación y el crecimiento, implicar a más onubenses en una fiesta que sucede ante la pantalla en el Gran Teatro, en las galas en la Casa Colón, pero también en la magia que puede surgir en las calles.

-Va a comenzar la quincuagésimo primera edición del Festival ¿Qué sentimiento predomina en la cuenta atrás en el director y en su equipo?

-Ahora es un sentimiento de ilusión, aunque vamos con un cansancio acumulado, pero nos pasa como los actores de escena, que una vez que arrancas vas despertándote y apagándote. Son muchos meses de estrés y tensión sana. A estas alturas hay mucho cansancio. No voy en piloto automático, pero ya notas que el trabajo más duro ha sido el de la preproducción. Los participantes de la gala inaugural, por ejemplo, se están cerrando hasta la misma mañana. Se trabaja durante todo el año, pero especialmente estos siete días del festival se elaboran en los últimos tres meses. Después viene una parte muy divertida, el cierre administrativo y contable y ver que cuadra todo. Tenemos también el tema meteorológico y ahora dan lluvia para el viernes, que hace mucha falta para esta tierra, pero para un evento no es lo que nos gustaría porque tenemos prevista una alfombra roja en la Gran Vía. Van a venir los invitados y habrá fotocolor pero hay cosas que ya no dependen de nosotros.



-¿Esta semana se completa por la inercia de todo lo elaborado meses atrás?

-Es más que inercia. Todos los años para mí siempre hay algún reto. Siempre hemos cambiado en algo. Ninguna edición es igual a otra. El cartel, por ejemplo. Me gusta mucho la ilustración y el cómic y hemos contado con ilustradores y este año pensamos en lo pictórico y Jorge Hernández ha hecho un cartel que es nuevo pero puede dialogar con los de hace muchos años, que eran conceptuales. Todos los años de alguna manera hay que innovar, a parte de ofrecer al público una programación de calidad y eso se está viendo. El festival es un equilibrio entre lo institucional, la colaboración público-privada, lo artístico, lo cultural, lo económico y lo turístico. En la presentación oficial en Huelva usé el concepto de año I, que me gusta y es comiquero. Me recuerda a Batman año I y me traen a la ilusión y la juventud. No deja de ser un reinicio. El año pasado establecimos un modelo. Trabajamos muy bien con

todas las instituciones y es importante definir qué queremos y qué se puede hacer en la ciudad. Lo bueno que tiene Huelva es que ofrece cercanía en todos los aspectos: en lo humano y en lo logístico. Organizar un festival internacional como éste en Huelva está muy bien.

-Lleva como director del Festival de Huelva desde 2016 ¿qué huellas le ha dejado en este tiempo la muestra y viceversa?

-Te entra el vértigo de los años. Comencé con 36 y voy a cumplir 46 el año que viene. Aquí estoy feliz e ilusionado. Al final vas año por año. Nunca pienso en las huellas que dejo yo ni en lo de dejar una obra. Pienso más en lo que he aprendido a nivel humano y profesional. Cuando vienes de la creación y de trabajar en cine y escribes, como es mi caso, y entras en un festival, lo que te das cuenta es que la paciencia es algo fundamental y el no dejar de intentarlo y que cuando un festival te dice que no, no pasa nada. No se acaba el mundo. Los festivales reciben mucha cantidad de películas para decidir, más todas las que se buscan.

«El 'menos es más' es uno de los grandes principios que he aprendido y a programar más calidad que cantidad y tener menos pero que el público llene las salas»

Tienes una programación con una parrilla y el 'menos es más' es uno de los grandes principios que he aprendido y a programar más calidad que cantidad y tener menos pero que el público llene las salas. Es mejor no tener tres sedes sino una una y determinados eventos puntuales y que en todos haya público. La única huella que me interesa cuando yo deje de estar aquí es que el festival siga siendo lo importante. No es mi obra, es la obra, un festival que hace un equipo y la idea es que perdure y no dependa de quien lo dirija. Que sea una gestión y el director o directora que esté en el futuro siga apostando por el festival como un ente propio.



-Pero es verdad que echando la mirada hacia atrás las diferentes etapas del festival han ido unidas a los directores que ha tenido.

-Yo nunca he creído en los personalismos ni en las coletillas de-. Me cuesta incluso con las películas. Lógicamente nosotros programamos un cine muy autoral pero a mí la expresión de autor me cuesta usarla, porque en el cine autoral para mí suena a plural, al igual que un cine con estilo, un cine muy personal... En un festival hay un equipo y lógicamente creo que sí que se pueden notar etapas. Depende del currículum de cada uno, pero no creo en los personalismos. Hay grandes festivales que tienen un estilo, con compañeros que hacen grandes trabajos, y eso se nota y hace que las etapas destaquen y eso es interesante. Pero en mi caso soy de un perfil bajo y me gusta que las cosas salgan lo mejor posible y ya está. Si me tengo que hacer una foto me la hago, pero prefiero estar en el despacho gestionando.

-En la presentación en Huelva hablaba de año 1 después del 50 y la alcaldesa señaló que se trata de un nuevo rumbo y de volver a la esencia. ¿En qué consiste ese enfoque? ¿Va en la línea de propiciar un mayor encuentro con la gente de Huelva?

-Creo que el año pasado nos abrimos más a la calle y tenía mis dudas por el tema de la seguridad, pero como la ciudadanía es tan cercana y se porta tan bien y es tan afable y amable, la verdad es que me pareció fabuloso. Aquí hay una cercanía que es muy de Huelva y muy del festival. Me gusto mucho ese concepto de tener una programación de calidad y que tuviéramos más actividades en la calle y esa alfombra roja por la Gran Vía. Teniendo en cuenta que lo fundamental es que vayamos a ver el cine en pantalla grande, que se complemente está muy bien. Además, entiendo también a las instituciones. Aquí hay una inversión y de alguna manera la ciudadanía que no es tan cinéfila tiene que palpar que aquí ocurre un gran evento como éste. Esto hay que complementarlo con una prestigio y con una valoración, como la que tenemos del ICA y fuera, a nivel de Andalucía y nacional. Eso es importante y siempre lo que digo que acepto las críticas pero viniendo al festival. Yo no hablo de eventos a los que no voy. No puedo dar mi opinión de lo que no conozco.

«En Huelva tenemos un gran festival desde siempre. Habrá tenido altibajos, pero ofrece al público y los artistas una cercanía tremenda»

-Es cierto que muchas de las críticas empiezan por «el festival de antes...» y procede de gente que no tiene contacto el festival de ahora. ¿Cree que es por nostalgia?

-Esto es como 'Midnight en Paris', una película maravillosa que habla de que el pasado no siempre fue mejor. El pasado sociológicamente no fue mejor. Ha habido un montón de avances que afortunadamente están aquí. No nos cuestionamos que hoy vamos menos al cine, la gente no lee prensa escrita, el mayor consumo audiovisual se hace en la pantalla del móvil, que el 'star system' actual no es el de

hace años, porque antes había un solo canal de televisión y muchos cines en el centro de Huelva y había muchos menos festivales y no coincidentes en fecha. Era muy fácil atraer a los artistas de esta época y que pasearan por Huelva porque los cines estaban además muy cerca entre sí y había cuatro, lo que propiciaba ese recorrido. Hoy tienes un cine, unas galas en el Palacio de Congresos y un 'star system' tan variopinto y diverso... Entonces yo a todas esas personas que tienen esa imagen nostálgica les dirían que vengan y vean que el año pasado por ejemplo se premió a Paz Vega, a José Coronado y se ha premiado en estos años a ilustres como Fernando Trueba, Darío Grandinetti, Paco León, Jorge Perugorria, Cecilia Suárez, Kity Mánver... Ha estado Ester Espósito, Mina El Hammani, y un montón de representantes del audiovisual actual. Son profesionales que han sido premiados y reconocidos en otros festivales. Han estado y hay una hemeroteca. No comparto ese sentimiento de vaso medio vacío y a las personas que lo ven así les invito a visitar otros festivales y ver lo que tenemos. Yo he tenido la suerte, antes de ser director en Huelva, de visitar y trabajar en otros festivales y puedo decir que en Huelva tenemos un gran festival desde siempre. Habrá tenido altibajos, pero ofrece al público y los artistas una cercanía tremenda.



-En el patronato de la muestra onubense están representadas todas las administraciones públicas y de diferente signo político. ¿Qué tiene de especial el festival que consigue ese 'todos a una' tan contundente que parece tan difícil en otros asuntos?

-Se dan varias cosas. Una es que el festival ya tiene medio siglo. Yo y todo el equipo nos sentimos muy arropados. Tenemos muchas reuniones a lo largo del año con los patronos, vamos informando de cómo va todo. Y es verdad que hay mucha unidad y se piensa en el festival y cuando se hace una rueda de prensa se explica perfectamente lo que se espera desde las instituciones. Que haya unidad también ayuda a que en la dirección haya un perfil técnico. Yo no tengo nada que ver con lo institucional ni con la política. Tengo un currículum en el mundo del cine y eso ayuda. El festival es un

ente pero también una institución que entre todos tenemos que arropar para que este cuidada y mimada.

«Creo que si le va bien al festival le va bien también a la ciudad. Repercute en lo cultural y económico»

Creo que si le va bien al festival le va bien también a la ciudad. Repercute en lo cultural y económico. Las personas que viene de una película gastan, los periodistas y el público que viene de fuera todos los años. En este festival pasan cosas maravillosas. Además en las galas se reservan entradas para el público, cosa que no ocurre en todos los festivales. Hay gente que se quejan porque las entradas vuelan, pero al menos aquí el acceso está. Y al menos las galas son televisadas, algo que no ocurre en todos los sitios. Siempre intentamos poner este punto.

-¿Cree que el festival está ahora mismo en su justa medida de días o habría que ampliarlo o recortarlo?

-Creo que ampliarlo no. Cuando empecé era de viernes a viernes. Esto ha cambiado. Al igual que el sábado, aunque sea la clausura, sigue habiendo proyecciones, pese a que sean fuera de concurso. Lo ideal es que mientras haya festival haya cine y tiene que haberlo. El sábado, el último día, lo tenemos lleno con la nueva sección 'Latidos', con proyecciones benéficas y con la música como protagonistas y varios títulos dedicados a artistas de nuestra tierra.

-Esta sección que comenta es una de las novedades de esta edición ¿Qué buscan con ella?

-Buscamos complementar la programación y ofrecer temáticas diversas. Esperamos tener llenas las salas porque son proyecciones benéficas, que destinan la recaudación a entidades sin ánimo de lucro y también hay conciertos gratuitos en el espacio Santa Fe. Es un espacio maravilloso, bastante potente, que probamos este año, donde también vamos a tener la exposición fotográfica de Omar Ayyashide 'Las chicas del jazz'. Para nuevos años veremos qué se nos ocurre.

-Este año se premia a Fernando Tejero, Pilar Castro, Milena Smit y Yon González ¿Por qué cree importante que haya esta paridad en los reconocimientos y qué destacaría de cada uno de los galardonados?

-Otra de las novedades de este año es insertar dos Premios Luz en una gala. Me ha costado, pero vimos que era lo mejor. Estamos hablando de esos perfiles que son más enfocados a un público joven, que hace que la gala sea más atractiva para ellos. Yon González es un actor muy querido, del cine y televisión, con una conexión con el público muy importante. Y Milena Smit también está entre cine y series, con dos nominaciones a los Premios Goya. Son perfiles que vienen a complementar dos premios de trayectoria, por edad y por bagaje, que son los de Fernando Tejero y Pilar Castro. Son dos actores además que este año tienen títulos de éxito, con la serie 'Furia', en el caso de Pilar Castro, y en el de Fernando Tejero, éste está en la última

película de Amenábar, 'El Cautivo'. Son dos actores muy queridos por el público y con un gran prestigio.

-De los años que lleva al frente del festival suele estar de acuerdo con el palmarés o ve grandes diferencias entre su criterio y el del jurado?

-Realmente el palmarés al final son las películas más valoradas por el jurado. Su fallo es el correcto porque son personas decidiendo lo que les gusta. Pasa también con el premio del público. Ganan las películas más votadas. Yo nunca he entrado a valorar ni lo haría.

-Pero también tiene sus gustos personales.

-Por supuesto, pero yo lo tengo claro, no programo un festival para mí. Cuando el equipo programamos lo hacemos con las películas que consideramos mejores para este festival y que cumplan con la condición de que sean estrenos en España. Yo soy un amante del cine de género y aquí no ves tanto. Este festival es muy diverso, pero es generalista. No es un festival de terror ni de cine negro ni de thriller. Yo como espectador, cuando me quito la chaqueta de director del festival, a lo mejor es lo que me gusta disfrutar en mi tiempo libre, que no quita que me guste otro tipo de cine. En el festival, como equipo, programamos lo que creemos que puede funcionar mejor en la muestra que tenemos y por la trayectoria que llevamos.

«Lo más importante en las últimas ediciones es que tenemos una nota media de notable con las votaciones que hace el público»

-Se suele ver en los últimos años que las proyecciones cuentan con un gran número de espectadores y están prácticamente llenas, especialmente en las exhibiciones de los largometrajes de la sección oficial. ¿Qué ve en el público de Huelva o qué comentarios le hacen llegar para certificar que la gente de Huelva está orgullosa de su festival?

-Creo que en los últimos años se ha notado cierta mejora en la programación. En nueve años, lógicamente, hemos pulido muchas cosas. Nos estamos trayendo películas que vienen de grandes festivales, variadas y de todo tipo. El propio equipo me incita a que arriesguemos más. Lo más importante en las últimas ediciones es que tenemos una nota media de notable con las votaciones que hace el público. Un recuento de votos que, además, pasa por notaría. La media de la sección oficial es un notable y la del resto es similar. Es la mejor valoración que se puede hacer de una programación, que tú público la ve y la vota. Nos encanta que haya tanto público en el festival porque estamos en un momento en el que las salas de cine no tienen la afluencia que tenían. Un festival tiene una función importante y no sólo para un público adulto, sino para el más joven. Que miles de niños de Huelva y su provincia vean cine en pantalla grande también es una forma de trabajar en esa educación para que el cine no se pierda como evento cultural. Que se llenen las salas es fundamental

para nosotros y en los últimos años estamos teniendo muchos llenos en varias sesiones y con colas para entrar tremendas y eso nos hace muy felices. Al final nos dedicamos a que el público disfrute del cine en pantalla grande.

«Creo sin lugar a dudas que el festival es posiblemente el evento cultural más importante de la provincia»

-Se comentó en la presentación del festival y se ha repetido muchas veces que es un símbolo y un emblema de Huelva ¿A qué altura lo colocaría en comparación con otras cosas importantes de la provincia?

-Creo sin lugar a dudas que el festival es posiblemente el evento cultural más importante de la provincia. Es una opinión muy personal y no porque dirija el festival. Si hablas de Huelva en Latinoamérica muchos de los compañeros cineastas del otro lado del Atlántico conocen la ciudad más allá de los eventos históricos por el Festival de Huelva y eso es una realidad. Cuando empecé como director en 2016 y viajaba me di cuenta de eso. Es muy interesante lo que ocurre con el Festival, que es un símbolo, un sello, que traspasa fronteras y que nos parece algo muy importante. Es además el festival de cine más veterano de Andalucía y es algo de lo que hay que sentirse muy orgulloso.



-Y quizás más aún en un momento en el que el cine andaluz está en auge, ¿verdad?

-El cine andaluz está en muy buen momento. Es verdad que siempre estamos, y te hablo como cineasta andaluz y no como director, con la financiación, con el reto y la tarea de que sea mejor. Pero a pesar de todo tenemos un talentazo andaluz espectacular. El talento andaluz en nuestro festival va recorriendo prácticamente todas las secciones, entre ellas en Acento. Está 'Golpes', la ópera prima de Rafa Cobos, guionista de muchas de las películas de Alberto Rodríguez, que también está con 'Los Tigres', que es precisamente una película rodada en Huelva, que nos parecía un cierre muy bonito. Además, Alberto fue premio Ciudad de Huelva en la época de la pandemia y no pudo recoger su premio. Creo que hay mucho talento andaluz y los proyectos son muy interesantes y también abrimos con una película de dos onubenses, tanto quien la dirige, Esteban Magaz, como quien la protagoniza, que es Jesús Hermida en el documental 'Descifrando a Hermida'. También estamos en un momento importante de valorar nuestra cultura y ahí se está notando que estamos ya creyendo mucho más, y todavía nos queda, en el talentazo que hay en esta tierra. Y habló también de los siglos anteriores con música, poesía, literatura y también el cine. Hay que seguir trabajando para potenciar el talentazo que hay aquí en esta tierra.

The New York Times
The Athletic

Amazon steps up attempts to block illegal sports streaming via Fire TV Sticks



By **Adam Leventhal**

Nov. 12, 2025 Updated 8:22 am GMT+1

Amazon is rolling out a tougher approach to combat illegal streaming, with the United States-based tech company aiming to block apps loaded onto all its Fire TV Stick devices that are identified as providing pirated content.

The move is outlined in a new documentary episode of The Athletic FC Podcast, The Underground World of Illegal Streaming, which looks into the role played by Amazon Fire Sticks in the growing sports piracy market.

Exclusive data provided to The Athletic from researchers YouGov Sport highlighted that approximately 4.7 million UK adults watched illegal streams in the UK over the past six months, with 31 per cent using Fire Stick (this has become a catch-all term for plug-in devices, even if not made by Amazon) and other IPTV (Internet Protocol Television) devices. It is now the second-most popular method behind websites (42 per cent).

Amazon launched a new Fire TV Stick last month — the 4K Select, which is plugged into a TV to facilitate streaming via the internet — that it insists will be less of a breeding ground for piracy. It comprises enhanced security measures — via a new Vega operating system — and only apps available in Amazon's app store will be available for customers to download.

While Fire Sticks are not illegal, the software loaded onto them can cause issues.

Sports rights holders and other broadcasters have long been frustrated with previous iterations of the Fire TV Stick device due to its open developer software. Unauthorised third-party apps providing illegal streaming platforms can therefore be easily 'side-loaded' onto the system. These platforms are often subscription services that are far cheaper than legal sports providers — usually costing £40 to £60 (\$50 to \$80) per year — and can fund criminal networks.

Amazon insists the clampdown will apply to the new and old devices, but registered developers will still be able to use Fire Sticks for legitimate purposes.

"Piracy is illegal and we've always worked to block it from our app store," an Amazon spokesperson told The Athletic. "We'll now block apps identified as providing access to pirated content, including those downloaded from outside our app store. This builds on our ongoing efforts to support creators and protect customers, as piracy can also expose users to malware, viruses and fraud."

Amazon has worked with the Alliance for Creativity and Entertainment (ACE), which fights piracy on behalf of more than 50 media companies, on the new initiative.

"It's my obligation and my job to pull together the data to help these companies make informed decisions and that's something that we work on with Amazon," said Larissa Knapp, who is chief content protection officer for the Motion Picture Association, which heads up ACE. "We're committed to helping them succeed in this space."

The former FBI agent, who features in the podcast episode, says that although many companies have "aggressive programmes to prevent illegal streaming", the "criminals get creative" and therefore "intelligence sharing and partnerships are so critical".

The roll-out has started in Germany and France and will be expanded globally in the coming weeks and months.

Over the summer, The Athletic learned that Amazon had sporadically started blocking apps suspected of being linked to illegal sports streaming.

Multiple sources within the industry outlined the reasons for the move, including that top Amazon bosses had been contacted by law enforcement officials in the U.S. due to a threat to national security emanating from the APAC (Asia Pacific) region, as a result of malware loaded onto the devices. Malware is software that can be used to steal data from users or enable other forms of cybercrime.

Amazon pushed back on that precise claim and said it would not comment directly on specific interactions with law enforcement but said it “works with industry partners and relevant authorities to combat piracy and protect customers from risks”.

Asked directly about four illegal streaming apps that had been disabled, it confirmed it was because those apps were “exhibiting malicious behaviour”.

Amazon added: “Safeguarding our customers’ security is of the utmost importance, and we regularly monitor for and take action against potentially harmful third-party apps.”

Gareth Sutcliffe is a leading tech researcher from Enders Analysis, who speaks on a range of topics in the episode, including the role of the Fire TV Stick device. He says that the previous — and still widely used — device made by Amazon “enables piracy” and that it’s “a broadly risky device for consumer safety”.

Sutcliffe says it “provides a very easy path for malware to enter into a home-computing environment”, there were “policies around developing apps for that device that Amazon took a certain position on and broadly got wrong” as they had made “an open computing device” that was a playground for “a whole world of nefarious actors”.

Amazon said “pirated content violates our policies” and “compromises the security and privacy of our customers”, adding that it “protects customers from the risks associated with pirated content”. “We warn customers of the risks associated with installing or using apps from unknown sources,” it said.

Amazon’s move to stem the tide of illegal sports streaming will be welcomed by other stakeholders, including sports organisations such as the Premier League, whose Singapore office is largely focused on anti-piracy issues. UEFA recently became the first sports governing body to join ACE to clamp down on the theft of copyrighted content and has TV rights agreements with Amazon to show Champions League fixtures.

The New York Times
The Athletic



Streameast: How the authorities took down the world's largest illegal sports streaming platform

Adam Leventhal

Nov. 11, 2025

Online reaction to the news about September's takedown of Streameast, the world's largest illegal sports streaming platform, was instructive. Sadness from users was coupled with defiance from other commenters, YouTubers and forums.

The premise: Streameast is dead, long live Streameast.

For those working in anti-piracy, a battle may have been won, but not the war.

"I'm under no illusion that I've obliterated the Streameast brand off the face of the earth," says Larissa Knapp, who spearheads the Motion Picture Association's long-term anti-piracy operations.

She knows it is a game of whack-a-mole: “When we take one down, five more will come up or more, because folks have that brand recognition.”

The admission from Knapp features in a new special episode of The Athletic FC podcast, The Underground World of Illegal Streaming, which includes exclusive insight into how the operation to disrupt the infamous piracy site — in collaboration with Egyptian authorities — unfolded.

“Streameast is a brand that has become so common,” Knapp explains, recounting an exchange with her son who had seen the news and questioned whether the ‘real’ Streameast had been taken down. “I analogised this to him. So when you say, ‘Hey mom, my nose is runny, can you gimme a Kleenex?’, Kleenex is a brand. What you actually mean is tissue, and this is Streameast.”

The former high-ranking FBI agent continues: “We had the previous Streameast — targeted by U.S. Homeland Security Investigations in 2024 — and then obviously a bunch more copycat sites came up. The most recent Streameast, the one the Egyptian authorities took down, was a copycat site.”

But it was the biggest, with an audience of 136 million global users every month.

Here, The Athletic follows “the digital breadcrumb trail”, as Knapp puts it, that ended near the ancient pyramids in Egypt.

“What is Streameast?” ponders Dani Bacsa, one of the lead investigators for the Alliance for Creativity and Entertainment (ACE), in the episode. “It’s not a single domain (or) website. More than anything, it’s a piracy brand.”

United States-based organisation ACE — led by the Motion Picture Association — works on anti-piracy issues for a group of more than 50 media brands, including sports rights holders and governing bodies like UEFA, which runs European football. Exclusive research carried out for The Athletic found that almost five million people in the UK consumed pirated sports coverage over the past six months.

The investigation into Streameast, which, across its various iterations, provides a variety of illegal sports streams, began in late 2023. It centred on one domain of interest as a starting point: www.streameast.app. ACE’s live sports piracy working group first flagged it, and then DAZN raised it as one of its priority targets.

Bacsa explains in the documentary — covering the culture, crime and crisis associated with illegal streaming — that the site was part of a cluster of more than 120 domains with the largest audience of any Streameast-branded service. “This ring is the largest by number of viewers, with annual visits of between 1.2billion and 1.6billion users,” he says.

The digging would ultimately link the site to Egypt, but that significant audience was international: “The majority of the traffic going to that service came from the U.S., from Canada or the UK,” he says.

In addition to its huge reach, the site’s resistance to takedown notices and warnings made it “a high priority target”.

From monitoring trends, traffic and using legal discovery tools (which can oblige legitimate service providers that may unknowingly be linked to a criminal operation to provide information), the investigation honed in on an IP address in Egypt.

From there, investigators followed the digital money trail. “We found one of the companies’ crypto movements, so we went through this rabbit hole,” says Bacsa, who soon realised the operation was multi-jurisdictional.

“It led to an offshore shell company that funnelled the funds to two locations: one in the APAC (Asian-Pacific) region and one in Dubai.”

It turned out an Egyptian national was the lynchpin behind the entities, who had a diversified portfolio. “Real estate, cash, other crypto movements,” says Bacsa, who adds that gold bars have often been found, and explains that the aim was to spread the funds widely to avoid detection.

But there’s always a trail: “The funds left a fingerprint,” he adds.

Bacsa says criminal networks previously used cryptocurrencies for a perceived level of “anonymity” but “that’s not the case today”, with law enforcement and private entities having the “ability to trace movements”.

Approximately £150,000 (\$200,000) was discovered in multiple crypto wallets. The site had also generated advertising revenue of £4.9million. Often referred to as ‘malvertising’, illegal streaming sites sell advertising space to other criminals that — via pop-ups that pollute the user’s experience — can plant malware onto devices that can steal data or facilitate other forms of cybercrime.

The levels of wealth behind the site allowed ACE to hand over evidence to the Egyptian authorities in June. Relying on support and action from overseas law enforcement bodies is one of the greatest hurdles for those trying to combat piracy, often due to differing regional views on illegal streaming and anti-piracy laws.

In this case, Egyptian officials agreed that action should be taken, so they set a date for “the raid and arrests”, explains Bacsa, who is based in Brussels.

The operation involved 22 officers in two locations and took place on August 24, 2025. It targeted two individuals at their residences in El Sheikh Zayed, approximately 20 miles west of Egypt’s capital, Cairo.

The two men were arrested on suspicion of copyright infringement. Police released a photograph of them (with heads obscured) standing in front of the items seized in the raid. The Athletic has learned their professions, but due to ongoing legal proceedings, we cannot reveal the information. At the time of publishing, they were still being detained by Egyptian law enforcement officials.



This image shows the items seized in the raid Alliance for Creativity and Entertainment. Among the confiscated items were three laptops and four smartphones used to operate the sites, as well as 10 credit cards that contained approximately £95,000. Stacks of cash and documents related to shell companies were also discovered.

The investigation into the financial scale of the operation has continued since the arrests. Further advertising revenue of £2.7m has been identified, taking the total to almost £7.6m. Seized cash, combined with further crypto discoveries, totals £450,000.

Identifying whether the collection of sites is associated with other Streameast domains is an ongoing process involving investigations in multiple jurisdictions.

Bacsa says focusing on “the worst of the worst criminal networks” is vital, as they involve “money laundering, tax evasion and other forms of organised crime”. His aim is to continue to “hit them where it hurts the most and the rest will follow”.

One Reddit blog, claiming to be from the ‘original’ Streameast — which had previously been targeted — highlighted that it was still up and running and people should not “use fake sites”.

Bacsa believes other Streameast sites will aim to capitalise on the disruption to the service from Egypt, as users search for alternatives or copycat sites. He says they are monitoring the “ripple effect”.

The New York Times
The Athletic



What happened to Streameast? Why was it important?

TIM SPIERS NOV 11, 2025

How many of your family and friends (that you know of) have watched sport via an illegal stream?

The number of people who readily admit to doing so is pretty startling — and it is on the rise. For many fans, illegally watching a football match has become a staple part of their ritual.

As Jacob Whitehead explained in yesterday's TAFC, research from YouGov Sport and The Athletic estimates nearly one in 10 UK adults watches sports via illegal methods. That's around five million people.

Streameast was the world's biggest player in illegal sports streaming, but in September, it was taken down after a year-long investigation that found a network of 120 unauthorised domains generated up to 1.6 billion combined annual visits to sites that showed not just Premier League football, but also the Champions League, as well as NFL, NBA and MLB.

How did the authorities bring down Streameast — effectively a "piracy brand", as one of the investigators says in Adam Leventhal's brilliant podcast?

Well, United States-based organisation ACE — led by the Motion Picture Association — followed a trail to Egypt and Dubai and uncovered advertising revenues of almost £7.6million (\$10m), as well as seizing cash totalling £450,000, with two men arrested near Cairo, where confiscated items included laptops, phones and credit cards.

Can illegal streaming be beaten?

It's safe to say the Streameast raid didn't prompt an outpouring of disgust and outrage from football fans over the large-scale illegal activities taking place.

The price of watching football, with the increasing number of subscription services, has become prohibitive to many fans. Just for Premier League and Champions League games in the UK, you have to sign up for Sky Sports, TNT Sports and Prime Video, which cost around £70 a month combined.

Plus, unlike outside the UK, where subscriptions generally include all Premier League games, the Saturday 3pm blackout (which prohibits broadcast of matches between 2.45pm and 5.15pm on Saturdays) limits what domestic viewers can watch.

Thus, streaming sites are becoming increasingly popular. Streameast suffered a blow but other versions of the website might still exist, and many illegal alternatives are operating.

As Adam reports, it's a game of whack-a-mole trying to shut them down. "When we take one down, five more will come up or more, because folks have that brand recognition," Larissa Knapp, an anti-piracy expert, told him.

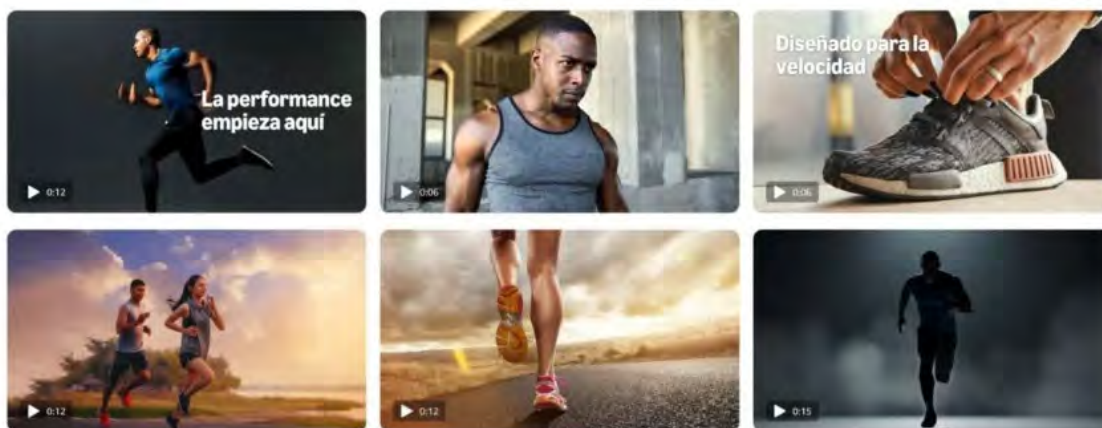
Investigators know other Streameast sites will look to capitalise on the disruption, with people searching for copycats and alternatives.

It's a fascinating topic from a moral and legal point of view and is well covered in Adam's in-depth investigation, which goes deeper via his podcast.

Video Generator, la herramienta de Amazon, llega a España

Amazon Ads lanza "Video Generator": su herramienta de IA para crear anuncios en minutos

La nueva herramienta de Amazon Ads permite a cualquier empresa generar anuncios en vídeo con IA en solo 5 minutos y sin recursos extra.



DIGITAL MARKETING

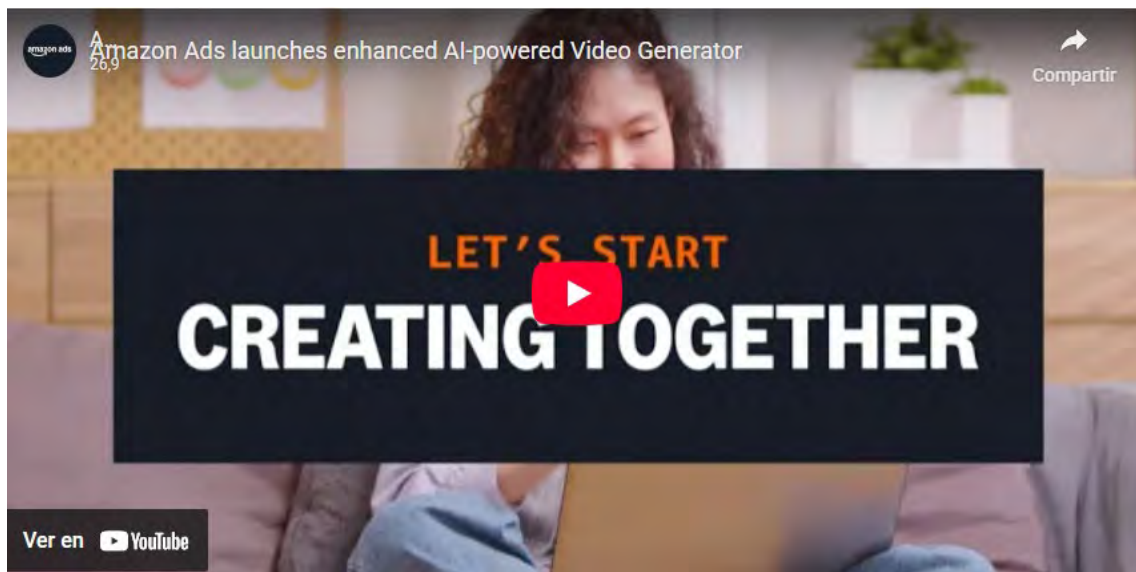
Escrito por **Valeria Rodriguez** 12 noviembre del 2025 a las 10:46

La inteligencia artificial de Amazon Ads da un paso más en su expansión internacional con el lanzamiento en España de Video Generator, su herramienta de generación de vídeos impulsado por IA. Diseñada para que todos los anunciantes de todos los tamaños puedan crear contenido audiovisual de calidad profesional en cuestión de minutos, esta tecnología promete transformar la forma en que las marcas se comunican con los compradores dentro del ecosistema de Amazon.

«Crear vídeos publicitarios siempre ha sido un proceso costoso y complejo», explica Kabir Bedi, Head of Product, Image and Video Generation en Amazon Ads, en una conversación con MarketingDirecto.com – MKD. «Muchas pequeñas y medianas empresas simplemente no se lo podían permitir. Sabemos, sin embargo, que a los consumidores les encantan los vídeos, especialmente en el entorno móvil. Con Video Generator estamos cerrando esa brecha», señala.

Vídeos realistas en minutos, sin necesidad de recursos adicionales

La herramienta, que ya opera en mercados como Estados Unidos, Francia o Alemania, se integra directamente en el Creative Studio de la consola publicitaria de Amazon. Desde ahí, los anunciantes pueden generar hasta seis versiones de vídeo en tan solo 3 a 5 minutos, simplemente introduciendo el nombre de su producto. No se requieren recursos adicionales, ni conocimientos de edición, ni presupuestos elevados.



Asimismo, Amazon destaca que la IA analiza los detalles del producto, su ficha en Amazon.es y su contexto de uso, para generar vídeos con escenas realistas, transiciones suaves y música adaptada al tono de la marca. Además, los anunciantes pueden subir logotipos, editar texto, cambiar el audio o ajustar la duración de las escenas antes de lanzar sus campañas.

«Lo único que tiene que hacer el anunciante es escribir el nombre del producto y pulsar 'Generar'. En unos minutos, la herramienta crea seis vídeos personalizables. Lo que estamos haciendo es democratizar el acceso a la publicidad en vídeo», detalla Bedi.

El fotorrealismo y la coherencia de marca como pilares de la herramienta

Una de las innovaciones clave de Video Generator es lo que Amazon denomina «fotorrealismo mejorado»: la capacidad de la IA para representar productos en contextos reales de uso. «Cuando un modelo se pone un reloj o vierte leche en un vaso, el movimiento de la ropa o el líquido es natural, como en la vida real», explica el Head of Product. «Esa naturalidad es la que permite conectar mejor con el comprador».

Bedi también subraya que la autenticidad de marca es una prioridad: «Aplicamos filtros de entrada y salida durante todo el proceso de generación para garantizar que el resultado sea fiel al producto y coherente con la identidad visual de la marca», afirma. «Además, ofrecemos varias versiones del vídeo para que los anunciantes puedan elegir la que mejor se alinee con su tono y mensaje».

Más de un 400% de crecimiento en adopción

Desde su lanzamiento en Estados Unidos, la herramienta ha mostrado una adopción acelerada. Amazon Ads reporta un crecimiento del 400% trimestre tras trimestre en el número de campañas creadas con Video Generator, y destaca que más del 60% de los productos promocionados con esta herramienta nunca se habían anunciado antes en formato vídeo.

Según Bedi, estos datos reflejan un cambio de paradigma: «Estamos viendo cómo los anunciantes que nunca habían hecho publicidad en vídeo se animan a probarla. Y las grandes marcas, que antes solo usaban vídeo para sus productos estrella, están empezando a aplicarlo a un catálogo más amplio».

El lanzamiento de Video Generator forma parte de una estrategia más amplia de Amazon Ads para integrar la inteligencia artificial generativa en su suite de herramientas creativas. Tras el éxito de Image Generator, centrado en la creación de imágenes publicitarias con IA, la compañía apuesta ahora por el formato audiovisual, un terreno cada vez más determinante en la publicidad digital.

«Nuestro objetivo es que cualquier anunciante, sin importar su tamaño o recursos, pueda contar la historia de su producto de forma atractiva y realista», resume Bedi. «La IA no reemplaza la creatividad humana; la potencia y la hace accesible a todos».

Un paso más en la estrategia de IA de Amazon Ads

Con el lanzamiento de Video Generator, Amazon Ads no solo añade una herramienta más a su ecosistema creativo, sino que redefine el acceso a la producción audiovisual publicitaria. En un entorno en el que los vídeos son el formato preferido por los consumidores, esta nueva propuesta promete democratizar la creatividad y reducir las barreras de entrada para las pymes. Es de esta manera como, ahora, cualquier marca española puede generar un anuncio de vídeo profesional en minutos, sin presupuesto y con el respaldo tecnológico de Amazon.

PuroMarketing

Noticia PUBLICIDAD 12 Noviembre 2025

La inteligencia artificial agéntica de Amazon revoluciona la publicidad digital simplificando la gestión de campañas para el mercado masivo de anunciantes

Por **Redacción** - 12 Noviembre 2025

La tecnología publicitaria atraviesa una profunda transformación impulsada por la inteligencia artificial agéntica, una capacidad que va más allá de la simple automatización reactiva para dotar a los sistemas de autonomía, razonamiento y la facultad de actuar de manera proactiva.

Amazon, consciente de esta evolución, ha formalizado su hoja de ruta para democratizar su ad stack, un movimiento estratégico que busca expandir su base de anunciantes y simplificar el acceso a inventarios complejos. Este cambio de enfoque, palpable a finales de 2025, señala una inclinación definitiva hacia el mercado masivo, haciendo que las sofisticadas herramientas de rendimiento que antes solo estaban al alcance de las grandes corporaciones y sus agencias especializadas, sean ahora utilizables por pequeños y medianos anunciantes. El objetivo principal es reducir drásticamente la barrera de entrada y la curva de aprendizaje, permitiendo que la plataforma publicitaria opere de forma continua y optimizada, sin depender de la intervención constante de especialistas en trading o de complejos equipos operativos.

Este impulso agéntico representa una redefinición del papel humano en la gestión de campañas. Los anunciantes ya no están relegados a la labor manual de configurar múltiples parámetros o a la tediosa tarea de extraer datos de plataformas dispares. La tecnología se convierte en un compañero que ejecuta, mientras el profesional se centra en la visión y la estrategia de alto nivel. Herramientas de IA agéntica están siendo desplegadas para asumir funciones que abarcan desde la generación creativa hasta la recomendación de targeting y la escritura de complejas consultas de Amazon Marketing Cloud (AMC) mediante lenguaje natural. Esto se traduce en una eficiencia operativa nunca vista, con pruebas iniciales que sugieren que el tiempo de construcción de campañas podría reducirse hasta en un 67 por ciento.

Esta simplificación es la clave para atraer a un segmento de anunciantes que históricamente ha considerado la publicidad programática como algo demasiado opaco, costoso o técnicamente exigente.

Los pilares de esta nueva arquitectura agéntica se manifiestan en productos duales que trabajan de forma coordinada.

Por un lado, el Creative Agent funciona como un director creativo digital, capaz de generar activos y ahora, tras su expansión anunciada en noviembre de 2025, de integrar formatos de publicidad en Streaming TV y Sponsored TV a través de la consola unificada de Amazon Ads. Este agente conversacional permite a los anunciantes describir sus necesidades creativas y ver cómo el sistema construye, refina y ajusta los activos visuales y de vídeo, siempre bajo la supervisión humana y respetando los límites de seguridad de marca establecidos. Por otro lado, el Ads Agent se centra en la estrategia y la planificación. Un modo agéntico denominado Full-Funnel Campaigns puede configurar y ajustar campañas multiformato a través de Sponsored Products, Sponsored Brands, display y streaming TV desde una única instrucción. Este sistema interpreta planes de medios, estructura las campañas, recomienda presupuestos y expone insights de AMC, transformando las tareas de analítica de datos en decisiones accionables con un solo clic a través de Guidance Cards.

La promesa de Amazon Ads se centra en la orquestación del rendimiento en el embudo completo de compra.

La IA agéntica está diseñada para unificar las campañas a lo largo de múltiples formatos y canales, buscando ganancias que superen el mero incremento incremental. Este enfoque de optimización integral, donde el Ads Agent aprende y se ajusta continuamente, tiene como objetivo asegurar que cada elemento de la estrategia publicitaria esté "optimizado al milímetro". La transparencia juega aquí un papel crucial, permitiendo a los usuarios inspeccionar y ajustar las decisiones tomadas por la IA, un factor vital para la confianza del anunciante. Aunque la automatización se profundiza, el proceso final de aprobación de la creatividad sigue requiriendo el visto bueno del anunciante, manteniendo la responsabilidad humana sobre el mensaje de marca.

La aplicación del célebre "volante" de Amazon a su negocio publicitario dibuja un ciclo de aceleración con implicaciones económicas directas. La simplificación de las herramientas reduce la experiencia necesaria para empezar a anunciar. Una menor barrera de entrada amplía el grupo de compradores continuos. Más anunciantes impulsan un gasto incremental en el inventario minorista y de streaming, lo que agudiza las señales de medición y mejora la optimización. Un mejor rendimiento conduce a la reinversión y el ciclo se acelera. En este contexto, la demanda del inventario publicitario de Amazon podría intensificarse, lo que, en teoría, podría llevar

a un aumento de los CPM (costes por mil impresiones) a largo plazo. Los desarrollos implementados en los meses transcurridos de 2025, como la ampliación del acceso a Amazon Marketing Cloud, están preparando el terreno para un sistema publicitario que se basa en la demanda constante impulsada por una base amplia, replicando la trayectoria de crecimiento sostenido observada en plataformas como Google y Meta. Este capítulo, impulsado por la IA agéntica, consolida la publicidad como una palanca de margen fundamental para la estrategia global de Amazon.

PuroMarketing

Artículo PUBLICIDAD 12 Noviembre 2025

El anuncio de Audax y la factura de la publicidad tradicional: un coste de miles de euros frente a la inmediatez de la IA que amenaza miles de empleos creativos

La inteligencia artificial amenaza miles de empleos creativos en el sector audiovisual para 2026.



Por **Redacción** - 12 Noviembre 2025

La industria publicitaria se encuentra en plena transformación, impulsada por un terremoto tecnológico que redefine los costes, los tiempos de producción y, sobre todo, el valor del trabajo creativo tradicional. El caso de Audax Energía y el empresario José Elías sirve como una poderosa instantánea para ilustrar esta histórica transición. Hace apenas unos años, la creación de una campaña audiovisual con aspiraciones de gran alcance implicaba la movilización de ingentes recursos económicos y humanos.

El vídeo de "Brave Her", concebido para la comunicación en plataformas digitales de Audax, supuso una inversión significativa, con cifras que, según se comenta en el sector, alcanzaron o incluso superaron los 100.000 euros. Esta cuantía monumental no solo cubrió los gastos de la agencia creativa Inspire World, sino también la logística de desplazamientos a localizaciones como Escocia, la contratación de un equipo extensísimo que incluía guionistas, maquilladores, runners e iluminadores, llegando a

involucrar temporalmente a cerca de trescientas personas en el proceso completo, desde la conceptualización hasta la postproducción. Este modelo, lento, caro y dependiente de una compleja coordinación de especialistas, representa la caduca estructura de la publicidad que el mercado digital está obligando a dismantelar.



El contraste con las capacidades actuales es brutal y marca el inicio de una nueva era. La Inteligencia Artificial ha pasado de ser una promesa futurista a una herramienta operativa que reduce la barrera de entrada para la producción de contenidos de alta calidad. Lo que antes demandaba meses de trabajo y una inversión de seis cifras, ahora puede materializarse en cuestión de semanas con una fracción mínima del presupuesto original.

Un anunciante que hoy, en noviembre de 2025, quisiera replicar el anuncio de Audax con herramientas de IA, podría lograrlo en un mes, frente a los cuatro meses que requeriría la producción convencional. El coste se desploma hasta un 90% del desembolso previo, permitiendo que una sola persona, con un equipo informático avanzado, gestione y ejecute gran parte de la creación, desde la generación de prompts hasta el montaje final. Esta realidad no es una mera hipótesis; ya se están viendo implementaciones pioneras. El ejemplo de Banco Santander en México, que llevó a cabo su primera campaña 100% asistida por IA, es un testimonio claro: lograron una producción completa en un solo mes con solo el diez por ciento del coste histórico para una campaña de esa envergadura, a pesar de la controversia social inicial sobre el desplazamiento laboral.

Esta drástica reducción en tiempo y coste otorga a las marcas una ventaja estratégica incalculable: la capacidad de iteración y la inmediatez. En un mercado de la atención que se rige por las tendencias fugaces de las redes sociales, la velocidad de respuesta es oro. La publicidad tradicional, con sus largos ciclos de aprobación y rodaje, es

inherentemente rígida y llega tarde. Ahora, una marca puede basar su narrativa en un fenómeno cultural viral, como el comentado incidente del CEO en la pantalla gigante de Coldplay, y tener un anuncio relevante y finalizado en la calle en una semana.



Esta agilidad no tiene precio y convierte los vídeos de larga duración y producción cara, como el de Audax, en reliquias obsoletas, especialmente en plataformas como YouTube, donde la retención de dos minutos para un anuncio no pagado es casi nula. La IA permite a los departamentos de marketing ser menos grandes productoras de cine y más ágiles laboratorios de contenido que prueban y desechan ideas a la velocidad de la luz. El presupuesto que antes se destinaba a una sola campaña de peso, ahora financia diez iniciativas más pequeñas, rápidas y, fundamentalmente, adaptables.

Sin embargo, el avance inexorable de la tecnología proyecta una sombra inquietante sobre el futuro del empleo creativo y de la producción audiovisual. La optimización del proceso creativo, aunque positiva para la cuenta de resultados de las empresas, tiene un inevitable componente humano. El amplio abanico de profesiones que se sustentaban en el engranaje de una producción tradicional —desde el editor de vídeo hasta el guionista o el especialista en iluminación— se enfrenta a una obsolescencia acelerada.

Existe una preocupación real y una predicción radical que sitúa el impacto laboral de la IA en el centro del debate: en el transcurso del próximo año, 2026, se estima que al menos la mitad de la población conocerá personalmente a alguien de su círculo que haya sido despedido directamente debido a la implementación de la Inteligencia Artificial en su sector. El despido no siempre es frontal; a menudo, se manifiesta como una falta de nuevas contrataciones o encargos, ya que las tareas se resuelven internamente con herramientas automatizadas, como el ejemplo de la edición de podcasts o el recorte de contenidos. La advertencia es clara: la productividad y la

adaptación a la IA dejan de ser una opción de mejora para convertirse en una cuestión de supervivencia profesional. Quienes deseen asegurar su posición en el futuro del medio publicitario deben integrarse de forma proactiva con las nuevas herramientas, redefiniendo sus roles y buscando donde la interpretación humana y el toque diferencial aún superan al algoritmo, que, si bien es rápido y barato, todavía requiere de la dirección y la sensibilidad de un profesional para lograr la máxima eficacia y resonancia.

Rafael García Garrido planea una plataforma de toros en streaming

El empresario analiza cómo explotar nuevos formatos audiovisuales para conectar con una audiencia más amplia sin renunciar al valor de los festejos en vivo



Rafael García Garrido, empresario de las Ventas y Nautalina.Toros

David Jaramillo Creada: 12.11.2025

Rafael García Garrido no se conforma con llenar las plazas: ahora quiere colarse en los hogares. El empresario está trabajando en la creación de una plataforma televisiva para emitir festejos taurinos en directo, un proyecto que, aunque aún en fase de estudio, podría transformar por completo el consumo del toreo en España y fuera de ella.

El también presidente de ANOET lo dejó claro en una reciente entrevista radiofónica: "Lo he pensado, lo pienso y lo estoy trabajando", aseguró sin rodeos. Aunque matizó que entre idear algo y conseguir que se materialice hay un trecho, la propuesta no es un simple deseo. Dentro del sector taurino, ya se perfila como una de las grandes estrategias que se pondrán sobre la mesa en los próximos meses.

El mayor reto ya no parece ser la tecnología, sino la mentalidad. Durante años se temió que la televisión en abierto restara público en las plazas, pero los datos de la última Feria de San Isidro demuestran justo lo contrario. "Ha sido una de las ediciones con mayor difusión y mejores cifras en taquilla", apuntó. El miedo, según él, ha desaparecido.

La lógica es sencilla: si más ojos pueden ver toros, más interés se genera. Y en un mundo donde todo se consume desde el móvil o el sofá, una plataforma estable, con calidad y criterio, podría ser el empujón definitivo para renovar la conexión entre la fiesta y la audiencia contemporánea.

García Garrido también dejó entrever que la Feria de San Isidro 2026 volverá a contar con presencia televisiva. Está en conversaciones para repetir la fórmula y no descarta que sea en abierto: "Ojalá. Yo estaría encantado", dijo. Lo que parece seguro es que será una feria con máxima visibilidad, dentro y fuera del coso de Las Ventas.

Este movimiento encaja con la estrategia global de ANOET, que apunta a una reestructuración del modelo de negocio taurino. Entre obras, cambios en la junta directiva y nuevos proyectos, la clave pasa ahora por ampliar la forma en que se accede a esta expresión cultural, sin traicionar su esencia, pero entendiendo que el futuro también se juega en la pantalla.

REPORTAJES

HELP! Adivina, adivinanza, ¿esta serie se financia?

noviembre 12, 2025 por Admin

Hay vida más allá de las plataformas y varias maneras de financiar una serie de ficción. Este reportaje es para los creadores y productores que estáis empezando, para que recorráis el camino que más le convenga a vuestro proyecto. *Por Marina F. Fuentes*



Rodaje de 'Express' T2 (Foto: María Heras)

Antes de empezar a dirigirme a los productores, permitidme que me dirija a los creadores en primer lugar. El desarrollo de una serie puede durar meses, pero también años. Y cuando digo años, quiero decir varios años de vuestras vidas en los que tendréis que estar dispuestos a recorrer una carrera de fondo llena de obstáculos.

Por eso, aquí van algunos consejos que os pueden ayudar en el proceso, para que por lo menos, veáis venir las piedras con las que os tropezaréis seguro. Porque nos ha pasado a todos. ¡Pero oye, mejor caer con las manos por delante! Si bien estas primeras recomendaciones van dirigidas a los creadores, también estad atentos como productores, que hay contratos y pagos de por medio de los que os tenéis que encargar.

Para los creadores que estéis empezando, comencemos por un breve dossier. Este siempre ayuda a que conozcan vuestro proyecto y, recordad, también a vosotros como creadores. Puede ser que una serie no sea la que encaje en una productora en ese momento, pero sí vosotros y vuestro estilo a la hora de presentar la serie.



‘Bojos per Molière’

No os volváis locos, el primer dossier para aproximarnos a las productoras tiene que ser lo más conciso posible. Idearlo como una carta de presentación, con imágenes que muestren el tono del proyecto y textos cortos que permitan visualizar vuestro estilo escribiendo. El género de la serie, el target (público al que va dirigida), cuántos capítulos tiene y si la temporada es autoconclusiva o está pensada para hacer más temporadas, dos pinceladas atractivas sobre los personajes protagonistas y una página sobre vosotros. Recordad: menos es más en esta fase tan embrionaria.

También puede ayudaros mucho crear un one page: una sola página que sintetiza los datos del proyecto. Título, sinopsis corta, guionistas, género, número de capítulos... Se trabaja mucho con este documento en los foros como los festivales o mercados, porque ayuda a visualizar rápidamente muchos proyectos.

Por eso, tenéis que conseguir que destaque. No se trata de utilizar fosforitos, se trata de hacerlo único. Si, por ejemplo, tenéis un título o una imagen sugerente, podéis potenciar estos elementos. Si lo que prima es el nombre del talent, porque tenéis a un

director con trayectoria que está interesado en el proyecto, darle más peso a esto. O si por ejemplo habláis de algo basado en hechos reales significativos con mucho gancho, que sea esta información la primera que se lea. Se trata siempre de potenciar los elementos que sintáis que pueden ser más atractivos.

Creadores: ¿por qué no vais a extenderos con estos materiales si son para dirigirlos a una productora? Porque el 99% de las veces no son remunerados, son considerados cartas de presentación. Cuando una productora quiera hacer un dossier de venta, porque apueste por vuestro proyecto y quiera empezar a financiarlo, tendréis que negociar para firmar un contrato por la escritura de materiales.



‘Millennial mal’

El dossier de venta normalmente es un trabajo en conjunto entre los creadores, el equipo de desarrollo y el equipo de marketing de la productora y los diseñadores, que suelen ser empresas externas o autónomos con los que trabajan las productoras. Se suele incluir sinopsis, ficha (con el género, target, números de capítulos, serie o miniserie, autoconclusiva o no y datos relevantes), descripción de personajes (principales y secundarios), referencias visuales, bio de los creadores y bio de la productora.

Para hacer crecer el dossier, dependiendo de los elementos que se quieran potenciar, se pueden incluir notas de los creadores, de los directores y de los productores. También se pueden incluir sinopsis de los capítulos, incluso un tratamiento y un planteamiento de la segunda temporada.

Un videopitch que ayude a entender la serie o un videoreel de los directores mostrando sus trayectorias también pueden jugar papeles importantes en los dossiers que se presentan a las ayudas públicas.

Una de las lecciones más importantes para los creadores es que, a no ser que quieras hacerlo de manera personal, no te pongas a escribir un guión como primera acción. Desarrollar una serie exige muchas horas y dedicación. No malgastes tu tiempo para otros si no es de manera remunerada, ya tendrás la oportunidad de empezar la casa por el tejado en otros aspectos de tu vida. Si tienes una idea que crees que puede funcionar, no pienses “sólo es una idea, voy a escribir un piloto para poder moverlo”. Cuídate a ti misma, a ti mismo, cuidando la idea. Sintetízala en un tagline que funcione e intenta reconocer su valor. Crea tu carta de presentación y a vender. Esto nos lleva al siguiente consejo fundamental:

Muy importante antes de empezar a mover tu serie: protege tu proyecto. Regístralo lo antes posible y, por supuesto, antes de empezar a compartirlo. En el registro de la propiedad intelectual trabajan profesionales con los que puedes resolver cualquier tipo de duda, este es su teléfono: 91 720 82 43. Esta es la vía más oficial en España, pero si necesitas proteger tu obra por una oportunidad que te requiera mucha urgencia, puedes hacerlo también a través de Safe Creative. Es una plataforma que te permite hacer un registro online, con validez internacional y que cuenta con la aprobación del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas.



Rodaje de ‘Esto no es Suecia’

Último consejo antes de empezar a vender vuestra serie: lo mejor es que sea una propuesta abierta, que os permita estar preparados para cualquier vuelta que haya que darle. Las productoras, las plataformas, las televisiones, todas van a pedir os ajustes para poder financiarlas de la mejor manera posible, pero no siempre os van a conducir a la serie que soñasteis en un principio. Ahí ya tenéis que valorar si estáis dispuestos a modificarla o no. Una vez que se le pierde el miedo, veréis que es lo más divertido del proceso. Os daréis cuenta de que ahí están los creadores más buscados y que el talento reside muchas veces en los guionistas que están dispuestos a reescribir y reescribir, los que saben recibir las notas y trabajar con ellas para que su proyecto se llegue a producir.

Con respecto a la escritura, como productores tenéis que conocer los tipos de contratos que tienen relación con la compra o cesión de los derechos. Los vais a tener que presentar si queréis financiar parte de la serie con ayudas públicas y por supuesto, siempre tendréis que contar con ellos para hablar con las plataformas y televisiones. Contratos por el desarrollo de los materiales o del tratamiento o el contrato de opción por la escritura del guión. Es importante que los productores sean los que luchen porque estos contratos estén siempre sobre la mesa antes de recibir los materiales.

Los productores deben ser aliados de los guionistas, transmitirles y darles seguridad para que ellos puedan centrarse en la obra que están escribiendo y no en si cobrarán por aquello que están escribiendo. La industria española ha cambiado mucho en este sentido gracias a entidades y sindicatos como DAMA o ALMA, pero no dejemos de hablar sobre ello. Además, como es obvio, los productores también deben ser conocedores de los contratos que harán posible la financiación del proyecto como el contrato de coproducción o los contratos con las plataformas como los llamados DSA y PSA.

Hay que estar preparados para pitchear la serie en cualquier momento. Esto es para los creadores, pero también para los productores. Que tienes que pitchear en el espacio de un mercado en el que todo está planificado con un botón preparado para pasar tus diapositivas, fenomenal. Que tienes que pitchear en una cafetería con un grupo de amigos al lado que están hablando a grito pelado porque te ha citado allí un posible coproductor porque ama ese café, pues... ¡a pitchear! Hay un libro que me gusta recomendar. Se llama 'Cómo hacer un pitch para cine y tv' de Guillermo García-Ramos y tiene tips que están muy bien.

Como productores, una vez que queréis apostar por un proyecto y comenzar a levantar su financiación tenéis que definir una estrategia. Y para eso tenéis que estudiar qué proyecto tenéis entre manos, conocer al milímetro vuestro proyecto. Y para eso lo mejor es hacerse muchas preguntas: ¿qué valores tiene el proyecto?, ¿a qué público se dirige?, ¿en cuánto tiempo y dónde lo vamos a rodar? o ¿qué tipo de presupuesto

necesita este proyecto? Todo esto os va a llevar a resolver la gran pregunta: ¿qué modelo de financiación vais a seguir? Es decir, ¿a quién os vais a dirigir en primer lugar? ¿A una plataforma, a las televisiones públicas, a las privadas, a los fondos europeos? ¿O vamos a empezar por los laboratorios con creadores noveles?



‘Déjate ver’ (Foto: Javier de Agustín)

Es muy interesante (creadores y productores), llevar los proyectos a laboratorios y programas especializados en el desarrollo de series. La mayoría de las veces ambas figuras tienen que ir de la mano, para “asegurar” que el proyecto está diseñado desde el principio con la intención de ser producido, aunque normalmente en estas formaciones y acompañamiento de proyectos el actor principal vaya a ser el creador. Estos espacios suelen ayudar a los creadores a desarrollar la serie con tutores y a prepararla para la venta. La Residencia de la Academia de Cine, la Residencia de DAMA Ayuda Series, CIMA Impulsa (para mujeres creadoras) o La Incubadora de la ECAM son programas de desarrollo que os recomiendo que estudiéis para hacer crecer los proyectos. Estas instituciones os darán la oportunidad de conectar con productores, plataformas y televisiones, de las que hablamos a continuación.

Con respecto a las plataformas tenéis muchas opciones. Os recomiendo que hagáis un listado con todas las que os interesen (las internacionales como Amazon, HBO Max, Disney+, Apple TV, Netflix o las nacionales como Movistar Plus+ o Filmin) y veáis qué línea de contenidos han seguido hasta ahora y dónde encajaría mejor vuestro proyecto. Eso no os garantiza que no vayan a apostar por un contenido diferente, pero os dará muchas pistas. También hay que estar al día con los directivos y los equipos que

forman. Es fundamental que los conozcáis antes de acercaros a una plataforma u otra porque no lo olvidéis, las plataformas no son sólo una empresa, son las personas que las forman. Con sus ideales, sus trayectorias, sus ambiciones, sus miedos... No son máquinas adoctrinadas, son seres humanos.

El caso de Movistar Plus+, por ejemplo, ha sido muy sonado y ha tenido mucha repercusión en la industria española. Sin querer remover más el tema, porque no es lo que aquí nos ocupa, el mensaje es: manteneos informados. Que vean que os dirigís a una plataforma porque sabéis que vuestro proyecto está hecho para ellos porque los conocéis. Lo ideal es tener contacto con los profesionales de las plataformas y un buen punto de encuentro son los eventos como los festivales y mercados o los pitches organizados por los diferentes laboratorios y residencias. Así les iréis conociendo poco a poco, descubriendo con qué productoras suelen trabajar y con cuáles no. A veces hay más información en lo que no hacen que en lo que hacen. Y es importante que siempre contéis con que (friendly reminder: como son seres humanos) a veces conectarán con vosotras y otras no, porque eso es incontrolable.

Otros grandes financiadores son las televisiones públicas como RTVE, ETB, TV3, Canal Sur o TVG y las televisiones privadas como Atresmedia o Mediaset. Lo mismo que os explicaba arriba sobre las plataformas, aplicadlo a las televisiones. Pensad que no son cajones estancos, podéis conseguir una plataforma o una televisión que quieran financiar el proyecto o que quieran ser segunda ventana. Ambas opciones siempre son bienvenidas para un plan de financiación.



‘Ser o no ser’

Los mercados y festivales en los que se da espacio a las series de ficción son vuestros aliados. Son eventos profesionales con productoras, distribuidoras, televisiones, plataformas, instituciones públicas, inversores, agentes de ventas, etc. Si os sirve más pensar en un mercadillo de ideas para quitarles todo el postureo, hacedlo. ¿Y quiénes son los que mejor venden en los mercadillos? Los que más carisma tienen. El que te saca una sonrisa, los que hacen de la experiencia un grado, la que te sorprende con algo inesperado. Al final lo importante es ir con los objetivos claros.

Por ejemplo: vamos a buscar coproductores para un proyecto en el que necesitamos coproductor internacional para fortalecer nuestra presentación a las ayudas de Europa Creativa MEDIA. O vamos a conseguir preventas o fondos para un proyecto del que ya tenemos asegurada una parte relevante de la producción. ¿Algún inversor privado al que dirigirnos o una empresa de product placement? O queremos acudir para conseguir firmar acuerdos de desarrollo con un creador que tenga una comedia extraordinaria porque es lo que nos está pidiendo una plataforma. O quizás estemos haciendo una búsqueda de jóvenes directores y guionistas con proyectos con los que nos queramos dirigir a un laboratorio que potencie estos proyectos.

Una de las mejores tareas que podéis fijaros al acudir a un mercado, si en ese momento no vais a ir a vender, es analizar las tendencias de la industria. Son muchos los espacios que podéis encontrar, estos son sólo algunos: Iberseries & Platino Industria (Madrid), Conecta Fiction & Entertainment (Cuenca), MIPCOM (Cannes, Francia), Series Mania Forum (Lille, Francia), Berlinale Series Market (Alemania), Content London (Reino Unido), Sanfic Industria (Chile) y Ventana Sur (Argentina). Estudiad cada uno de ellos para ver dónde podría encajar mejor vuestro proyecto.

Un caso práctico. El testimonio de Sofia Squittieri

Lo sé. Todo esto suena a productoras con bastante experiencia. Por eso, para que los jóvenes emprendedores podáis contar con la voz de un caso práctico que os haga vibrar y seguir creando más allá de los estándares de la feroz industria, he podido hablar con Sofia Squittieri sobre cómo consiguió levantar su proyecto Crónicas de una actriz superviviente, un pequeño proyecto que consiguió llevar a Filmin.

“Lo que hice fue rodar. Me junté con un amigo productor que ya tenía material técnico, pusimos fecha y simplemente empezamos. Obviamente, hubo una organización previa, buscamos equipo humano técnico y artístico que quisiera involucrarse en el proyecto aportando su trabajo y, para todo aquello que inevitablemente requería de capital (catering, aparcamiento, gasolina, discos duros, etc.), lo aporté, pero fue mínimo. En cuanto a las localizaciones fueron cedidas o a cambio de que a los negocios se les agradeciera en créditos, grabamos en mi casa, en casa del coproductor, en casas de amigos, en el bar de otro amigo, en la nave de ensayo de un compañero... en definitiva, la serie se levantó con un pequeño aporte de capital privado (el mío), con todo el tiempo y el trabajo del equipo, con la cesión de materiales y espacios. Fuimos un equipo muy pequeño en el que todos asumimos muchos roles”, nos dice.



‘Crónicas de una actriz superviviente’

Le pregunto a Squittieri si lo volvería a hacer y por qué, a lo que ella responde sin dudar que sí: “Ahora lo pienso y me parece una locura y casi imposible que algo así pueda salir adelante, pero salió. Cuando trabajas en una productora y sigues los pasos profesionales todo va mucho más lento y se pierde mucha libertad creativa. Además, muchos proyectos nunca llegan a ver la luz. Para mí fue una forma de aprender haciendo. Como creadores y contadores de historias, no debemos parar nunca, no podemos. Quizá el planteamiento de este rodaje no encaje con la lógica de la industria española, pero la realidad es que, a día de hoy, puedo decir que he creado una serie que está en Filmin. Siguiendo las vías ‘oficiales’ jamás lo habría conseguido”.

Terminemos este reportaje con los consejos que me ha transmitido Squittieri para vosotros, los nuevos emprendedores: “Que busquen formas nuevas de hacer las cosas, que se lancen sin esperar a tenerlo todo perfecto. La industria marca un camino, sí, pero no es el único. En otros países se trabaja de maneras muy distintas y eso demuestra que no existe una sola vía. Cada proyecto tiene su manera de existir y tenemos mucho que aprender de los que ya nos han abierto camino para abrir nosotros nuevos. Además, creo que hay mil maneras de innovar. Si el medio es una limitación, usemos la creatividad a nuestro favor ya que puede ser nuestro mayor aliado. Mi consejo es: no pongas excusas, empieza a hacer. Nadie comienza con una obra maestra ni con dinero ilimitado. Todos los que hoy admiramos han tenido que ganarse su lugar a base de trabajo, constancia y valentía”.

Gente

La productora pionera de Los Javis: con activos por 20 millones de euros y oficinas en Madrid

Javier Ambrossi y Javier Calvo han sostenido su visión creativa en la empresa Suma Content, que ampliaron en 2021



Javier Calvo y Javier Ambrossi, el dúo creativo llamado 'Los Javis'. | | Europa Press

Almudena Martín @AlmudenaBlog Publicado: 12/11/2025

Los Javis han terminado su relación sentimental. Esta pareja mediática, formada por Javier Calvo y Javier Ambrossi, ha puesto un punto final a su historia de amor, que comenzó a través de Facebook en 2010. Por entonces, Calvo tenía 18 años y Ambrossi 25, tenían en común su carrera actuarial y una gran ambición. Tal y como ha anunciado *El País*, su romance se ha acabado tras estos 15 años vividos en común pero todavía quedan 'Javis' para rato. Los directores seguirán formando un equipo en lo profesional, de momento, hasta terminar la película que tienen entre manos.

La noticia de su ruptura coincide con el fin de los rodajes de *La bola negra*. Este es su último proyecto juntos hasta la fecha pero no se descarta que tengan otras ideas en las primeras fases de desarrollo. El largometraje se anunció en enero y desde ese mismo momento se convirtió en uno de los contenidos más esperados para 2026. Nace de una

obra inacabada de Lorca y pretende romper con los límites del cine español: Guitarricadela Fuente, Carlos González y Miguel Bernardeau protagonizarán la historia, con la ayuda de los personajes secundarios de Glenn Close, Penélope Cruz y Lola Dueñas.



La faceta empresarial de Los Javis

Los Javis se han ganado un nombre en la industria del entretenimiento en España gracias a proyectos como este. Han desarrollado la obra de teatro *La llamada* -2013- que en 2017 convertirían en película y recaudaría cerca de 3 millones de euros en taquillas. Han explorado el género de las series de televisión con títulos tan reconocidos como *Paquita Salas*, *Veneno* y *La Mesías*. Las plataformas han reconocido su visión y les han apoyado en su camino, desde Netflix a Atresplayer y Movistar Plus+. Para desarrollar todo este trabajo, Javier Calvo y Javier Ambrossi tuvieron que apoyarse financiera y creativamente en su propia productora.

Los Javis crearon su empresa de producción audiovisual bajo el nombre de Suma Latina. Este proyecto impulsó sus carreras en un inicio y con los años evolucionó para ampliar sus horizontes creativos. Según cuenta *Semana*, en 2019 reabsorbieron otras dos sociedades, Superstar Producciones S.L. y Mi Querida Señorita Producciones S.L. En 2021 crearon Suma Content, su actual empresa en común, y eligieron a Marta Pastor como la directora general de la productora.

La productora de sus sueños

Este cambio les ha permitido decir que 'sí' a proyectos de no ficción y de entretenimiento con una capacidad de trabajo mayor. «Es una empresa que nace de nuestra necesidad de crecer y de ser nuestros propios jefes. Será una puerta abierta a varias ideas que teníamos en espera, pero también al talento que tenemos alrededor y a proyectos nacionales e internacionales que no encontrábamos la manera de abarcar», explicó Ambrossi al dar este salto.



Gran parte de los ingresos de Los Javis dependen del éxito de sus producciones y, por tanto, de su productora. Algunos medios han calculado el valor de este negocio en casi 2,5 millones de euros, entre la empresa central y sus filiales. También apuntan que tienen activos de casi 20 millones de euros, como sus oficinas en el centro de Madrid, donde trabajan más de 60 empleados. Todo este éxito no se ha tambaleado con sus novedades en el plano sentimental. De hecho, *La bola negra* sigue adelante y fuentes cercanas a ambos han afirmado que «están trabajando juntos mejor que nunca». Estos testimonios recogidos por *20 Minutos* cuentan que este filme es el «proyecto más bonito de su vida».

Otros pilares de su patrimonio

Su colaboración profesional les ha generado un patrimonio millonario en el que no sólo brilla su productora. Una de sus propiedades más comentadas es su impresionante mansión de Pozuelo de Alarcón, en Madrid, valorada en 1,5 millones de

euros y estrenada hace solo unos años. Este desembolso todavía les ha dejado unos cuantos ceros en su banco, tal y como ellos mismos revelaron en *La resistencia* en 2019. Cada uno tenía entonces 300 mil euros en una cuenta personal, además de otra cuenta compartida y lo que tenían invertido en activos. Desde entonces han recibido altas remuneraciones por otros trabajos, como al presentar la gala de los premios Goya en 2024 o ser jurado en *Mask Singer* en Antena 3, de 2020 a 2024.

Rakuten TV eyes more brand-sponsored reality

By **Neil Batey** 12/11/2025

Rakuten TV is eyeing more branded content-friendly formats in the reality space for its originals slate, as well as projects in the areas of true crime and sports docs.



Marcos Milanez

European streaming platform Rakuten TV is looking for reality formats with branded content partnership potential, as well as inspirational sport-skewing factual specials and partners for its new FAST-friendly B2B offering, Rakuten TV Enterprise, according to its chief content officer Marcos Milanez.

The platform offers a wide variety of buy-to-own, rental and ad-supported streaming services to some 140 million homes across Europe, having grown out of Japanese e-commerce giant Rakuten's purchase of businesses including Wuaki.tv and TalkTalk TV over the last decades.

A familiar brand alongside Netflix and Amazon Prime Video on many a smart TV remote control across its 43-country footprint, the company has long-standing partnerships with Hollywood studios and has moved into live sports, original documentaries and branded content partnerships in recent years.

Barcelona-based Rakuten has commissioned originals since 2019, mostly within the sub-genre of sports features. Examples include doc *Ride Your Dream*, which follows Ana Carrasco, the first woman to win a superbikes world championship; and *Bojan: Behind the Smile*, about the mental health struggles of former Barcelona football star Bojan Krkić Pérez.

In late 2024, Rakuten also added feature documentary Transvulcania: The People's Run to its slate of exclusives. Produced by NSN and directed by Marc Barceló, it centres on the gruelling long-distance race that is held annually on La Palma, one of the western Canary Islands. Through the stories of athletes and local residents, the documentary explores how the race has united a community since its first edition in 2009, becoming a symbol of triumph and belonging.

“Rakuten is the Japanese word for optimism and these originals are about individuals overcoming obstacles through perseverance and empowerment,” Milanez says.



Ride Your Dream follows Ana Carrasco, the first woman to win a superbikes world championship

With branded content becoming an increasingly popular way to finance projects in a challenging economic environment, Rakuten TV is very much open to commercial partnerships.

Two examples of this strategy are Discovering Canary Islands, which was made with the support of Turismo de Canarias, while the Italian version of Hairstyle: The Talent Show was produced in association with haircare company Alfaparf Milano.

“Those are the kinds of projects we’re after,” says Milanez. “Reality is a good type of content for engagement statistics, but commercially speaking it’s also an easier genre to attract brands for sponsorship deals.

“The content has to be editorially suitable for our audience but also commercially appealing for brands out there to associate themselves with those originals.

“We do these originals on an ad-hoc basis because they’re more complex deals, getting docs aligned with the right production companies and brands. It takes much longer.”

When working with third-party prodcos on originals, Rakuten takes the role of lead producer and will board projects at any stage so long as the story is compelling enough.

“There’s no hard line saying that we won’t look into a project beyond a certain stage,” Milanez says. “We’ve got involved both right at the start and pretty much halfway through. We’re quite flexible on the business model as well – it all comes down to the economics.”

Flagship originals remain a small portion of the content Rakuten delivers to audiences compared with the number of third-party titles acquired for its TVoD, AVoD and FAST offerings.

“In terms of FAST channels, we have scripted crime, a kids and family channel, a lifestyle and entertainment brand in Spain and a UK reality channel,” says Milanez. “So, we’re trying to diversify our portfolio with content from other sub-genres of programming.”

Given Rakuten’s standing as a European player serving dozens of territories, the platform is open to being pitched programming in a variety of native tongues.

“It’s a multilingual service, which is one of our USPs given the scale that we bring,” says Milanez. “We obviously don’t have the same level of relevance and localisation for each of those 43 territories, so the strategy is definitely going after content that is relevant to the local audience as opposed to just getting something in English and spreading it across 40-plus markets.”

In September, the company rolled out new offering Rakuten TV Enterprise, representing the next phase of growth in its services for advertisers, agencies, publishers, TV operators and telcos.

The suite of products and services provides advanced advertising solutions, as well as the creation and syndication of FAST channels. The first deals made through the new B2B brand saw Rakuten last month announce that it will lead the launch of FAST channels for three content companies; French producer and distributor Ace Entertainment, digital distribution company Reframed Content Studios and Shanghai Media Group.

Ace Entertainment’s Shark TV provides shark-related movies, while Cesar’s Pack Leader TV, featuring dog behaviour expert Cesar Millán, will stream in the UK, Ireland, Netherlands, Nordics and Iceland for Reframed. Finally, Chinese drama brand C-Drama NOW is a French-language feed for France, Luxembourg and Belgium for Shanghai Media Group’s subsidiary WingsMedia, in partnership with Bolytics.

“The partnerships highlight Rakuten TV’s commitment to empowering content rights holders and accelerating the growth of the FAST ecosystem across Europe. We’re helping content partners build FAST channels and broaden their distribution coverage, with Rakuten TV becoming a true one-stop-shop,” says Milanez.

“This is a logical step as we have 100 owned-and-operated FAST channels, so why not take that know-how in content scheduling and setting up channels, then leverage that expertise and infrastructure for our content partners as well?”

SENTENCIA DE LA AUDIENCIA NACIONAL

La CNMC tendrá que revisar el caso que acabó en multa de 40 millones a Mediaset

La Justicia anula una resolución de 2019 y ordena repetir parte del proceso previo a la sanción, al entender que la CNMC vulneró el derecho de defensa de Mediaset al rechazar su recurso sin escucharla



Por **Alejandro Galisteo** 13/11/2025 - 05:00 **EC EXCLUSIVO**

La Audiencia Nacional acaba de generar un auténtico galimatías jurídico en el macroexpediente de la publicidad televisiva que terminó con sanciones a Mediaset y Atresmedia por casi 80 millones de euros. En una sentencia fechada el 27 de octubre, los jueces estiman el recurso de Mediaset y ordenan retrotraer el procedimiento al momento previo a la imposición de las multas, una de 38,9 millones para el grupo presidido por Cristina Garmendia y otra de 38,2 millones para Atresmedia.

De esta manera, el proceso vuelve casi al punto de partida, cuando ambas compañías estaban inmersas en un procedimiento de terminación convencional, un mecanismo previsto en el artículo 52 de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) que permite cerrar un expediente sin sanción a cambio de compromisos que corrijan las conductas investigadas. Mediaset y Atresmedia propusieron entonces modificar sus contratos publicitarios para evitar la multa, pero Competencia rechazó su oferta.

Un caso de seis años de antigüedad

La Dirección de Competencia abrió en 2018 el expediente S/DC/0617/17 por presuntas prácticas restrictivas en la comercialización publicitaria y elevó el pliego de concreción de hechos a finales de ese año. En febrero de 2019, Mediaset y Atresmedia pidieron la terminación convencional —que supuso el expediente R/AJ/037/19, resolución ahora anulada por jueces— y presentaron compromisos, que la Dirección rechazó el 29 de abril de 2019.

Mediaset, que ha omitido hacer comentarios a este medio, recurrió esa decisión ante el Consejo de la CNMC, al amparo del artículo 47 de la LDC, que permite impugnar los actos de la Dirección que produzcan indefensión o perjuicio irreparable. Sin embargo, el Consejo inadmitió el recurso el 23 de mayo de 2019, tras solicitar un informe interno y concluir que la empresa no había demostrado tales efectos.

El tribunal entiende que Competencia aplicó de forma errónea el artículo 47 LDC, pues este solo permite inadmitir un recurso cuando se presenta fuera de plazo. En este caso, el Consejo entró en el fondo del asunto —al analizar si existía o no indefensión— y, por tanto, estaba obligado a tramitarlo y dar audiencia a la empresa, es decir, a tomar una decisión, favorable o no, pero no a inadmitirlo. “La omisión del trámite de audiencia en estas circunstancias adquiere relevancia anulatoria”, recoge la sentencia, que ordena “retrotraer el expediente iniciado con la interposición del recurso” y conceder a Mediaset quince días para presentar alegaciones antes de dictar una nueva resolución.

“Cuando la CNMC analiza, como ha ocurrido en este caso, si se ha causado indefensión o perjuicio irreparable, y además llega a solicitar un informe a la Dirección de Competencia, como también sucedió aquí, no cabe la inadmisión del recurso, sino que es obligada su tramitación y la puesta de manifiesto del expediente, para concluir con un pronunciamiento estimatorio o desestimatorio”, aclaran los jueces.

En consecuencia, la sentencia anula la resolución de 2019 y obliga al regulador a reabrir ese trámite previo y resolver de nuevo con audiencia. No revisa el fondo de la sanción —las multas siguen en vigor—, pero sí cuestiona la validez de una fase esencial del procedimiento que precedió a su imposición.

En definitiva, y pese a que la resolución incide en una cuestión formal y no de fondo, fuentes legales consultadas señalan que “el modo en el que se tramitó un recurso contra una resolución dictada por la CNMC en un momento anterior a pronunciarse sobre la sanción, por lo que se anula parte del procedimiento y, por tanto, todas las actuaciones posteriores”. Es decir, se pone sobre la mesa que esta praxis pudiera llevarse por delante el procedimiento posterior y tumbar la multa, batalla que casi seguro se librará en los departamentos legales de las compañías afectadas.

De la negociación frustrada a la sanción

Pocos meses después de aquella inadmisión, en noviembre de 2019, la CNMC resolvió el expediente S/DC/0617/17 con las multas ya conocidas. En su decisión, el organismo advirtió que vigilaría de forma directa las prácticas comerciales de las cadenas y prohibió expresamente los sistemas de ventas vinculadas y descuentos condicionados. Ambas compañías recurrieron las sanciones ante la Audiencia Nacional en enero de 2020, donde el procedimiento sigue su curso.

La sentencia conocida ahora no altera esas multas, pero abre un flanco procesal que podría tener efectos sobre su validez si se constata que el expediente se construyó sobre un acto nulo. Fuentes jurídicas explican que el fallo no entra en el fondo económico del caso, pero sí envía un mensaje al regulador: “La CNMC no puede recortar trámites en nombre de la eficacia”, resume un abogado especializado en competencia.

Atresmedia no obtiene el mismo resultado

La otra gran cadena, Atresmedia, no ha tenido la misma suerte. En una sentencia de enero de 2025 y otra posterior de octubre, la Audiencia desestimó sus recursos al considerar que no sufrió indefensión real. El tribunal recordó que la empresa podía haber recurrido directamente la decisión de la Dirección de Competencia que rechazó la terminación convencional y que, al no hacerlo, el acto no le afectaba directamente.

Además, los jueces avalaron el criterio de la CNMC de que las “líneas generales” presentadas por Atresmedia en febrero de 2019 ya constituían una primera propuesta de compromisos, lo que justificaba la negativa a admitir la segunda. La actuación del regulador fue, según la Sala, “coherente con sus propias guías internas” y no vulneró el derecho de defensa.

La taquilla sube sin salir del mismo sitio

12 noviembre, 2025

El estreno de Predator: Badlands impulsa la taquilla española hasta los 4,25 millones de euros, un 7 % más que la semana anterior. El título de Disney concentra buena parte de la recaudación, mientras Los domingos y La cena mantienen su fuerza entre los títulos locales. El mercado sigue dependiendo de un único motor cada fin de semana.



Top 20 Fin de semana

Sem. 45 - 48 Noviembre 2025														Sem. 44	
Ran.	Título	Título Original	Dst.	Est.	Est. 1	Est. 2	Est. 3	Est. 4	Est. 5	Est. 6	Est. 7	Est. 8	Est. 9	Est. 10	Est. 11
1	Predator: Badlands	Predator: Badlands	20th Century	1	520	310	1.138.414	5	3.479	2.079	5.001.228	502	388	1.388.414	1.001.228
2	Los domingos	Domingos, los	Bteam Pictures	8	123	121	425.790	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.179.019	860.885
3	La cena	Cine, la	A Contracorriente	8	784	154	368.701	15	1.591	1.511	44.556	419	346	1.039.384	471.000
4	Regreso	Regreso	Universal	1	181	181	387.751	9	1.204	1.105	38.000	348	348	387.751	38.000
5	Black Phone 2, The	Black Phone 2	Universal	9	270	191	275.564	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
6	A pesar de ti	Against All Odds	Paramount	1	201	196	340.764	10	3.000	1.877	38.388	414	332	340.764	147.211
7	Intemperio en invierno	Intemperio en invierno	Universal	1	181	181	387.751	9	1.204	1.105	38.000	348	348	387.751	38.000
8	Una de muchas de Emily, la película	Emily's Wilderness: The Movie	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
9	Figura, la	Figura, la	Universal	1	181	181	387.751	9	1.204	1.105	38.000	348	348	387.751	38.000
10	El secreto de la casa	El secreto de la casa	A Contracorriente	8	784	154	368.701	15	1.591	1.511	44.556	419	346	1.039.384	471.000
11	Revelación	Revelación	A Contracorriente	8	784	154	368.701	15	1.591	1.511	44.556	419	346	1.039.384	471.000
12	Chauvinismo: la película. El caso de Juan	Chauvinismo: The Movie. The Case of Juan	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
13	Arquitectura: Dilema My House Architecture	Arquitectura: Dilema My House Architecture	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
14	Regreso al futuro (El documental)	Back to the Future (The Documentary)	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
15	Empresario (La película)	Empresario (The Movie)	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
16	Una historia de amor	Una historia de amor	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
17	La casa de los	La casa de los	Universal	9	180	181	387.751	10	3.000	1.877	38.388	414	332	1.388.414	237.888
18	El secreto de la casa	El secreto de la casa	A Contracorriente	8	784	154	368.701	15	1.591	1.511	44.556	419	346	1.039.384	471.000
19	Figura, la	Figura, la	Universal	1	181	181	387.751	9	1.204	1.105	38.000	348	348	387.751	38.000
20	El secreto de la casa	El secreto de la casa	A Contracorriente	8	784	154	368.701	15	1.591	1.511	44.556	419	346	1.039.384	471.000

El liderazgo es para Predator: Badlands, nueva entrega del universo Predator producida por 20th Century Studios y distribuida por Disney, que debuta con 1,14 millones de euros en 310 cines y una media de 3.700 euros. Su estreno masivo en 520 pantallas devuelve algo de fuerza a la taquilla. Dirigida por Dan Trachtenberg, el responsable de Calle Cloverfield 10, la película funciona por inercia de marca más que por interés real del público, aunque cumple su función comercial.

En segunda posición, Los domingos, distribuida por Bteam Pictures, mantiene su excelente comportamiento con 425.000 euros y un descenso de apenas -7 % en su tercera semana. Dirigida por Alauda Ruiz de Azúa, la película sigue creciendo beneficiada por una historia, que sin lugar a dudas, ha sabido conectar con el público. Tras su paso por San Sebastián, donde compitió en la Sección Oficial, acumula ya más de 2,1 millones de euros.



Predator: Badlands

La cena, dirigida por Manuel Gómez Pereira y distribuida por A Contracorriente Films, conserva la tercera plaza con 308.000 euros y un descenso del -12 % en su cuarta semana. Protagonizada por Mario Casas y Alberto San Juan, supera ya los 2,8 millones de euros.

El cuarto puesto lo ocupa Bugonia, lo nuevo de Yorgos Lanthimos, distribuido por Universal Pictures International Spain. Con 287.000 euros y 261 cines, logra una media de 1.100 euros, resultado discreto para un estreno de su tamaño. Protagonizada por Emma Stone y Jesse Plemons, la película es una reinterpretación del clásico surcoreano Save the Green Planet!

Cierra el Top 5 The Black Phone 2, secuela del thriller de terror de Blumhouse dirigida por Scott Derrickson, que suma 272.000 euros, cae un -49 % en su tercera semana y cuenta con casi 2 millones de euros acumulados.

Estrenos

Además de Predator: Badlands y Bugonia, que lideran la cartelera, el fin de semana deja otros cuatro estrenos dentro de este top 20. Siempre es invierno, de David Trueba, debuta en séptimo lugar con 200.697 euros en 169 cines, una media de 1.188 euros por cine. Adaptación libre de su novela Blitz, presentada en la Seminci, confirma la buena conexión del director con el público adulto.



Crepúsculo

En el puesto once, Reversion firma 141.257 euros en 169 cines y una media de 836 euros. Dirigida por Jacob Santana, es una producción española de ciencia ficción que explora el control de la memoria y la identidad en un futuro cercano. Su lanzamiento, de alcance medio, logra visibilidad dentro del panorama nacional.

El reestreno de Crepúsculo recupera el fenómeno adolescente de Stephenie Meyer con 81.325 euros en 144 cines y una media de 565 euros por sala. Dirigida por Catherine Hardwicke, la película regresa a las salas por el aniversario de su estreno original y conmemora el inicio de una de las sagas juveniles más taquilleras de los 2000. Su recaudación es modesta, pero suficiente para un reestreno de evento con público fiel y pases limitados.

Leo & Lou se estrena en el puesto 17 con 60.157 euros en 170 cines y una media de 354 euros por sala. Dirigida por Carlos Solano, es una producción española de animación que narra el viaje de una niña fugitiva y un hombre solitario unidos por accidente. Su apertura es débil, lastrada por la alta competencia dentro del cine familiar y una presencia limitada en cartel.

Cine español

El cine español mantiene una fuerte presencia en el Top 20, con siete producciones en cartel. Los domingos, La cena, Siempre es invierno, Reversion y Leo & Lou ya aparecen entre los títulos más destacados del fin de semana. A ellas se suman Cuerpos locos, una producción local dirigida por Ana Murugarren, que desciende apenas un 10 % en su

segunda semana y suma 182.824 euros en 255 cines, con una media de 717 euros por sala y Los tigres, de Alberto Rodríguez, suma 187.272 euros en 299 cines tras caer un 43 % en su segunda semana. Distribuida por Disney, su media de 626 euros por sala refleja un descenso acusado pese a su estreno amplio. El nuevo trabajo del director andaluz mantiene visibilidad, aunque pierde ritmo más rápido de lo esperado.

Cine independiente

El cine independiente mantiene esta semana una presencia discreta pero constante, con cinco títulos repartidos en el Top 20. Cuerpos locos, Siempre es invierno, Reversion y Leo & Lou ya aparecen en los apartados anteriores, mientras que Together completa el grupo de producciones ajenas al circuito de las majors.

Together, de Michael Shanks, desciende hasta el puesto 19 con 50.599 euros en 181 cines y una media de 280 euros por sala, tras una caída del 66 % en su segunda semana. La película canadiense, distribuida por Diamond Films, combina drama, romance y elementos fantásticos a través de una pareja cuya relación se transforma tras descubrir una cueva con un poder sobrenatural.

Análisis taquilla

La taquilla española encadena otra semana de leve crecimiento (+7,3 %) pero sin romper la tendencia de fondo. Con 4,25 millones de euros, el mercado mejora respecto a los días previos a Halloween, aunque el impulso procede casi en exclusiva de Predator: Badlands, que acapara más de una cuarta parte del total. La asistencia sube, pero la estructura sigue igual, un único título sostiene la cartelera mientras el resto sobrevive con cifras ajustadas.

La barrera de los cinco millones parece inalcanzable desde septiembre. Ni los estrenos potentes de majors ni la amplia presencia de cine español logran revertir una dinámica que combina saturación de oferta y desinterés progresivo del público. El cine español sigue firmando una buena semana en número de títulos (siete en el Top 20). Los domingos y La cena mantienen medias sólidas y buenos resultados. Por su parte, el cine independiente mantiene su cuota habitual, en torno al 15 % de la recaudación total, la sobre oferta y la falta de continuidad reducen la visibilidad de estas películas.

En conjunto, el mercado español sigue contenido en un mismo rango. Ni los repuntes puntuales de grandes estrenos ni el volumen creciente de títulos nacionales consiguen alterar una cifra total que lleva semanas moviéndose entre los 3 y 4,5 millones de euros. La última vez que se

superó la barrera de los 6 millones fue a mediados de septiembre, impulsada por el estreno de Expediente Warren: Día del Juicio. La película de Warner Bros, que aún permanece en cartel en su décima semana, acumula un recorrido excepcional, con descensos suaves y una resistencia poco habitual en el cine de terror. Su constancia resume lo que escasea en la taquilla actual, continuidad real más allá del estreno.

RETRASO EN LA PRESENTACIÓN

Oughourlian contrata a PwC para desatascar el nuevo plan estratégico de Prisa

La firma de consultoría trabaja para el grupo editor de 'El País' que ha retrasado la presentación de su nueva hoja de ruta ante el actual escenario publicitario



El presidente de Prisa, Joseph Oughourlian. (Europa Press/Alberto Paredes)

Por **Agustín Marco** 13/11/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO

Prisa anunció a finales de octubre que había perdido 48 millones de euros en los nueve primeros meses del año, un 28% más que en el mismo periodo del ejercicio precedente. Sin embargo, la compañía no hizo alusión en su comunicado al nuevo plan estratégico, anunciado "para la vuelta del verano" por Pilar Gil, la vicepresidenta y directora financiera del grupo editor de 'El País', en la pasada junta general de accionistas.

Según han confirmado fuentes internas, la compañía ha contratado los servicios de PWC para desatascar esta nueva hoja de ruta, cuya fecha de presentación ya no se concreta.

Según estas fuentes, Prisa se está apoyando para afinar su nuevo plan estratégico 2026-2029, en la consultora dirigida por Gonzalo Sánchez, cuya división de auditoría ha revisado durante años las cuentas del holding de la familia Polanco, el fundador del grupo de comunicación. Fuentes oficiales de la compañía presidida por Joseph Oughourlian han confirmado la contratación de PWC, si bien matizan que las ideas maestras del nuevo 'guidance' están siendo elaboradas por la alta dirección liderada por Pilar Gil.

Fuentes del sector indican que, tras rechazar a principios de año el lanzamiento de un nuevo canal de televisión promovido por empresarios próximos a Moncloa, las posibilidades de crecimiento de Prisa son limitadas. En primer lugar, porque el grupo sigue arrastrando una deuda muy elevada, que al cierre del pasado mes de septiembre ascendía a 774 millones, 24 millones más que a 31 de diciembre de 2024, con una ratio sobre el EBITDA (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) de 4,38 veces, frente a las 3,97 veces de finales del pasado ejercicio.

La comparativa es peor con el cierre de las cuentas del primer trimestre, cuando la deuda era de 664 millones. Es decir, en seis meses ha crecido en 110 millones pese a que antes del verano amortizó 40 millones del pasivo más caro gracias a la ampliación de capital realizada en abril sin derecho de suscripción preferente para los accionistas. Una operación, cubierta por inversores próximos a Oughourlian en plena guerra interna con parte del consejo de administración, y que fue denunciada por la familia Polanco, ya que diluyó su ya exigua participación del 7,6%.

Al renunciar al mercado publicitario de la televisión, proyecto que Oughourlian calificó de anacrónico, las posibilidades de crecimiento se centran en el sector de medios y en el de educación. Pero el primero sigue muy presionado por la caída publicitaria, que cada vez apuesta más por canales alternativos y redes sociales, y el segundo depende mucho de las concesiones de los gobiernos en Latinoamérica, donde Prisa opera con Santillana.

En la pasada junta general, Pilar Gil aseguró que "a la vuelta del verano, presentaremos nuestro plan estratégico para los próximos tres años y ya les adelanto que se basará en el periodismo y en nuestras obsesiones: la innovación, la búsqueda de nuevas audiencias, el compromiso con la sociedad y la excelencia y, otra vez, por supuesto, la rentabilidad. Así que se lo aseguro: pueden estar tranquilos; pueden confiar en nosotros".

El anterior plan (2022-2025) fue un éxito para Prisa desde el punto de vista del crecimiento de la facturación, del beneficio operativo, que se multiplicó por tres, y la reducción de la deuda, la cual cayó hasta el nivel más bajo en veinte años. Sin embargo, durante esos tres años, la compañía sometió a sus accionistas a tres ampliaciones de capital por valor de 270 millones para evitar el concurso de acreedores. Además, desde la puesta en marcha del anterior plan, la cotización de Prisa ha pasado de los 0,56 euros a los 0,37 a los que cotiza actualmente.

Desde la puesta en marcha del anterior plan, la cotización de Prisa ha pasado de los 0,56 euros a los 0,37 a los que cotiza actualmente

Desde la compañía se argumenta que, gracias a la última refinanciación de la deuda, firmada a principios de año, con la que alarga los vencimientos de los créditos hasta mediados de 2029, dispone de capacidad suficiente para acometer operaciones de adquisición que crearán valor para los accionistas. Algunas de estas transacciones, que han sido compradas por grupos como Atresmedia, fueron ya puestas sobre la mesa del consejo de administración el año pasado, pero fueron rechazadas por falta de oxígeno financiero.

PWC es una de las mayores consultoras del mundo. En España, está participando actualmente en el rescate de Talgo, en la adquisición de Escribano Mechanical & Engineering (EM&E) por parte de Indra y en la reestructuración de Antolin. El pasado mes de septiembre, la firma incorporó a Andoni Ortuzar, ex presidente del Partido Nacionalista Vasco (PNV) a su plantilla de 'senior advisors'.

The New York Times The Athletic

As younger generations consume more sports through streaming, location has less impact on fandom



Some LeBron James fans have rooted for him everywhere he goes, prioritizing the player over the team. (Kelley L. Cox / Imagn Images)

By Jordy Fee-Platt

Nov. 11, 2025

A Pistons fan from South Korea went viral for his gleeful social media posts from Detroit last month. The Pittsburgh Steelers had to use a silent count at home. The NFL is sending its Washington and Miami franchises to play in Madrid. All MLS games have been exclusively broadcast on a streaming service for two years.

This isn't happening out of nowhere. How younger fans consume sports has changed, and their allegiances are becoming less locationally based. A May study conducted by PMG Worldwide, a global marketing firm based in Dallas, explored many of the changing dynamics in sports fandom.

The report detailed the generational gaps in how sports are being consumed. With more fans steering away from traditional cable packages and moving into the streaming environment, there isn't the same focus on local teams. Gen X, born from 1965 to 1980, grew up in a world where it was normal to have only a few weekly games available to watch. At best, an NFL Sunday meant one early afternoon game, one late afternoon game and a primetime game. With limited viewing options, support for the local team was passed down from an older family member.

Among millennials (1981-1996), PMG found an increasing interest in changing team loyalty when moving cities, with hometown loyalty not entrenched in the same way.

For Gen Z, born between the late 1990s and early 2010s, it's a completely different ballgame.

"It's really that fandom at the athlete level," said Joe Flowers, PMG's Director of Integrated Strategy. "Finding out who are those star personalities? Who are the ones that are dominating your social media feeds? Who were the ones whose highlight reel clips you kept seeing over and over again? Who are the ones who are on the cover of FIFA or on the cover of Madden and had the really cool jersey that you wanted to wear because all your friends were wearing it too?"

Flowers noted the recent example of LeBron James fans, who have rooted for him everywhere he goes and have little care for the fate of his former teams. For those fans, the player gets priority for support, rather than the team. 51 percent of respondents to a PMG survey said they connect brands with their favorite players, and 25 percent said they consider an athlete's values when exploring brands.

As streaming becomes paramount to the sports viewing experience, the idea of locationless fandom continues to grow. Over 60 percent of the people surveyed in the PMG study said that "streaming enhances their sports fandom experience because of accessibility and available content." In 2023, MLS struck a deal with Apple TV+ to broadcast all of its matches. New MLS fans are being introduced to the league in a 100 percent streaming environment.

"It's the perfect example of how streaming led to this borderless fandom," said Shelina Taki, the Head of Strategic Planning and Insights at PMG. "Because the MLS team footprint is so much smaller than other major North American leagues, it transcends borders. You're rooting for a player whose identity you align with, especially with the amount of international players from Europe and South America. It makes fandom less about where you're living, and more about what you connect with."

The presence of social media also continues to play a role in the changing dynamics. Many younger fans are choosing to watch games along with streamers on platforms like YouTube or Twitch, relating more to their perspective of the game. Social platforms created a “customized” experience for fans, building a number of different communities.

“It’s almost like technology made every fan local,” Taki said. “You don’t need a hometown anymore. You just need access to the platforms.”

Attending live sporting events is also as expensive as it’s ever been. NBA tickets have jumped from an average price of \$30 to \$218 in 2023, while MLB tickets are up from \$10 in 1995 to \$37 in 2023. With younger fans being priced out of game attendance at home, they may not be as inclined to cheer on their local teams.

Meanwhile, fans appear more willing to splurge on long trips to see their favorite team play. According to a 2024 global American Express survey, more than one-third of adults were planning to travel for sports in 2025. 38 percent of those fans were planning trips longer than six hours. Two-thirds of millennials and members of Gen Z said they were interested in traveling for a live sporting event, which was higher than the 58 percent of all respondents who said they would do so.

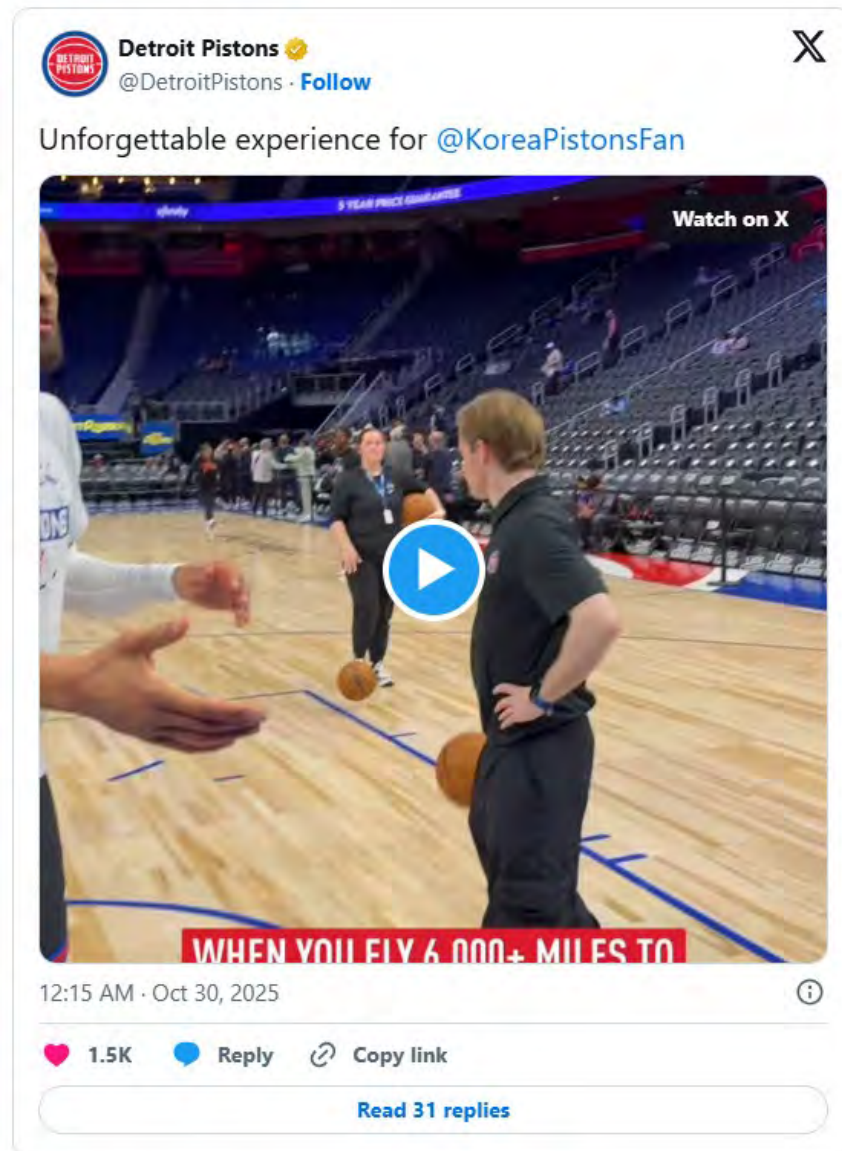
Hosting a home game by no means guarantees a supportive, welcome crowd these days. Road fan invasions are becoming increasingly commonplace, as evidenced this fall in the NFL. Packers fans recently invaded Acrisure Stadium in Pittsburgh, creating a tough environment for the Steelers in a place known for a great home-field advantage. In recent years, San Francisco 49ers fans have dubbed SoFi Stadium, the home of the Los Angeles Rams, “Levi’s South” due to their large numbers for every road game against their divisional foe. Even a smaller fanbase like the Ravens dominated the crowd in a road game against the Miami Dolphins last week.

In 2023, the sports travel business produced approximately \$609 billion in global revenue, which was projected to grow by 16 percent by 2030. The cost of sports travel packages in the US will be just short of \$3 billion this year, and is anticipated to reach \$3.5 billion, according to Euromonitor.

Joseph DeMarinis, the founder of sports travel package company BookSeats, pointed out in a December 2024 Forbes article that younger generations are very excited about traveling for live games.

“The power of social media and FOMO (fear of missing out) drives fans to be part of big, shared moments,” Demarinis said.

Tom Hur went viral last month for his 6,000-mile trip to Detroit to watch his favorite team. Known on X as @KoreaPistonsFan, Hur spent October 24-31 in Detroit and was welcomed with open arms by the Motor City. The 32-year-old met a number of Pistons players, including star Cade Cunningham, and also received free merch from all four Detroit professional sports teams. The entire trip, including restaurant visits, was documented on Hur's social media.



The globalization of sports through social media continues to produce long-distance fans.

"Look at everything that you see the NFL doing with their expansion," Flowers said. "They want to win these global markets. They want to encourage not just the U.S. They're not just trying to endear fans in the UK and in Germany to the NFL. They want to grow fandom there, and they want them to travel to see the sport, whether it's in their own country or abroad."

It's not just US franchises attracting fans from around the world. More American fans continued to become engrossed in European leagues, like soccer's English Premier League and Formula 1 car racing.

"A lot of Americans who are now really into it, there's something to be said for watching at a pub or something on a weekend," Taki said. "But I think traveling to the home base or being in a really well-known stadium, there's just no replacement for that in that community. So I think those immersive experiences are very interesting."

The modern fan is more attracted to rooting for a story and supporting a team that aligns with their values. NWSL team Angel City FC quickly became very popular after joining the league in 2022, thanks to its inclusivity efforts.

"You root for a story or for something that makes you feel seen or represented," Taki said. "You see that with [women's tennis player] Coco Gauff or [Formula 1 driver] Lewis Hamilton, it's a big values alignment. I think we're seeing with this digital connectivity that especially with the younger generations, it's a lot about what you value and what makes you feel represented. And those stories are resonating, I think, more than geography."

13 Noviembre, 2025



Florentino Pérez, en el Bernabéu el día 1 en el encuentro de Liga entre el Real Madrid y el Valencia. ALBERTO GARDIN (GETTY)

El Real Madrid estudia vender hasta un 10% del club a un inversor

El plan para convertirse en SAD prevé adjudicar una participación del resto del patrimonio a cada socio, que solo podría ser dueño de una y vender a otro miembro

DAVID ÁLVAREZ
Madrid

El presidente del Real Madrid, Florentino Pérez, sigue perfilando la propuesta de reorganización societaria del club que se prevé que presente el próximo 23 de noviembre en la asamblea anual ordinaria de socios representantes. La última fórmula que maneja permitiría la entrada de un socio inversor con entre un 5% y un 10% del capital de la nueva sociedad y dejaría el 95% o 90% restante en manos de los socios, según fuentes conocedoras del borrador del modelo para convertirse en SAD.

La idea es que la entrada de este inversor sirva, además de como captación de efectivo, como una especie de tasación que fije el valor de la entidad. En la asamblea del año pasado, Pérez aportó su estimación: "Tenemos que repartir un patrimonio que, no quiero exagerar, dicen que vale 7.000, pero que yo creo que vale más de 10.000 millones de euros". Un inversor dispuesto a desembolsar 1.000 millones por el 10% del club, validaría ese cálculo.

El precio pagado por el fondo Apollo a cambio del 57% del Atlético de Madrid, por ejemplo, arrojaba una valoración del club rojiblanco de 2.500 millones. En Francia, cuando el fondo Arctos compró el 12,5% del Paris Saint-Germain por algo más de 500 millones, tasó el club en 4.250 millones. En enero de este año el equipo de la NBA Los Angeles Lakers se vendió por 8.700 millones de euros.

Pérez prefiere limitar la entrada de un socio al 10%, además de imponer que el inversor que se haga con ese primer paquete no pueda comprar otro en caso de que los socios decidieran vender otros paquetes en el futuro.

El 90% restante se repartiría en participaciones de igual valor entre los alrededor de 100.000 socios del Madrid. Cada socio tendría también limitada su presencia en el capital a una única participación. Estas porciones podrían venderse, pero solo a otro socio que todavía no fuera dueño de ninguna, por ejemplo, a nuevos miembros, que solo pueden ser admitidos si son hijos o nietos de otros socios. Este reparto de las

participaciones y las limitaciones para su transmisión van dirigidas a conservar el carácter actual de gobernanza del club.

Pérez apuntó las líneas generales en la última asamblea: "Una propuesta de reorganización societaria del club que, con claridad, asegure nuestro futuro, nos proteja de las amenazas que sufrimos y, ante todo, garantice que los socios seamos propietarios de verdad de nuestro club, propietarios reales de nuestro patrimonio económico y de pleno derecho. Y, por descomando, introduciendo los elementos necesarios para que el control efectivo del club quede siempre en manos de sus socios". Además, se comprometió a convocar un referéndum para someter su propuesta a consideración de todos los socios, como marcan los estatutos.

El proceso hasta que el Madrid pueda alcanzar su nueva forma es largo y complejo. Ni siquiera comienza de manera efectiva en la asamblea de dentro de diez días. Cuando el 5 de noviembre el club comunicó la convocatoria de esta reunión anual, lo hizo con un cambio significativo respecto a los años anteriores. A diferencia

de lo que venía siendo costumbre, no convocó para el mismo día una asamblea ordinaria y una extraordinaria, sino solo la primera. El asunto de la transformación no figura de manera expresa en el orden del día, aunque se espera que Pérez lo aborde en el primer punto, "informe del presidente", en el que el año pasado ya apuntó las razones detrás de su idea. Considera que durante la tramitación de la última ley del deporte en 2022 estuvieron a punto de verse privados de algunos de sus derechos patrimoniales, algo que solo evitó un raro acuerdo entre el PSOE y el PP para modificar el texto. El procedimiento para el

El cambio requiere más de 50.000 votos positivos en un referéndum

Florentino Pérez dijo el año pasado que cree que el conjunto vale 10.000 millones

cambio lo marca el artículo 58 de los estatutos, aprobados en 2012: "Solo procederá su transformación, fusión o extinción cuando así se acuerde por mayoría absoluta de los socios con derecho a voto en referéndum convocado al efecto por la Asamblea General Extraordinaria".

El primer paso es la celebración de una asamblea extraordinaria, que aún no tiene fecha, en la que los socios representantes aprueben la celebración de un referéndum sobre la propuesta concreta del presidente. Las condiciones para su aprobación son muy estrictas. "Mayoría absoluta de los socios con derecho a voto" significa que debería obtener más de 50.000 votos favorables. No bastaría con que ganara la votación y la suma de los votos positivos no alcanzara la mitad más uno del total de socios que pueden votar, los mayores de edad con más de un año de antigüedad.

Un proceso largo

La última vez que los socios del Real Madrid acudieron a las urnas fue en las elecciones presidenciales de 2006, que ganó Ramón Calderón con 8.344 apoyos, 246 más que Juan Miguel Villar Mir. Aquel día votaron 27.102 personas de manera presencial y alrededor de 10.000 lo hicieron por correo, pero la justicia anuló aquellos sufragios.

En caso de que el referéndum resultara favorable al cambio, comenzaría el procedimiento de transformación en sociedad anónima deportiva, regulado en el real decreto 1251/1999 y en las disposiciones transitorias del real decreto 1084/1991. Los trámites comienzan con una solicitud a la comisión mixta de transformación, que regula el proceso. Esta comisión tiene nueve miembros: un presidente designado por el Consejo Superior de Deportes, tres vocales designados por el mismo CSD, tres vocales designados por LaLiga, un vocal designado por el CSD a propuesta de la Real Federación Española de Fútbol y un vocal designado por el CSD a propuesta de la asociación de deportistas profesionales más representativa.

Está comisión se encarga de emitir un informe sobre el capital social que proponga el club, que según las líneas de la última propuesta que maneja Florentino Pérez se derivará del precio que desembolse el inversor escogido por ese paquete de entre el 5% y el 10% que estudia poner a la venta. Según fuentes del CSD, la comisión solo puede manifestarse en contra si el capital propuesto supone que la sociedad nace incurso en causa de disolución. Eso se evita con un capital de al menos el doble de su patrimonio neto negativo de al menos 60.000 euros. A partir de entonces, tendría un máximo de nueve meses para adjudicar todas las acciones.



13 Noviembre, 2025

LA SITUACIÓN ECONÓMICA

Un estudio impulsado por Xavier Vilajoana, aspirante a la presidencia azulgrana, y el economista Jordi Mercader sitúa la deuda total del club en 4.120 millones de euros.

Un informe dice que el Barça es el club más endeudado de Europa

Joan Monfort

ALBERT MARTÍN
Barcelona

La situación económica del Barça es crítica y sólo la Masia ha evitado el colapso. Son las principales conclusiones de un estudio impulsado por Xavier Vilajoana y elaborado por el economista Jordi Mercader.

Vilajoana, exdirectivo con Bartomeu y precandidato a la presidencia del club en 2021, presentó ayer en la sede de Foment el informe *Radiografía económica del FC Barcelona (2005-2025)*, muy duro con la actual situación económica del club y que se centra en la gestión del presidente Joan Laporta. El estudio afirma que el Barça es el club más endeudado de la historia del fútbol europeo, con una deuda total que asciende a 4.120 millones y que ha subido un 293% desde 2021.

Estos números incluyen los correspondientes a la reforma del Espai Barça (que el informe cifra en 2.820 millones), aunque la directiva siempre ha separado esa deuda de la del club. «Incluso sin contabilizar las obras del Espai Barça, la deuda operativa y financiera asciende a 1.300 millones, una cantidad superior a la que Laporta heredó», detalla el estudio.

El análisis elaborado por Mercader, economista y abogado y profesor de Estrategia, Márketing y Finanzas en la Universitat Pompeu Fabra, analiza también las célebres palancas utilizadas por la directiva para aumentar los ingresos en los últimos años. El informe apunta que 929 millones de euros en ventas de activos —derechos televisivos, Barça Studios y asientos vip— se han destinado a financiar operaciones ordinarias, mientras que los ingresos apenas han crecido un 0,4 %. Sin estas operaciones, «las pérdidas acumuladas superarían ya los 1.000 millones, una cifra equivalente al valor total de la actual plantilla del primer equipo», lamentó Vilajoana. El informe se refiere a estas operaciones para conseguir ingresos extraordinarios de manera gráfica: «Vender la casa del abuelo para pagar la luz».



Xavier Vilajoana (derecha), junto al economista Jordi Mercader, en el acto celebrado ayer.

Una de las principales tesis del informe es que los jugadores procedentes de La Masia han evitado el colapso económico del club. El informe apunta que la academia formativa del Barça ha permitido ahorrar «cientos de millones en fichajes» y ha generado más de 650 millones en valor de mercado. Además, y según los cálculos presentados, desde 2006 la venta de canteranos ha aportado «más de 250 millones de euros en ingresos directos».

Por esta razón Vilajoana, que fue el directivo responsable de La Masia hasta el final del controvertido mandato de Bartomeu, ha lamentado que la inversión en el fútbol formativo haya caído de 40 a 25 millones durante el mandato.

El exdirectivo, por otro lado, se refirió a Messi en una semana marcada por su rocambolesca visita nocturna al Camp Nou. «El informe deja claro que la decisión de echar a Messi no fue fruto de una cuestión económica; los números corroboran que no fue una decisión económica, sino una excusa», zanjó Vilajoana. ■



El presidente de ACPE, Xavier Vilajoana Simón Sánchez

Business

Los siete puntos clave de la economía del Barça: "Con los beneficios actuales tardaríamos 100 años en saldar la deuda"

- Xavier Vilajoana, posible candidato a la presidencia de la entidad azulgrana en las elecciones de 2026, impulsó la 'Radiografía económica del FC Barcelona (2005-2025)', elaborada por el economista Jordi Mercader

Darío Portela 13 noviembre 2025

Cuadrar números es una tarea compleja en Can Barça. Cada uno de los directivos suda tinta china en sus departamentos cuando llegan el Día D y la hora H. No obstante, las gotas más gordas brotan de la frente de Joan Laporta. El abogado catalán lleva cuatro años envuelto en un convulso mandato y apunta a seguir así hasta 2026.

Las elecciones del FC Barcelona están al caer. Podrían ser antes de rematar la presente temporada deportiva. Así pues, el pistoletazo de salida para los precandidatos ya ha sonado. Xavier Vilajoana, posible aspirante al cetro de mando, dirigió ayer una revisión financiera de la entidad, realizada por Jordi Mercader.

'Radiografía económica'

La patronal Foment del Treball Nacional acogió el evento. A las diez de la mañana, medios y allegados estaban citados para el análisis de los últimos 20 años de presupuestos de la entidad. El foco principal recayó sobre los ocho más recientes. Los datos oficiales, auditorías e informes anuales del propio club sirvieron como fuentes.



Jordi Mercader y Xavier Vilajoana durante la 'Radiografía económica del FC Barcelona'

Vilajoana, exfutbolista y exdirectivo del Barça, orquestó un evento que generó conclusiones preocupantes. "La deuda ordinaria se debe pagar con los beneficios que se van generando. Con los actuales, tardaríamos 100 años", sentenció el presidente de la EPCA.

Entender las cifras

Las finanzas azulgranas han generado muchos quebraderos de cabeza, pero no solo en los despachos. Los socios no entienden los presupuestos, pues no son expertos en la materia. Es por ello que, en una labor de transparencia, la premisa básica del evento organizado por Vilajoana era entender una materia compleja como es la economía.

Prueba de ello, la invitación de Jordi Mercader. Se trata de un doctor en Economía que imparte clases en la Universitat Pompeu Fabra. Está acostumbrado a hacer entender. Además, tiene una dilatada experiencia en el mundo empresarial. Se encargó de explicar la evolución monetaria.



Jordi Mercader, doctor en Economía, empresario y profesor en la Universitat Pompeu Fabra

"Números básicos"

"Los números del Barça son básicos. Con los ingresos hay que contratar a gente buena: así se ganarán títulos, y subirán los ingresos", comenzó el experto. Asimismo, recalcó la importancia de invertir en "la joya de la corona", que es la Masía. Al formar jugadores, surgen baluartes para el primer equipo y futuras ventas que generan plusvalías. Esta estrategia también requiere de apoyo con fichajes. "El dinero en el campo, no en el banco", que decía Johan Cruyff.

La entidad azulgrana puede ganar dinero de cuatro maneras: venta de audiencia, tanto física (entradas, merchandising...) como virtual (derechos televisivos...); y venta de activos, con los regenerativos (futbolistas) y los esporádicos (construcción del Camp Nou y otros). Mercader recalcó la importancia de estas categorías, nombradas en conjunción con Vilajoana.

Deuda

El club presidido por Laporta ha tenido tres auditores entre finales de 2024 e inicios de 2025: Grant Thornton (2022-2024), Abauding (diciembre de 2024) y Crowe Global (2025). "Si no te gusta el mensaje, mata al mensajero", comenta el doctor en Economía sobre estos movimientos. Las discordancias con las consultoras han sido numerosas, fruto de la ansiedad que se vive en Arístides Maillol.

Con cada mercado de transferencias y cierre de presupuestos, la situación es crítica. Las palancas paliaron la situación. "Sin la venta de activos, valoradas en unos 900 millones, las pérdidas del Barça de Laporta habrían superado los 1.000 millones de euros. Con ellas, se cifran en 277", asevera. "La deuda del club (1.450 millones), sin contar el Espai Barça (2.820 millones), a corto y medio plazo, es la más grande de Europa", sentencia Mercader.

Saldar el descubierto

Xavier Vilajoana atizó con dureza la gestión del presidente. La elección y gestión del proyecto del Camp Nou, la marcha de Messi por motivos económicos --que dice que fue una "excusa", tal y como está el panorama--, y el maltrato a los socios fueron puntos clave. No obstante, la madre del cordero fue la deuda, que en total es de 4.485 millones de euros.



Xavier Vilajoana habla sobre la economía del Barça

"El método ortodoxo pasa por pagar la deuda con los beneficios", explica Mercader. Aunque mencionó el método Rajoy, "que consiste en pagar la deuda con más deuda", lo cual no debe ser la solución. Sin embargo, el problema es que la facturación no es suficiente.

Capital entrante

Este medio preguntó a los ponentes acerca de si existe solución para el presente financiero, así como para un futuro comprometido por las palancas. "Sí que hay, obviamente, pero con profesionalidad y voluntad de servir al club, no a sí mismo",

responde Vilajoana. En esa línea, hizo referencia a la actual gestión: "Tenemos que ser conscientes de que estamos al nivel de los ingresos previos a la pandemia, ¿de verdad no han sido capaces de aumentarlos?".

Sentenció con un dato demoledor: "La deuda ordinaria [sin contar el Espai Barça] debe pagarse con los beneficios generados. Con los actuales, tardaríamos 100 años en saldarla". Igual de contundente se mostró al ser cuestionado sobre el futuro de la entidad: "No hay futuro si este presidente continúa. Cuando te pones al frente de una entidad como el Barça, que está como está, o tienes intención de servir al club, o no hay nada más que hacer".

Presente

Las conclusiones no son nada ilusionantes. El capital circulante del club es de -266 millones de euros, lo que indica que los activos corrientes son muy inferiores a las deudas a corto plazo. El patrimonio neto tiene un valor de -153 millones, muestra de la descapitalización progresiva de la entidad. Por otra parte, los ingresos ajustados a la inflación muestran una recuperación más lenta que las cifras nominales, con el poder adquisitivo como referencia.

Los más de once meses de retraso con las obras del Spotify Camp Nou y sus costes no ayudan. Tampoco operaciones fallidas como Barça Studios, pues se preveía ingresar 200 millones y se han cobrado 65. La valoración de la compañía ha caído un 43,62%. Todas las decisiones económicas de la actual junta directiva dejan un presente hipercomplejo, así como un futuro cuyos ingresos están comprometidos. Esta es la radiografía de un club que, según dijo Ferran Olivé en la Asamblea, tesorero de la entidad, "ya no es un enfermo, sino un señor que está en su casa haciendo vida normal".

2Playbook

El Clásico femenino: un partido de doble dígito por comercial pero desequilibrado en el campo

El gasto en plantilla deportiva del Barça sigue siendo un 80% superior al del Real Madrid, que asumirá una mayor inversión esta temporada a costa de volver a pérdidas. Los patrocinios copan el 74% y el 83% de sus ingresos totales, respectivamente.



Jabier Izquierdo 13 de noviembre de 2025

El Clásico femenino vivirá un nuevo capítulo este sábado. Un FC Barcelona-Real Madrid que llega en un momento de cambios en el fútbol femenino. La industria vive un periodo de operaciones de independencia de varios equipos de élite ligados a clubes masculinos, lo que facilita la llegada de inversión; mayormente, extranjera. Ante ello deben luchar ambas plantillas en la Women's Champions League. En Liga F, sus presupuestos están hoy muy por encima de los del resto, y entre ellos, la diferencia también es evidente. El Barça invirtió un 80% más en plantilla deportiva que el Madrid en 2024-2025, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

El club azulgrana destinó 12,6 millones de euros al gasto en personal deportivo –principalmente, salarios del primer equipo–, un 9% más interanual y el doble que hace sólo tres temporadas. De forma extraordinaria, el Barça no ha publicado el presupuesto de las secciones para esta temporada, pero el directivo responsable de deportes profesionales, Xavier O’Callaghan, avanzó en verano que el equipo que entrena Pere Romeu contará con un millón de euros más, por lo que ya rondará los 14 millones de masa salarial.

El Real Madrid, por su parte, contará con 7,5 millones de gasto en salarios deportivos en 2025-2026. Esto es un 8% más que en 2024-2025, cuando ya dio un salto con un incremento del 33% interanual. Las cifras del equipo madridista se sitúan a niveles de las del Barça de 2021-2022. En total, el gasto en personal –incluyendo el no deportivo– alcanzó los 7,8 millones de euros la pasada temporada y rozará los 9 millones este curso.

En cambio, en can Barça, este gasto supera los 13,3 millones con una mejora del 10% interanual. En ambos clubes, la inversión en personal no deportivo se sitúa en torno a los 750.000 euros anuales.

Comercial, el mejor ‘fichaje’

Esta diferencia de gasto en el césped y en los despachos era del 72%, inferior a la del negocio que generan ambos equipos. Tanto Barça como Madrid femenino van de récord en récord, con ingresos de ocho dígitos. El club azulgrana ya superó los 10 millones de facturación en 2022-2023, una temporada antes que su archirrival.

En 2024-2025, las campeonas de Liga F y subcampeonas de Europa alcanzaron los 21,7 millones de cifra de negocio, con un incremento del 25% interanual. Es, con suma diferencia, el equipo que más factura del fútbol femenino europeo, aunque el Chelsea FC es el que cuenta con mayor presupuesto (al sumar las pérdidas asumidas): ya manejaba 23 millones de euros en 2023-2024, según datos extraídos de Intelligence 2P.

El aumento de los ingresos en el fútbol femenino va ligado muy estrechamente a la pata comercial. Los patrocinios y el merchandising se han erigido en los principales impulsores del crecimiento del futfem, y así sucede en el Barça y en el Real Madrid. Las azulgranas ya facturaban 16,1 millones de euros en 2024-2025, con un aumento de cinco millones sólo en el último año. La sección cuenta con 22 patrocinadores y uno de ellos, Vueling, exclusivo del femenino. Gracias a ello, el área comercial aportó un 74% de los ingresos totales en la última temporada.

En el Real Madrid, esta dependencia es todavía mayor: un 83% de su facturación proviene de los patrocinadores y, en menor medida, de la venta de camisetas y resto de ingresos comerciales. En su caso, el equipo femenino madridista cuenta con 24 espónsors, de los que uno, Grupo AtValor, es patrocinador exclusivo de la sección.

La Champions, un filón para crecer

En el resto de líneas de ingresos hay un factor común: la Women's Champions League. La máxima competición europea factura cada vez más y, por ende, reparte cada vez más dinero. En el presupuesto de UEFA para esta campaña, hay 34 millones de ingresos previstos por esta competición y la nueva Women's Europa Cup –un equivalente a la Europa League masculina, pero en la que, de momento, no habrá participación española–. El incremento, del 84% respecto al anterior ciclo ya en 2025-2026, eleva el prize money para los equipos participantes hasta los 31,5 millones de euros.

Este aumento debería evidenciarse en las cuentas de ingresos de Barça y Madrid, dos equipos llamados a llegar lejos en Europa. Las primeras, con títulos y finales consecutivas en el último lustro; y las segundas, que ya ha alcanzado los cuartos de final en dos ocasiones.

Según las últimas cuentas de UEFA publicadas, el Barça ingresó 1,4 millones por ganar la Champions de 2023-2024, por los 540.000 euros del Madrid, que quedó apeada en fase de grupos. Por Liga F, su otra vía de ingresos audiovisuales, las azulgranas facturaron 471.284 euros, por los 404.632 euros de las madridistas.

Además, el atractivo de la competición europea incita a los equipos a abrir sus estadios, con lo que ello implica para crecer por matchday. El club azulgrana, muy previsiblemente, no tardará mucho en volver al Spotify Camp Nou tras su próxima reapertura. Allí marcó el récord mundial de asistencia a un partido de fútbol femenino, con 91.648 asistentes al Barça-Wolfsburgo de las semifinales de la Women's Champions League de 2021-2022.

El Clásico de este fin de semana se disputará en el Estadi Lluís Companys, en Montjuïc, donde la venta de entradas apoyará a que la pata de ticketing y competiciones se mantenga sobre los 4 millones de euros anuales. El Madrid, por su parte, ya supera el millón de euros por esta vía.

THE WALL STREET JOURNAL.

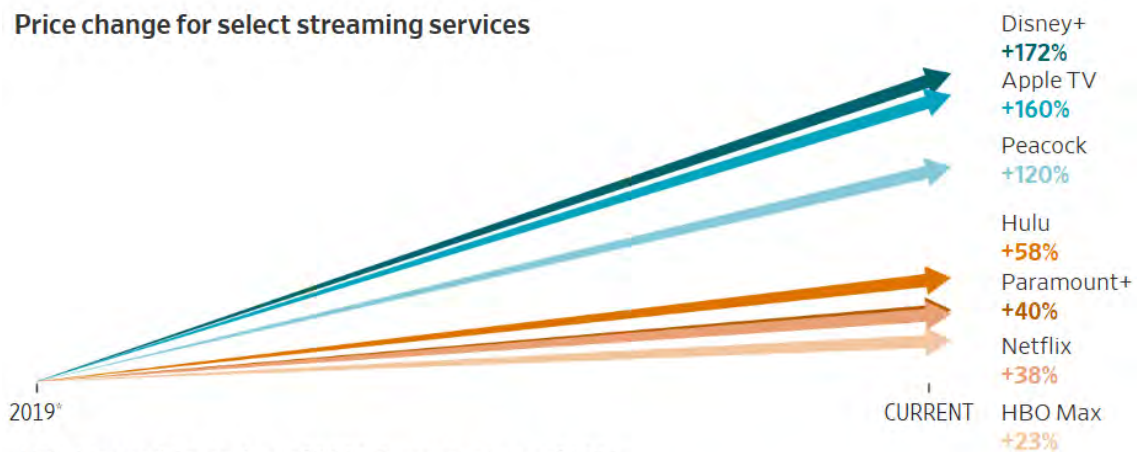
BUSINESS | MEDIA

Streaming Prices Are Soaring—and Consumers Are Still Paying

Viewers stick to subscriptions as options, including bundles, flood the market

By **Melissa Korn** | Graphics by **Elizaveta Galkina** and **Stephanie Stamm** Nov. 12, 2025

Price change for select streaming services



*HBO Max and Peacock as of 2020, Paramount+ as of 2021

Note: Monthly price for basic ad-free option, when multiple tiers available.

Source: the companies

The menu of options for how to watch shows and movies without cable continues to grow—as do their price tags.

In recent weeks, the streaming platforms HBO Max, Hulu and Disney+ all hiked prices for at least some of their services. Netflix did so in January, Peacock unveiled increases in July, and Apple TV detailed its latest bump in August. Paramount said Monday it would raise the price of Paramount+ early next year.

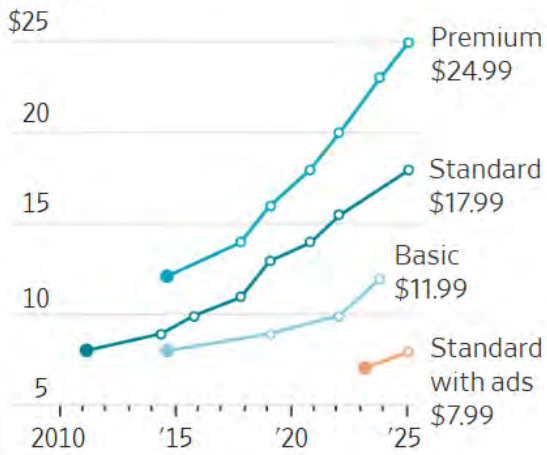
It's the newest wave of streamflation.

Consumer costs continue to rise in part because some media companies have bulked up their sports programming, paying big money to secure rights to the National Football League, the Ultimate Fighting Championship, Major League Baseball and other popular games and matches.

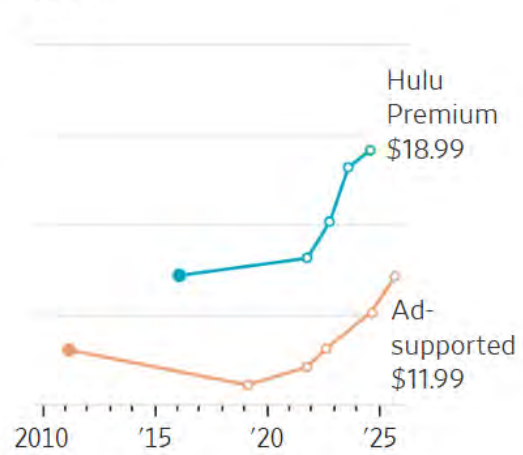
Evolution of streaming service monthly prices

● Launch ○ Price change

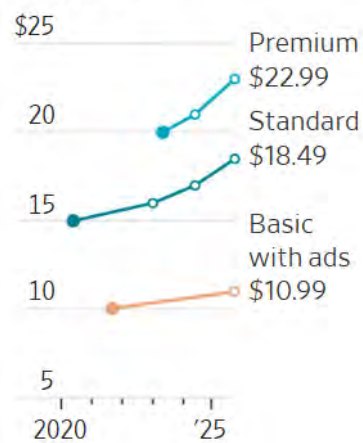
Netflix



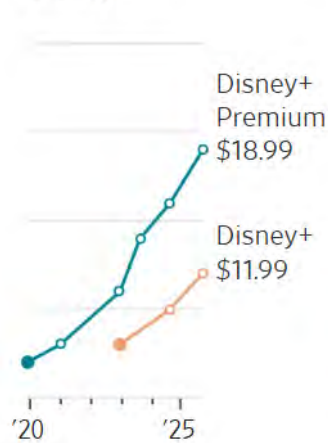
Hulu



HBO Max



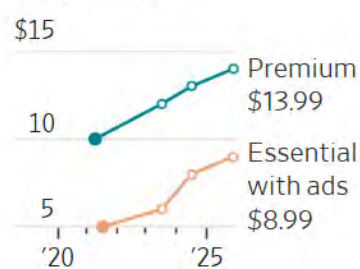
Disney+



Peacock



Paramount+



Apple



Note: Price change reflects date of announcement. Netflix Basic tier was phased out in 2024; Disney+ includes ads; Peacock Select offers a limited content library, with ads.
Source: the companies

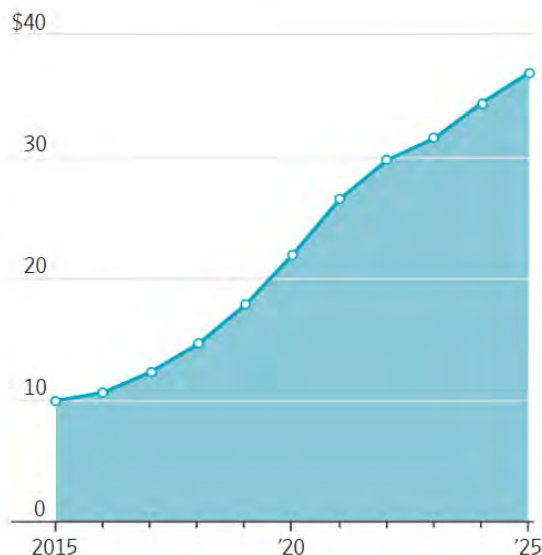
In some cases, critics say, consumers are paying more despite losing access to some high-profile programming. Warner Bros. Discovery's HBO Max, whose least expensive option is now \$10.99 a month, up by a dollar from the prior rate, lost its National Basketball Association games package this season. And it is eliminating CNN's live news stream later this month, as that network launches a new, stand-alone streaming service.

The company said it has added other sports, including Nascar, Big 12 football and basketball and more College Football Playoff action.

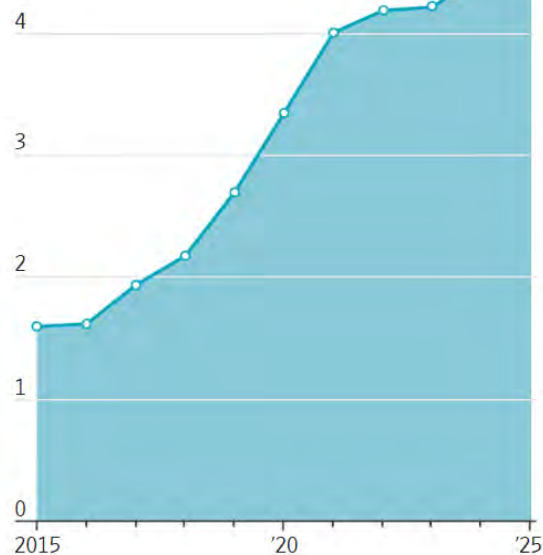
Despite the price hikes, households aren't significantly recalibrating their subscription habits.

Average among U.S. households

Monthly streaming subscription revenue generated



Number of streaming services used



Note: Among households that subscribe to at least one streaming service.

Source: S&P Global Market Intelligence

If there were price-hike fatigue, cancellation rates would be the first place to spot them, says MoffettNathanson analyst Robert Fishman. But those rates are fairly steady for many streamers.

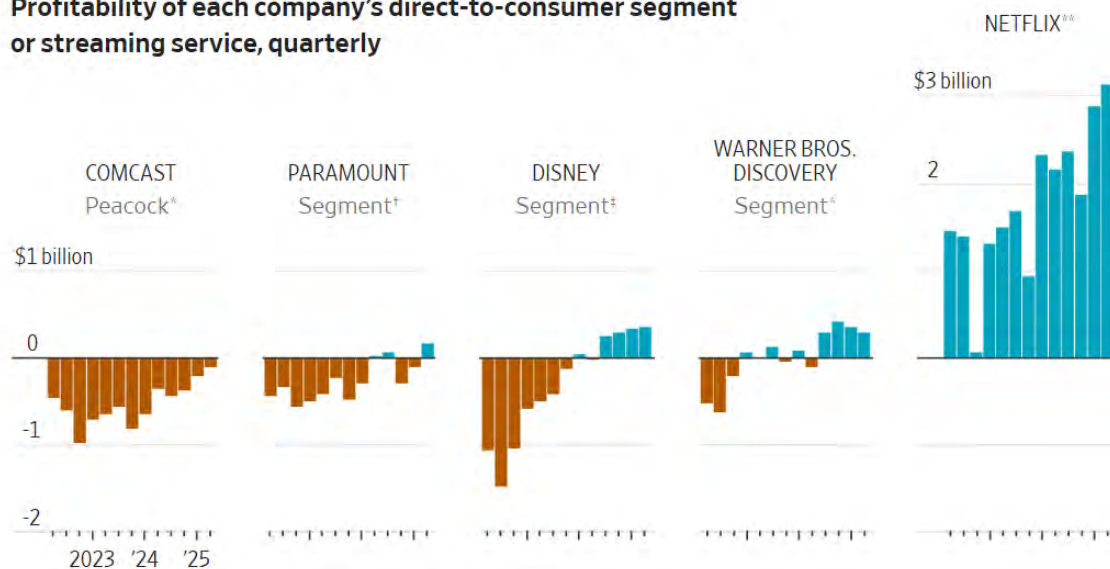
Disney-owned Disney+ and Hulu had higher levels of defections for September, according to data firm Antenna—after the temporary suspension of ABC late-night host Jimmy Kimmel for his comments about the death of Charlie Kirk. But Antenna found new sign-ups for both services were strong in September.

Netflix subscribers are particularly loyal, with cancellation rates flat at 2% during all but one month since May 2023, Antenna figures show. (The least expensive ad-free tier then cost \$9.99 a month. It's now \$11.99, with other options charging up to \$24.99. One with ads runs \$7.99 a month.)

“Netflix has really cracked the code in terms of pricing,” Fishman said. Its strategy of offering the least expensive ad-supported product, as well as premium-priced options for other customers, is paying off.

Other streamers are also reporting profits, or at least paring losses, after plowing hundreds of millions of dollars into launching, expanding and advertising their platforms.

Profitability of each company's direct-to-consumer segment or streaming service, quarterly



*Adjusted earnings before interest, taxes, depreciation and amortization †Adjusted operating income before depreciation and amortization ‡Operating income for the Entertainment direct-to-consumer segment. As a result of the restructuring of Disney Media and Entertainment Distribution, starting with the fourth quarter of its 2023 fiscal year, Disney changed how it reported its financials for that business.

**Net income for the whole company

Note: Each company reports direct-to-consumer profitability differently. Data are for calendar quarters. Disney fiscal year ends in September.

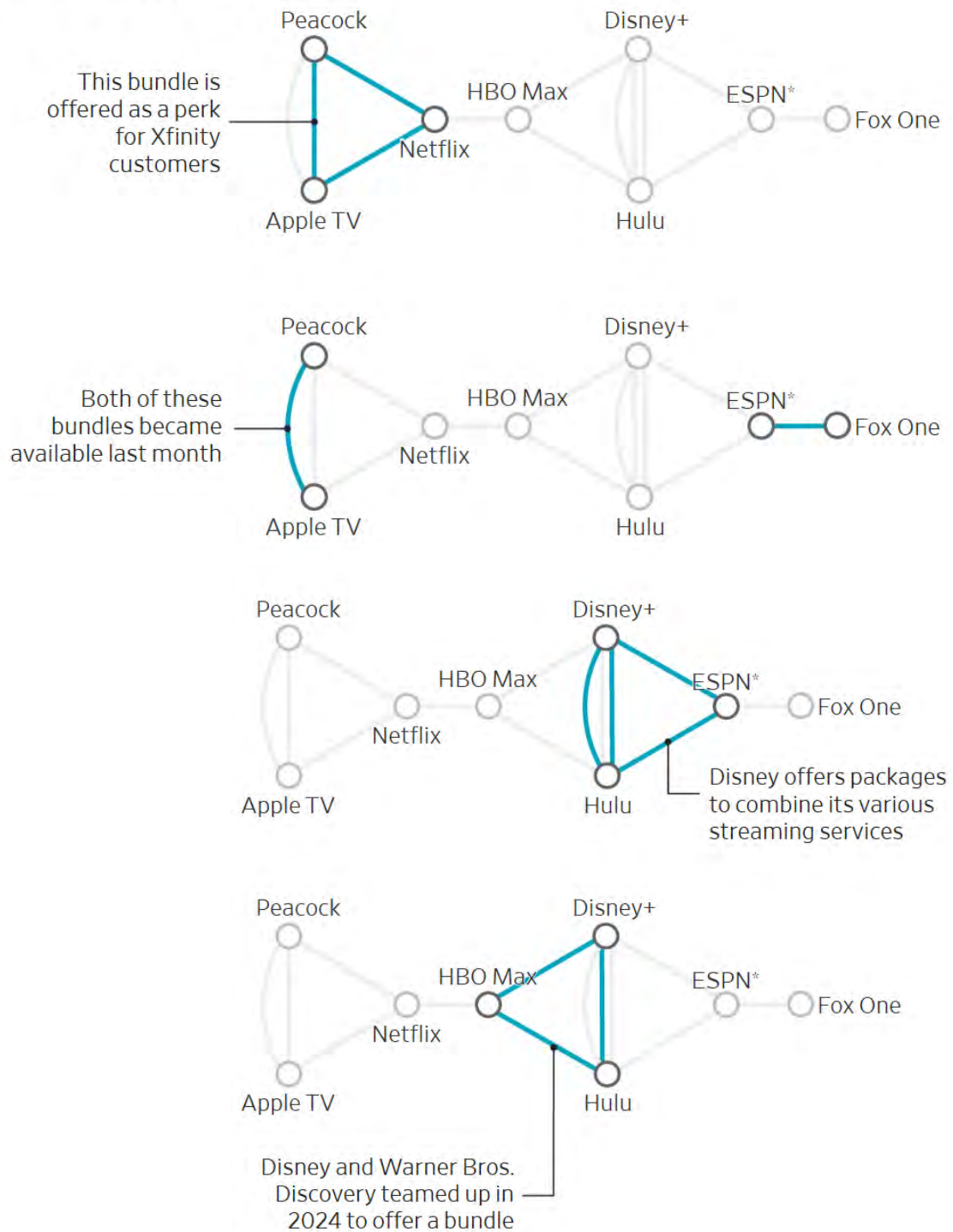
Source: the companies

Rather than ditch a service entirely, consumers now have more options to switch to lower-cost ad-supported tiers, said Mike Proulx, vice president and research director at market research company Forrester.

Nearly half of Netflix viewing hours come via its ad-supported tier in the U.S., up from about one-third in August 2024, according to Comscore's State of Streaming report, published last month.

Streamers are looking for creative ways to stoke growth, and to prove to advertisers they have a critical mass of eyeballs worth pitching products to. It's led to a somewhat baffling proliferation of bundled products.

Bundled services



Peacock and Apple TV launched a paired offering in October costing \$14.99 a month with ads (or \$19.99 monthly without), compared with \$23.98 or \$29.98 a month if each service were purchased separately. And ESPN and Fox One, both rolled out over the summer, are charging \$39.99 for a package deal.

Fox Corp. and The Wall Street Journal's parent company, News Corp, share common ownership.

In addition to teaming up with one another, many streamers have long joined with other types of services—including Instacart delivery, Amex credit cards and Verizon—to offer discounted access.

“The best I can say about bundles is déjà vu,” Proulx said. “This is akin to what life was like in the legacy pay-TV days.” In other words, consumers have access to a plethora of content and only watch a slice of it.

Write to Melissa Korn at Melissa.Korn@wsj.com, Elizaveta Galkina at elizaveta.galkina@wsj.com and Stephanie Stamm at stephanie.stamm@wsj.com

NEW YORK

VULTURE

STREAMLINER

Paramount+ Has a New Year's Resolution: Raise Prices Again

By Eric Vilas-Boas 12:03 P.M.



Having recently spent a bundle to buy Paramount, David Ellison needs a little more cash — specifically more from Paramount+ subscribers. In its first earnings report as a freshly merged entity, Paramount Skydance announced it would raise prices on the company's flagship streamer on January 15, 2026.

Monthly streaming bills will go up by \$1: Paramount+ Essential, the ad-supported plan, is going from \$7.99 to \$8.99 per month while Premium, the ad-free plan that includes Showtime content, will go from \$12.99 to \$13.99 per month. And annual plans are going up even more significantly — from \$59.99 to \$89.99 per year for Essential and \$119.99 to \$139.99 for Premium. Those are still discounts off the monthly rates, but ... yikes! And oh yeah, free trials are going away too.

Why do all this? The company — which just swallowed up the Free Press for \$150 million and is remaking CBS News in Bari Weiss's image, recently laid off 2,000 employees, and is actively bidding to acquire Warner Bros. Discovery — promises the extra dollar a month will go toward "an even stronger slate of programming." Recall that in August, the company also paid \$7.7 billion to snag the media rights to the UFC for seven years. But also, Paramount+ loves a price hike as much as any other service, having raised rates several times over the last few years. So Ellison and his newly merged company undoubtedly want to extract as much value from the service's 79 million subscribers worldwide (and growing) as he looks to add HBO Max's 128

million to his portfolio. The money for such deals has to come from somewhere, up to and including that extra dollar in your pocket.

The Future of Media Is Being Built on YouTube

The platform, thanks to a constellation of factors, is becoming the preeminent incubator for new media ventures

By **Mark Stenberg** NOV 12, 2025



This story was originally published in On Background with Mark Stenberg, a free, weekly newsletter that explores the key themes shaping the media industry. You can sign up for it [here](#).

A few months ago, at a press dinner hosted by the publisher 1440, I was commiserating with another reporter about a recent spate of media layoffs when Josh Kaplan chimed in.

Kaplan, the cofounder of the talent agency Smooth Media, politely suggested that the doom and gloom narrative surrounding the media industry was misplaced, as it largely ignored perhaps the most exciting space for media entrepreneurship at the moment: YouTube.

“You’re looking in the wrong direction,” Kaplan said. “On YouTube, everything is growing.”

Since then, as so often happens with these kinds of epiphanies, I have begun to see evidence of this claim everywhere I look.

Last month, I profiled the unlikely reinvention of The Daily Beast, whose momentum comes in large part from adopting a “creator at scale” strategy that relies heavily on platforms like Substack and YouTube. The Beast, which launched its YouTube just earlier this year, now has nearly half a million subscribers on the site.

Similarly, another legacy publisher, Complex, has invested aggressively in its YouTube channel following its acquisition last year by Ntwrk. The publisher has shifted the bulk of its editorial resources to video, both as a means to insulate itself from AI and as a tactic to engage its younger audience, CEO Aaron Levant told ADWEEK.

More telling, however, is the growing flight of media entrepreneurs to YouTube.

Last year, after more than a decade leading Business Insider, media veteran Nicholas Carlson chose to launch his new venture, Dynamo, on YouTube. And at Brandweek last week, media entrepreneur Charlie Yamamoto walked me through his work with Dive Studios, a similarly video-centric startup that calls YouTube its home.

Video news and social video from media publishers is not new, of course. Tech reviewers like Marques Brownlee, political channels like The Young Turks, and right-wing creators like Ben Shapiro at The Daily Wire have been using the platform for years.

What is different is how legacy media is starting to center their operations on the platform, both from traditional publishers and a new brand of creator-journalists. Couple that with the rise of video podcasting and an abundance of monetization tools, and you start to see why new media companies are putting their investments here.

On one front, a new wave of creators, including Tara Palmeri, Taylor Lorenz, and Dave Jorgenson, have all embraced the video ecosystem as their home page, signaling a coming sea change in how news is created and disseminated in the social media age. Indeed, new media ventures like Jubilee, Channel 5 with Andrew Callaghan, Freethink, Johnny Harris, and Breaking Points all offer exciting visions for the future of YouTube news.

Lately, this momentum has matured into something more substantial, according to Kaplan. A constellation of broader factors has transformed YouTube from one of several distribution points into the front page for a new generation of media company.

“The pivot to video has happened,” Kaplan said. “I don’t understand why anyone under the age of 30 would start a text-only media company now.”

From auxiliary channel to marquee destination

Video has slowly become the primary form of social media content, with more people producing and consuming video than ever before.

The form taps into one of the most compelling elements of the creator economy: It connects viewers with a specific person, often in a very intimate capacity. This kind of connection is more powerful than the kind fostered by text, which makes it a more effective tool for converting fans into customers, according to Taylor Lorenz, a journalist, creator, and media columnist.

YouTube also makes it simple to generate revenue and reach new audiences, Lorenz said.

Making money from short-form video on platforms like TikTok and Instagram Reels is nearly impossible, in large part because algorithms on the platforms play a larger role in curating the content their users see. TikTok and Reels offer fewer, less lucrative tools for sharing ad revenue with their creators, while paywall platforms like Substack and Patreon only monetize a small portion of audiences.

Critically, YouTube also competes in the television landscape as well as the social media ecosystem, according to Tara Palmeri, a YouTube creator and former ABC News, Politico, and Puck reporter.

YouTube consistently outpaces competitors like Netflix, Disney, and Prime Video in terms of CTV viewership, meaning more people are treating YouTube content as premium programming. This makes it one of the few brands competing for attention on nearly every possible surface area, and its status as a streamer nets it a higher quality of attention than mobile viewing.

The rise of video podcasts, or vodcasts, has also proven an explosive new growth lever for YouTube. Creators and media companies alike now frequently fill their channels with low-lift interviews, often featuring two folks chatting over a recorded Zoom, which go on to accrue views and revenue with hardly any effort.

This reduced barrier to entry for making video content is another key tailwind for the platform.

Carlson, the founder of Dynamo, told me that some of his company's videos have more CGI in them than the original Jurassic Park. New generative AI tools alongside popular formats like front-facing video have made it easier than ever to produce sight, sound, and motion. This abundance of video only enhances the ability of recommendation algorithms to pair people with the kinds of content they most want, creating a virtuous cycle.

While these factors have attracted media entrepreneurs to YouTube, others have pushed publishers onto the platform.

In particular, the ongoing decline of the open web, as answer engines continue to siphon away traffic from websites, has prompted publishers to invest more heavily in building on third-party platforms like YouTube. Historically, the prevailing wisdom has discouraged publishers from relying too heavily on platforms outside of their control, but lately it seems like they no longer have a choice.

What happens next?

The last year has seen a flurry of creator and podcast acquisition, from Fox nabbing Red Seat Ventures—home to Megyn Kelly's, Tucker Carlson's, and Bill O'Reilly's shows—to Vox Media signing distribution deals left and right.

Over the next twelve months, a similar gold rush could be poised to take place on YouTube.

The first sign that buyers are coming to appreciate the value of YouTube channels came in December, when a consortium of investors led by the Soros Fund Management bought Hot Ones for \$82.5 million. At the time, an M&A advisor told me that the deal was establishing a market precedent and would help facilitate similar transactions in the future.

For media companies without prominent YouTube channels, such acquisitions could act as swift entrees into the rapidly expanding platform. Specific franchises, like Diary of a CEO, would make natural additions to a media portfolio lacking a YouTube presence, according to Kaplan, the Smooth Media cofounder.

Similarly, look for more journalist-creators to begin treating YouTube as their front page, according to Palmeri.

A host of exiled anchors have flocked to Substack, but the platform lacks any means of native ad monetization, particularly on its nascent video product, leaving the majority of audiences unmonetized. As a result, more creators are treating YouTube as their top-of-funnel play, using its discovery engine and vast audience to attract viewers, then funneling their most ardent fans toward conversion channels like Substack and Patreon, Palmeri added.

Finally, the next logical extension of the increasing prominence of video is the live-stream.

Rising creators like Kai Cenat, IShowSpeed, and plaqueboymax represent the next chapter of video production, turning live moments into streamable content, then clipping it for distribution across their social channels. Indeed, the technology and business news franchise TBPN, which live-streams daily for three hours, has cultivated such a ubiquity that it has recently scored exclusive interviews with Meta CEO Mark Zuckerberg and Microsoft CEO Satya Nadella.

Live-streams also further guard against disruption from AI, which is already replicating text and image content with ease and will soon do the same for video, according to Lorenz.

Palmeri hosts a weekly live-stream, Lorenz is planning to unveil one, and Complex will roll out on-site live-stream capabilities next month, per CEO Levant.

The technology embodies everything audiences already love about video, but with the added draw of immediacy. The trend should stand to benefit Twitch, the largest player in the streaming space, but who would be surprised if YouTube eats that market as well?

Nov 11, 2025 9:39am PT

YouTube TV Blackout Is Costing Disney an Estimated \$4.3 Million per Day in Lost Revenue

By Todd Spangler



GREEN BAY, WISCONSIN - NOVEMBER 10: Jalen Hurts #1 of the Philadelphia Eagles scrambles against the Green Bay Packers during the first quarter in the game at Lambeau Field on November 10, 2025 in Green Bay, Wisconsin. (Photo by Patrick McDermott/Getty Images)

Disney is likely feeling a financial pinch from the ongoing blackout of ESPN, ABC and other networks on Google's YouTube TV.

Disney is losing an estimated \$30 million per week from its networks being pulled off YouTube TV, which works out to nearly \$4.3 million per day, according to Morgan Stanley analysts. The figure came in a research note from Morgan Stanley equity analysts Benjamin Swinburne and Thomas Yeh, who said in their financial forecast for Disney's year-end 2025 quarter, they are "layering in 14 days of impact from the ongoing YouTube TV blackout, which we estimate is a \$60mm revenue headwind."

Nov. 11 marks the 12th day of the Disney blackout on YouTube TV. The Morgan Stanley analysts wrote that they expect the Disney-YouTube TV dispute to be resolved later this week, but estimated that each week its networks are dark on YouTube TV will lower Disney's adjusted earnings per share by 2 cents.

Disney is scheduled to report earnings for the September 2025 quarter (the fourth quarter of its 2025 fiscal year) on Thursday, Nov. 13, before the market opens. On average, analysts expect Disney to report \$22.78 billion in revenue and earnings per share of \$1.02, according to financial data provider LSEG.

YouTube TV customers have already missed two straight weeks of "Monday Night Football" on ESPN and ABC (Philadelphia Eagles vs. Green Bay Packers on Nov. 10 and Arizona Cardinals at Dallas Cowboys on Nov. 3), not to mention two Saturdays of college football and other sports, plus ABC primetime shows, ABC News' "World News Tonight" and "Good Morning America," and more.

Of course, YouTube also is undoubtedly feeling financial pressure from the standoff, given that an unknown number of subscribers have dropped the service because of the loss of ESPN, ABC and other Disney nets. According to a survey fielded last week, 24% of YouTube TV subscribers said they've already canceled or intend to cancel service over the Disney blackout. A YouTube rep said that "while subscriber churn is always regrettable, it's been manageable and does not align with the findings of this survey."

This Sunday, YouTube TV began alerting subscribers about how to manually apply a one-time \$20 credit to their account because of the Disney carriage dispute, a move to try to mitigate cancellations.

Disney's networks went dark on YouTube TV service just before midnight ET on Thursday, Oct. 30, after Disney and Google were far apart on a deal before the expiration of the previous contract. The companies are fighting over price — with Google claiming Disney is asking for an unprecedented fee hike and Disney countering that Google is "refusing to pay fair rates for our channels."

The fight comes after the August launch of ESPN Unlimited, an all-in standalone streaming package that provides everything from the sports giant in one place. Morgan Stanley's Swinburne and Yeh said they believe the debut of ESPN Unlimited has "gone well relative to our modest expectations." The analysts estimate ESPN Unlimited will sign up about 3 million subscribers by September 2026, each generating \$18-\$20 net effective monthly revenue. "We estimate ESPN adds roughly \$500m of subscription revenues in FY26, benefiting from the launch of ESPN Unlimited," the analysts wrote.

The Morgan Stanley forecast does not include Disney's proposed deal giving the NFL a 10% stake in ESPN, valued to be worth as much as \$2.5 billion, which is pending.

YouTube TV is estimated to have more than 10 million subscribers, making it the largest virtual pay-TV provider in the U.S. and the third largest overall after Charter and Comcast. Disney's Hulu + Live TV and Fubo, which recently merged, have nearly 6 million subscribers in North America.

Pictured above: Philadelphia Eagles QB Jalen Hurts (No. 1) scrambles against the Green Bay Packers in the Nov. 10 "Monday Night Football" game at Lambeau Field, which aired on ABC and ESPN.

DEADLINE

NEWS

Disney-YouTube TV Carriage Battle: How Much Is Each Side Losing?

By **Dade Hayes** @dadehayes November 11, 2025 3:04pm



As the YouTube–Disney carriage battle approaches the 2-week mark, it is following the financial trajectory of many such standoffs: Both sides appear to be losing, to varying degrees.

The question now is, how willing are the combatants to endure more pain if the impasse continues?

ABC, ESPN and other Disney networks went dark October 30 on YouTube TV, which is now the No. 3 U.S. pay-TV provider with 10 million subscribers. Industry and subscriber hopes that a second week of Monday Night Football would hasten the end of the clash went by the boards. Thus far, two revenue-rich Saturday slates of college football and two Monday night contests have been wiped out, with a 21% hit to ratings on the November 3 game between the Dallas Cowboys and Arizona Cardinals.

Along with ratings, Disney also is not receiving any fees from YouTube in exchange for its programming.

A report Tuesday from Morgan Stanley media analyst Ben Swinburne puts Disney under the spotlight as the media giant gets set to report quarterly earnings on Thursday morning. Swinburne pegs the losses to Disney from the carriage fight at about \$60 million over a 14-day period, meaning about \$4.3 million a day. While the media giant is transitioning to streaming, it still rakes in billions from its legacy pay-TV operation, so it can ill afford to sacrifice a large chunk of it.

Disney's earnings won't reflect any financial hit from the carriage fight, which started after the late-September end to the quarter, but execs are likely to offer comments on the situation. (CEO Bob Iger wasn't asked about it, nor did he raise the topic, during his appearance Monday night on Eli and Peyton Manning's alternate Monday Night Football telecast on ESPN2.)

The conventional wisdom – that Disney needs YouTube more than YouTube needs Disney – has a lot of truth to it. YouTube TV parent Alphabet has a market value of more than \$3 trillion, so variations in YouTube TV's business don't make a difference in its overall financials or stock price. When it reports quarterly numbers, Alphabet breaks out ad revenue and other metrics for YouTube, but shares nothing relative to its pay-TV operation, which has grown to 10 million subscribers since launching in 2017.

However, before you assume that YouTube TV is impervious to losses, consider the fact that the company has aggressively gone after the living room in recent years. YouTube CEO Neal Mohan, an avid NFL fan, pursued and won rights to the league's Sunday Ticket package, paying \$2 billion a year over seven years. The tech firm then bundled the premium package with YouTube TV at a discounted rate.

The football bundle means that many of the estimated 1.5 million subscribers to Sunday Ticket are now unable to get Monday Night Football and other sports airing on ESPN, ABC and other Disney networks. If they cancel and opt for a rival service, they lose access to Sunday Ticket just as the season is entering its competitive home stretch. In that sense, stiff-arming Disney is not likely to result in long-term satisfied customers.

Mohan also has been beating the drum for Emmy voters to give YouTube creators full consideration. Granted, that's on the YouTube side and not behind the pay wall of the YouTube TV bundle, but it's not the optimal look.

Could Disney chart a path forward without YouTube TV? It's a stretch but technically possible, especially because the company has recently added two major weapons in its arsenal: a beefed-up ESPN subscription service and pay-TV operator Fubo. If Swinburne's estimate is accurate, though, it would mean walking away from \$1.6 billion in annual distribution revenue and hoping the proceeds from owned and operated platforms would eventually make up that shortfall.

ESPN's Unlimited offering, which launched last August, will reach 3 million subscribers and generate \$500 million in incremental revenue by the end of fiscal 2026 (next September), Morgan Stanley's Swinburne estimates. Research firm Antenna said ESPN's new app had drawn 2.1 million sign-ups by September 30. Promotions for the app have been stepped up during the blackout and the NFL, a partner with ESPN in a pending deal for NFL Media assets, has also pointed out the ESPN app option for YouTube TV customers.

Fubo's total revenue in 2024 was \$1.62 billion.

YouTube TV has charged that Disney is not bringing reasonable proposals to the table and entered the final stages of negotiations before the blackout without urgency, all in order to push subscribers to its own platforms. Disney emphatically denies that accusation, and says YouTube TV is not offering it fair market value.

Shortly before the blackout began, Disney announced the closing of a deal to take 70% control of Fubo last month, giving it 6 million pay-TV subscribers on Fubo and Hulu + Live TV. That's a sizable rival to YouTube TV, and early data from research firm Apptopia (which measures app downloads, not subscription sign-ups) showed Fubo to be the leading beneficiary of people switching providers.

Because most of its competitors' subscriber bases are shrinking due to cord-cutting, YouTube TV is widely expected to soon become the No. 1 pay-TV provider in the U.S. That status could make it even bolder than it has been in 2025, clashing with five major programmers and letting two of them go dark for long periods. It is also the case, though, that losing subscribers is still a sacrifice of revenue.

Already, the subscriber base has been willing to vote with its feet based on YouTube TV's aggressive price hikes, notably the two of them in barely a year that jacked up rates by almost 20%. Veteran media analyst Craig Moffett, in a report last June, estimated that YouTube TV shed about 500,000 subscribers over the pricing jolt, though many subsequently returned for football season.

YouTube TV on Sunday offered subscribers a \$20 credit for enduring the Disney blackout. That won't mean it will automatically part with \$200 million given its scale, though. As other operators have previously done, it set up the credit in such a way that subscribers need to opt into it rather than it being automatically applied to their bills.



Ampere Analysis

Un nuevo informe de la consultora indica que son los usuarios mayores quienes miran contenido largo como series y películas en la plataforma de Google.

YouTube continúa su supremacía como la plataforma de video más popular a nivel internacional.

Según indica un nuevo informe de Ampere Analysis, escrito por el investigador Ed Ludlow, el 85% de los usuarios de internet utilizan la plataforma de Google cada mes.

En cuanto a contenidos, uno de cada cinco (18%) ve películas y series completas en YouTube.

Además, son los usuarios mayores quienes acceden a este tipo de contenido en la plataforma, principalmente personas entre 35 y 64 años.

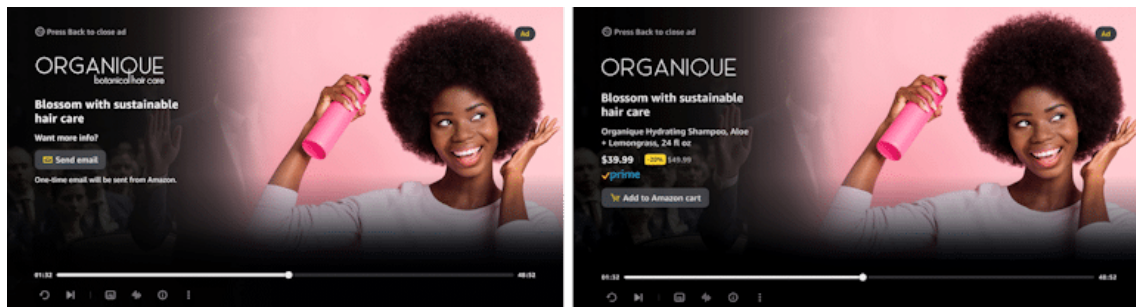
Según el informe, los hogares con niños son otro factor clave que impulsa este consumo, lo que sugiere que tanto padres como abuelos recurren cada vez más a YouTube para ver contenido en familia.

En términos del mercado internacional, el porcentaje de usuarios que ven contenidos de larga duración en la plataforma cambia según el país. Los países con menos servicios VOD atraen mayor consumo hacia YouTube, con algunos como Brasil y México liderando el ranking.

«La enorme audiencia de YouTube la convierte en un socio atractivo para los creadores de contenido que buscan monetizar sus catálogos y llegar a un público más amplio. Sin embargo, esa misma magnitud implica que los hábitos de visualización varían considerablemente entre los distintos grupos demográficos; por lo tanto, es fundamental que los creadores de contenido comprendan a quién se dirigen realmente al distribuir contenido en la plataforma», explica Ludlow.

Prime Video's Ad Story Sounds Strong—Weakens With a Closer Look

12 Nov, 2025 **Colin Dixon**



Prime Video's 315 million ad reach is unmatched, but much of the viewing it attracts earns no ad revenue. How will Amazon cover the sports rights costs it is committed to? Enhancing ad values should help.

Prime Video shows stunning growth in ad viewers.

When Amazon flipped Prime Video from an ad-free to an ad-supported service in January 2024, it immediately rocketed to the top of premium video providers with an ad tier. By April of 2024, the initial group of eight countries in which it had launched the ad tier had delivered 200 million monthly ad-supported viewers. The service has launched the ad tier in another eight countries since then and now claims to reach 315 million monthly ad-supported viewers. Netflix reports that it has 190 million ad-supported viewers worldwide.[i]

The country generating the greatest video ad revenue for Amazon must surely be the one with the deepest ad tier reach. With over 130 million ad-supported monthly viewers, the US is surely Prime Video's largest TV ad market. 11.8 million UK homes have access to Prime Video's ad tier, making it a very significant ad market for Amazon, but nowhere near as important as the US.

Engagement is a problem for Prime Video.

Now that ads are a key revenue driver for Prime Video, getting people to watch for as long as possible is critical to Amazon. On the face of it, Prime Video is doing quite well on that score. In the US, it garnered 3.9% of total TV viewing time in September 2025. Only Disney+ (4.5%), Netflix (8.3%), and YouTube (12.6%) did better.

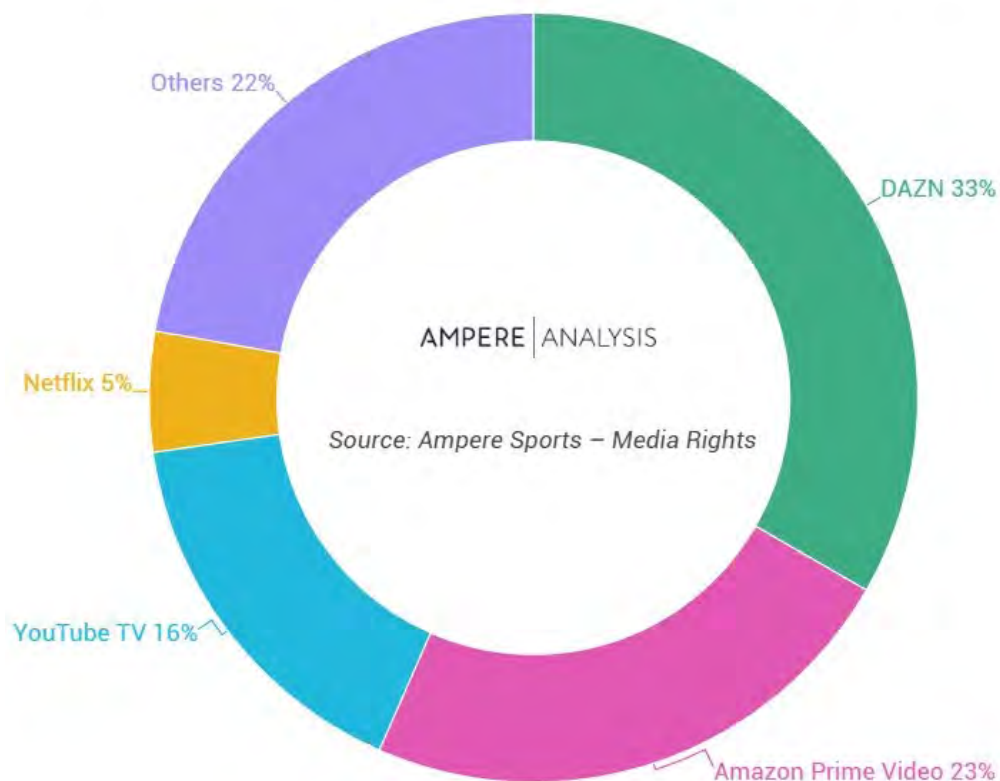
However, the engagement picture is more complicated than that for Amazon. A significant portion of the viewing time credited to Prime Video is spent watching videos from partner SVOD services. Amazon sells subscriptions to services like Paramount+, BritBox, and Apple TV through its Channels partner program. When an Amazon customer subscribes to a service through Channels, the content is accessed through Prime Video. What's more, a good proportion of the viewing is free of ads. For example, Apple TV and BritBox don't have an ad tier, and an Amazon customer can subscribe to the ad-free tier of Paramount+.

Amazon has been very successful in selling partner SVOD services through channels. According to Antenna, 3 in 4 specialty SVOD subscriptions were sold by Amazon in 2024. So, a significant portion of Prime Video viewing is likely driven by those SVOD services where Amazon doesn't earn any ad revenue at all.[ii] Prime Video's share of viewing time also includes any titles rented or purchased through Amazon. This additional ad-free viewing time is also significant since Amazon is the number one digital movie store in the US.

With so many alternative, ad-free viewing options available to Prime Video users, fewer than half of the credited 3.9% of total TV viewing time may be spent watching Amazon's ad-supported content.

Sports are a key driver of Prime Video ads.

Proportion of 2025 global OTT spend on sports rights, by service



Sports is undoubtedly the most productive genre from the ad perspective for Amazon, and it is diverting a huge proportion of its content spending toward it. Ampere Analysis says that Amazon is spending the second most on sports streaming rights globally. A third of spending will be made by DAZN, 23% by Amazon, and 16% by YouTube TV.

In the US, the company is paying \$1.8 billion per year for 66 regular-season NBA games and an additional \$1 billion annually for Thursday Night Football. It also has NASCAR, NWSL, WNBA Finals, The Masters, and more. It also has exclusive sports in at least nine more countries.

Sports are pushing up the content spending of all the top streaming TV companies. KPMG estimates that Amazon spent \$20 billion on content in 2024, surpassing Netflix's \$17 billion and Disney's \$28 billion. Covering the cost of the sports licenses will be tough with just advertising, leading some to forecast an increase in the cost of Prime membership. However, Amazon is doing everything it can to enhance the value of its ad inventory.

Interactivity and locals to boost Amazon ad values.

Annual Content Spend, in Billions of Dollars

Aggregate spending by 12 companies had 10% compound annual growth rate from 2020-24



Source: KPMG estimates

Note: "Others" includes Warner Bros, Discovery, Sony, Fox, Apple, Spotify and Meta

Amazon is unmatched in its ability to connect ad views with consumer actions. It also has one of the richest data sets in the industry, allowing it to target Prime Video viewers with unrivaled precision. It is also investing in interactivity to help narrow the gap between ad view and consumer action even further. Last year, it added one-click purchase interactive ads to Prime Video, enabling users to add items to their Amazon shopping cart with a single click.

This week, the company introduced location-based interactive ads to Prime Video. With these interactive video ads (IVA), advertisers can make a single national ad buy, and each viewer will see overlay text customized to their location. The viewer clicks the TV remote, and Amazon sends a one-time link to the viewer via the app or email.

These moves will further enhance ad values, help overcome Amazon's less-than-stellar engagement, and do more to cover the astronomical costs of the sports licenses the company must pay.

[i] It is unclear if Amazon and Netflix count "ad-supported viewers" in the same way.

[ii] Amazon likely shares in ad revenue coming from partner SVOD service ad-tier subscribers

BBC

Who will be the next director-general of the BBC?

Tim Davie's resignation triggers search to fill UK media's top job



Daniel Thomas in London NOVEMBER 12, 2025

The BBC is set to appoint headhunters to find its next director-general, a role that many in the industry regard as a poisoned chalice given the level of scrutiny and personal attacks that ultimately led to the recent resignation of Tim Davie.

One issue is that many of the more obvious candidates are in private sector roles that pay much better than the head of the BBC without the potential personal fallout. Tim Davie earned about £550,000 and had to publish his expenses, while ITV boss Carolyn McCall was paid a total of more than £4mn last year.

The final decision will be made by the BBC board, rather than the Labour government. The criteria will range from knowledge of the media landscape and BBC journalism to political savvy and ability to handle a crisis, according to those close to the corporation.

One person close to the board pointed out that almost every director-general in recent history, except Mark Thompson, left under a cloud. "The intensity of the job in such a febrile environment . . . It ruins your private life."

Here are some of the main contenders:

Charlotte Moore



Moore is seen as a favourite for many inside the BBC, which she left in the summer to become chief executive of Left Bank Pictures, a British independent TV and film production company. The popular TV executive had been chief content officer at the BBC for five years and was among those shortlisted to be director-general in 2020.

George Osborne



The former Tory chancellor would have the political knowhow to navigate the Westminster media melee and would be welcomed by many of the BBC's rightwing opponents. But the question is whether he could work with the current Labour government. Since leaving frontline politics, Osborne has been editor of the Evening Standard and a partner at Robey Warshaw, the London-based investment bank. He is also an adviser to the cryptocurrency exchange Coinbase, chair of the British Museum and presents the Political Currency podcast with Ed Balls.

Jay Hunt



The creative director of Apple TV+ for Europe has commissioned award-winning shows such as *Slow Horses* during her eight years with the streamer but has a long connection with the BBC. She worked as controller of BBC One for two and a half years and before that worked on *Newsnight* and as editor of both the *One O'Clock News* and *Six O'Clock News*. She previously worked as chief creative officer for Channel 4 and director of programmes at Channel 5.

Rhodri Talfan Davies



Davies, who is the BBC's director of nations and sits on the BBC's executive committee, is seen as one of the few internal candidates able to step up to the job. Appointed to the role in 2021, Rhodri heads up the BBC's content across TV, radio and online serving local audiences in England, Scotland, Wales and Northern Ireland. He has also overseen the corporation's deployment of generative AI technology. Davies leads the team responsible for the UK's biggest news show — the regional BBC One 6.30pm programme — as well as the 45 local and nations radio stations.

Alex Mahon



Mahon left Channel 4 after serving for almost eight years as chief executive, including seeing off the threat of privatisation by the former Conservative government and putting in place plans for the digital transition of the public sector broadcaster. She now runs festivals business Superstruct Entertainment, which is owned by private equity group KKR.

James Harding



The editor-in-chief of The Observer and founder of Tortoise Media is known to have a deep love for the BBC, where he served as director of news and current affairs between 2012-18.

However, Harding — who argued for the need for the BBC to be free from political interference at this year's MacTaggart Memorial Lecture — has only just convinced investors to back his vision to acquire The Observer newspaper, which makes the timing potentially awkward.

Carolyn McCall



ITV chief executive McCall is currently in talks with Sky to merge its UK TV business with ITV's, so the timing could be difficult. However, she is seen as a strong contender to lead the BBC if she could be persuaded to leave its domestic rival after eight years. She was previously chief executive of easyJet and chief executive of the Guardian Media Group.

Jane Turton



Turton, boss of TV production group All3Media, was another candidate for the director-general role in 2020. She has been at All3Media since 2008 in various roles, and now oversees a network of independent production, distribution and digital media companies. All3Media was last year acquired by RedBird IMI, the US and Abu Dhabi-backed investment group.

Tristram Hunt



Hunt has been director of the V&A since 2017, overseeing its expansion to multiple venues around the country.

He would be seen as politically acceptable for the government having been a Labour MP for Stoke-on-Trent Central and shadow secretary of state for education, and has worked on numerous radio and TV programmes for the BBC and Channel 4.

Anne Mensah



Former BBC executive Mensah is highly regarded for her work as vice-president of original series at Netflix, where she commissioned shows such as *Adolescence* and *Baby Reindeer*. She was previously director of drama and Sky Studios at Sky UK and before that the head of independent drama at the BBC.

Additional reporting by George Parker

Nov 12, 2025 4:46am PT

BBC Crisis Explained: How the Beloved U.K. Broadcaster Walked Into One of the Worst Scandals in Its 100-Year History — and Where It Goes From Here

By K.J. Yossman



LONDON, ENGLAND - NOVEMBER 11: Former BBC Director General Tim Davie arrives at Broadcasting House on November 11, 2025 in London, England.

In April 2024, Tim Davie — the BBC director general who resigned on Sunday — was dealing with yet another crisis at the U.K.'s national broadcaster. Its top news anchor, Huw Edwards, had just resigned in disgrace following a 10-month suspension after it emerged he had paid a teenager for sexually explicit photographs. What few people aside from Davie knew at the time was that Edwards had been arrested and was facing prison for an unrelated and even more serious offense: accessing photographs of young children being sexually abused. Davie had in fact been informed of Edwards' arrest six months earlier and yet continued to pay the news anchor's \$631,000 salary throughout

Edwards' suspension and even as he awaited trial. (Edwards, who pleaded guilty, was sentenced to a six month suspended sentence and a sex offender treatment program in Sept. 2024).

Exactly a week after Edwards' resignation – and with news of his arrest still known only to a handful of senior BBC executives – Davie took time out of his busy schedule to attend a showcase for World Service, the BBC's international arm, where he gave no hint that anything was amiss. In his speech at the event, held at the BBC's London headquarters, Davie noted that 2024 was an election year in many countries and that “free and fair reporting has never been more essential.” He also singled out World Service's BBC Arabic team, who had been given pride of place in the second row directly behind Davie, for special praise. “It's absolutely fabulous to have you in our presence,” the director general told them.

Looking back, it is perhaps ironic that it was not Edwards – whose arrest sparked an outpouring of fury when it was finally made public three months later – that led to Davie's downfall, but the BBC's own “free and fair reporting.” Davie – along with his head of news Deborah Turness – resigned this week following the leak of a damning internal report that revealed one of the broadcaster's flagship current affairs programs had doctored footage of President Trump's speech before the Capitol insurrection. The 21-page report, written by Michael Prescott, an advisor to the BBC's External Guidelines and Standards Board, also raised troubling questions over the impartiality of BBC Arabic, among a host of other issues.

Since taking the top job in September 2020, former marketing executive Davie had earned the nickname “Teflon Tim” for managing to hold on despite crisis after crisis: not only multiple sexual abuse and harassment scandals (as well as Edwards both Russell Brand and former DJ Tim Westwood have been charged with offences during Davie's tenure while longtime “Masterchef” host Gregg Wallace was fired after being accused of “inappropriate sexual behavior” and is now suing the BBC) but also a number of bullying claims on its most high-profile shows, including “Strictly Come Dancing” (where an investigation has also been launched into “drug use”) and “BBC Breakfast.”

It has also endured a number of editorial blow-ups such as broadcasting a Gaza documentary which failed to disclose the narrator was the son of a senior Hamas official, the unfiltered broadcasting of antisemitic rhetoric at Glastonbury and one of its top soccer anchors repeatedly breaching social media guidelines, including sharing an Instagram story about “Zionists” which contained a rat emoji.

Just days after Prescott's report was leaked to a British newspaper, yet another scandal broke after the broadcaster determined news anchor Maxine Croxall had broken impartiality rules by changing an autocue from “pregnant people” to “women” during

a live segment. “It’s crazy that [only] 20 complaints should be upheld,” one BBC News staffer told Variety of the Croxall incident. (By contrast, within ten days of Hamas’ 2023 attacks on Israel, the BBC said it had received 1,500 complaints over its coverage).

By then, however, the writing was already on the wall for Davie. Prescott, a seasoned journalist who had advised the broadcaster for three years before stepping down in June, sent his report to the entire BBC board in September after growing concern about what he described as “serious and systemic problems” within the organization once so trusted it was nicknamed “Auntie.” The most damaging revelation was that current affairs show “Panorama” had seamlessly spliced together two different lines in Trump’s Jan. 6 speech that were uttered 55 minutes apart, significantly altering its meaning (the program was produced by an external production company, October Films Ltd in collaboration with the BBC). Many believe it was the threat of Trump taking legal action that finally prompted Davie to step down. “When the leader of the free world is threatening to sue you for a billion dollars, you can’t really stay,” a current BBC staffer, who requested anonymity, told Variety.

While the Trump edit has undoubtedly made the most noise, Prescott cited what he considered a number of “worrying systemic issues” in the coverage of hot button topics including gender ideology and the Israel-Gaza war, such as platforming an antisemitic contributor (who tweeted Jews are “devils of the hypocrites”) more than 550 times in an 18-month period even after his tweets were brought to editors’ attention. According to The Daily Telegraph, which first revealed the existence of the report, over the past two years BBC Arabic has had to make 215 corrections and clarifications to its reporting of the Israel-Gaza war, amounting to approximately two corrections a week. One example mentioned in the report was a story published days before the World Service showcase, which appeared to accuse Israeli forces of dumping people in mass graves in Gaza’s Al Nasser hospital based on a single Hamas-affiliated source — despite “the same journalists” having reported months earlier that Palestinians were digging those graves for deceased patients.

“Impartiality isn’t that hard: you stick to the facts, don’t take sides, don’t hide stuff and leave your personal beliefs at home,” a current BBC journalist tells Variety while another, who also spoke on condition of anonymity, said there was an invisible culture war within the newsroom. “There is a sort of cancel culture. It’s not overt, but you have to keep quiet,” the second journalist said. Although they had not personally come across any impartiality breaches as “egregious” as the “Panorama” documentary, they described witnessing a gentle massaging of stories to arrive at a pre-determined outcome. “Editors will guide the reporter about how they want a story to be told. Then when the reporters finish their piece, they’ll come and have a look. And if it doesn’t reflect what the output editor wants to reflect, you know, that will be changed.”

Which is why there remains a sense of unease among staff that Davie's resignation is merely performative and the BBC is still not grappling with the root of the issues raised in the report. "Both [Davie and Turness] managed to resign without admitting really anything," the second BBC journalist told *Variety*, adding of the broadcaster: "They'll do anything to appease Trump." That could potentially include axing "Panorama" – which was previously embroiled in a historic scandal involving Princess Diana – in an attempt to save the rest of the organization. But *Variety* understands morale is so low that even staff on other BBC flagship news programs such as *Newsnight* are pessimistic about their future in the wake of the fallout. (Failures at *Newsnight* are also mentioned in the Prescott report).

Some BBC journalists are also concerned by the appointment of Jonathan Munro – who is mentioned in the report as defending the "Panorama" documentary edit when it was first brought to his attention – as Turness's interim replacement. One said Munro "is not the answer to any of these problems" while another described him as being at "the core of what's wrong with BBC News." Danny Cohen, the BBC's former head of television who has been openly critical about the broadcaster's editorial input, in particular in relation to coverage of the Israel-Gaza war, tells *Variety*: "The Prescott report is a really serious piece of work and for the BBC to pretend to ignore its findings doesn't serve the BBC in any way."

During an all-staff meeting on Tuesday morning, which was broadcast on the BBC's internal network and which *Variety* has seen, neither Davie nor BBC chair Samir Shah engaged with the substance of the report nor its criticism of the "Panorama" documentary. Shah backed Davie entirely, calling him "outstanding," while Davie twice referred to "weaponization" and once to the BBC's "enemies," echoing a narrative which has taken hold amongst some swathes of both the newsroom and external supporters that the scandal has been concocted or at least inflamed by right-wing figures hoping to bring down the BBC. When explicitly asked why he'd decided to resign, Davie listed three reasons: the personal toll of the job, the upcoming charter renewal and, "lastly, I think we did make a mistake and there was an editorial breach and I think some responsibility had to be taken."

A third BBC staffer *Variety* spoke to, again on condition of anonymity for fear of reprisal, described Davie and Shah's attitude in the meeting as "defensive" and said it had been "quite disappointing" that the former BBC boss hadn't taken the opportunity to apologize to staff given the turmoil that had ensued. "There's a real lack of self-awareness there," said the staffer, who admitted that such is the anger around the BBC's news coverage he avoids telling people where he works because of the reaction it provokes.

Storytelling consultant and former BBC journalist Dhruti Shah, who worked on “Panorama” among other titles during her time at the broadcaster, acknowledged that the Trump edit amounted to “sloppiness” but is among those concerned that the scandal is being used as a way to attack the BBC. She sees a parallel between many of its scandals, from Trump to Edwards to the mass exodus of women of color exclusively reported by Variety three years ago, as being the products of a broken internal culture in which employees don’t feel able to challenge colleagues and senior staff on issues that have the potential to spiral out of control. In each case opportunities to deal with problems before they became public were missed. “The thing I always say is the BBC is absolutely amazing at reporting on issues and problems happening elsewhere... it’s not as robust as it could be at challenges within,” she told Variety. “Because really you want to deal with all your problems within, rather than get to a point where they can then be weaponized from those without.”

So far attempts to try and change that culture – most recently with the debut of an internal “Call It Out” campaign to encourage staff to report workplace issues – have fallen flat. A “Call It Out” guide available on the intranet advises: “Resolving concerns early can nip potential issues in the bud[.]” As part of the campaign the BBC spent \$80,000 on new mugs, lanyards and pins emblazoned with “Call It Out,” an exercise that one staffer described as “laughable.” “It’s again just a complete lack of self-awareness,” he told Variety. “The leadership thinks that that message can go out when there are so many behaviors that they’re exhibiting which need calling out.”

It remains to be seen whether the next director-general — the leading contenders are former BBC director of television Charlotte Moore and RTÉ boss Kevin Bakhurst — will be able to succeed where Davie did not.

The BBC did not respond to Variety’s queries by press time.

GENERAL NEWS

Inside the BBC Meltdown: How a Trump Lawsuit and a Leaked Memo Brought Down Its Top Brass

A doctored clip, two high-profile resignations, and political crossfire from both sides — THR unpacks the crisis shaking the world's most trusted broadcaster.

By **Lily Ford** November 11, 2025 9:20am



Tim Davie outside the BBC headquarters on Nov. 11. Courtesy of Getty

Donald Trump is waving a \$1 billion lawsuit at the BBC after a leaked memo found that a speech of his was doctored to make it appear as though he encouraged the Capitol riot on Jan. 6, 2021.

The controversy has led to an implosion at the BBC: two of its senior executives have resigned, including top boss Tim Davie, with the fallout threatening to linger for weeks, if not months.

The British broadcaster has been plagued by scandal for some years, with the Israel-Gaza war and rise of the far-right making an already difficult job much, much harder.

Below, The Hollywood Reporter takes a deep-dive into all the facts of this fast-developing story, and why it's brought the BBC to an inflection point.

What is the BBC, and why is it so fundamental in the U.K.?

It's important to note just how central the BBC is to U.K. culture before getting into the latest controversy and how we got here.

The British Broadcasting Corporation is a unique beast. Over 100 years old, the BBC is an institution here in the U.K. and is, definitively, the leading news outlet in Britain.

Data released earlier this year from independent research company Tapestry found the BBC to be the most trusted international news provider amongst all audiences. It is far and away the U.K.'s best-performing cultural export and, per figures released in the BBC's annual report, reaches over 450 million people around the world every week. To drive home how integral its news and current affairs output is to Britain's media landscape, the BBC found that 74 percent of U.K. adults use BBC News on average per week. This audience has been built through a steadfast, unwavering commitment to impartial and accurate journalism.

The BBC is also a provider of television and film, produced through its commercial arm BBC Studios and responsible for some of your favorite shows and movies.

The broadcaster is mostly funded by something called the license fee. By law, every household in the U.K. has to pay this fee to the BBC if they watch or record programs as they're shown live on any TV channel, watch programs live on streaming services or download, or watch shows on BBC iPlayer. Currently, the license fee is an annual payment of £174.50 (\$229) and last year, this generated £3.8 billion (\$4.96 billion) for the BBC.

Who are Tim Davie and Deborah Turness?

Tim Davie is one of the BBC's longest-serving executives. He's been at the corporation since 2005 after leaving his role as vice president of marketing and franchise at PepsiCo. Through his 20 years at the BBC, Davie has ran various radio stations and also been the chief executive of the corporation's commercial arm, BBC Worldwide, where he weathered significant storms. In 2020, he was tapped to become the BBC's director-general, where he has been widely considered a formidable leader and a staunch defender of the BBC's journalistic integrity.

Director-general is the top job at the BBC. Davie is the BBC's editorial, operational and creative leader, responsible for its sector-spanning services across television, radio and online. The only role that might rival the director-general in power is the BBC chair, a position currently held by a man named Samir Shah.

Deborah Turness has decades of experience in news and current affairs programming. She became CEO of BBC News and Current Affairs in 2022 after leading production rival ITN through its post-COVID strategy as CEO in 2021. Prior to that, Turness was the first president of NBC News International, the global arm of the U.S. news network.

As CEO of BBC News, she oversaw the entirety of BBC News' programming and output, and was responsible for a team of around 6,000 people broadcasting to almost half a billion around the globe in more than 40 languages.

Why have they resigned?

On Sunday, both Davie and Turness resigned after The Telegraph published a leaked memo from a man named Michael Prescott.

Prescott, an ex-political journalist, worked as an independent adviser to the BBC's Editorial Guidelines and Standards Board (EGSB) for three years before leaving in June this year. The EGSB is an internal BBC body, responsible for setting and approving the editorial standards for all BBC content. Basically, it's there to ensure the BBC stays impartial and accurate, as well as review any complaints that pop up. Prescott has government ties, too — he's a member of the government's Advisory Committee on Business Appointments, which means he offers independent advice to the British prime minister.

In Prescott's leaked memo, he raises five key shortcomings of the BBC. The first is that, on the BBC's investigative documentary channel Panorama, a program titled Trump: A Second Chance? "seemed to be taking a distinctly anti-Trump stance." In the doc, the BBC was found to have edited a Jan. 6, 2021, address where Trump, speaking before the attack on the Capitol in Washington D.C., seemed to appear as though he was encouraging the riots.

In the speech, Trump said: "We're going to walk down to the Capitol, and we're going to cheer on our brave senators and congressmen and women." However, in the Panorama edit, he was shown saying: "We're going to walk down to the Capitol ... and I'll be there with you. And we fight. We fight like hell." The two clips stitched together were, in actuality, more than 50 minutes apart.

Shah has admitted in a lengthy letter that this edit was "an error of judgement." But because the issue was handled as part of a wider review of the BBC's U.S. election coverage and not as a specific program complaint, "the point wasn't pursued further at the time," added the BBC chair. "The points raised in the review were relayed to the Panorama team, including the decision-making on this edit. With hindsight, it would have been better to take more formal action," he concluded.

How has Trump responded?

The U.S. President has, unsurprisingly, threatened the BBC with a \$1 billion lawsuit over the doctored clip of his speech. The BBC received a letter from Trump's legal team that has demanded the retraction of "false, defamatory, disparaging, misleading, and inflammatory statements" and compensation for "harm caused," or face legal action in Florida. The BBC has said it will respond in due course.

Trump celebrated the news of the resignations, posting on Truth Social: "The TOP people in the BBC, including TIM DAVIE, the BOSS, are all quitting/FIRED, because they were caught 'doctoring' my very good (PERFECT!) speech of January 6th," he wrote, calling those involved "corrupt" journalists. "These are very dishonest people who tried to step on the scales of a Presidential Election. On top of everything else, they are from a Foreign Country, one that many consider our Number One Ally. What a terrible thing for Democracy!"

For myriad reasons, including the BBC's enormous influence in the U.K., as well as its commitment to providing impartial, factually accurate and precise journalism, the network has been something of a punching bag for right-wingers as Britain's political landscape continues to splinter. As is the case in the U.S., far-right politicians have taken a hard-line stance on contentious issues such as immigration, trans rights and climate change. This shift is reflected in Britain's increasingly polarized media coverage, with attempts to recreate a Fox News-esque channel called GB News, on which far-right party leader Nigel Farage has a prime-time show. With Trump's attack on the mainstream media going global, it emboldens politicians like Farage to continue MAGA-ifying their campaigns (Make Britain Great Again caps speckled Farage's recent Reform U.K. party conference).

This is to say that the BBC's mistake has serious political ramifications in Britain, and underlines the severity of what's occurred. It pedals the increasingly popular idea that the BBC, of all outlets, is not to be trusted. Some U.K. politicians, such as centrist party leader Ed Davey, have attempted to pour oil on troubled waters here: "The BBC isn't perfect, but it belongs to Britain, not Trump," said Davey on Monday. "Political leaders across the U.K. must unite in defending its independence from the White House."

What else was raised in the leaked memo?

Prescott's memo also referenced the BBC's coverage of the Israel-Gaza war. He noted that several contributors to the BBC's Arabic service had selectively covered stories critical of Israel. For example, the BBC's main news website posted 19 separate stories about the hostages taken by Hamas on the day of the Oct. 7 attack, The Telegraph said, but on BBC Arabic there were none. By contrast, the memo continued, every critical article about Israel that appeared on BBC News' English website was replicated by BBC Arabic. Among other concerns, there were also no articles critical of Hamas on the BBC Arabic site and four on the English site. Prescott

was troubled by the significant differences in tone, headlines and emphasis when covering the war, and condemned the BBC for allegedly misreporting the proportion of Palestinian women and children killed by Israeli military actions.

Another issue raised in the memo was Prescott's assertion that stories raising "difficult questions" about transgender issues were ignored, even if they had been widely taken up and discussed across other media outlets. News features about transgender people and the transgender experience were said to be one-sided, "celebrating the trans experience without adequate balance or objectivity," per The Telegraph. Other stories, including a group of nurses who sued their employer for "permitting biological males to use their changing room," were not covered at all.

The final two problems raised by Prescott were on racism and immigration issues. "During my time as an advisor... it became clear the BBC fell too easily for putting out ill-researched material that suggested issues of racism when there were none," he concluded. He also said senior BBC staff members were informed of "selection bias" in favor of certain immigration stories being sent out through push notifications to more than seven million users of the BBC News app.

Why this memo has blown up the BBC

The BBC is at an inflection point. The severity of the concerns listed above, together with the corporation's domination of the British media, means senior heads had to roll. You can't potentially defame a sitting U.S. president without damaging public opinion — and that kind of trust is absolutely everything the BBC prides itself on. But this implosion has been festering for some time.

In recent years, Davie has managed to withstand an onslaught of scandal. Occasions that have required him to make a statement include: a predator presenter pleading guilty to making indecent images of children, BBC MasterChef stars sacked over claims of inappropriate behavior on set and widespread bullying allegations on the set of Strictly Come Dancing. This is not including the outrage sparked by a Glastonbury set in June, where music act Bob Vylan chanted "death, death to the IDF." The BBC, Glastonbury's official TV partner, did not cut the set's livestream and later apologized. These events — and others — have chewed away at the BBC's popularity.

Resigning over this incident after surviving so many previous hurdles suggests the situation among senior officials at the BBC was at tipping point. No one would doubt Davie is weary, of course, but various reports have alleged that his and Turness' resignations were a planned "coup" at the BBC from top execs keen to see upheaval at the organization.

Other reports, including from The Guardian, have said the whole ordeal is much more politically motivated than it might seem, and that right-leaning members of the BBC board pushed to get Davie and Turness out. This would confirm suspicions that the increasingly partitioned political landscape is turning the BBC's editorial output into an impossible balancing act.

What remains obvious is that the BBC cannot put a foot wrong in the coming weeks. Rumors will no doubt begin to swirl around who might replace Davie and Turness. For now, anyway, Turness' deputy Jonathan Munro is taking on her job. Davie is staying director-general until an "orderly transition" is planned with the board.

The outgoing BBC boss said on a 40-minute call with staff on Tuesday that he is "fiercely proud" of the BBC. "Mistakes have cost us," he said, but added: "I think we've got to fight for our journalism."

Opinion Media

Running the BBC has become an impossible job

The broadcaster should rethink the role of director-general and reclaim editorial independence



As director-general, Tim Davie was both chief executive and editor-in-chief of the BBC, responsible for everything from entertainment to news © Leon Neal/Getty Images

John Gapper NOVEMBER 12, 2025

John Reith, the first director-general of the BBC, was not satisfied with his record: “What I was capable of compared with what I’ve achieved is pitiable,” he once complained. Other BBC leaders who came after Reith may have felt the same, given the corporation’s tendency to lose them abruptly.

Tim Davie is the latest, resigning on Sunday amid accusations of left-wing and liberal bias in its news coverage, including the misleading editing of a documentary about Donald Trump. His statement said that he hoped to clear the way for a “sensible, calm and rational public conversation” about the BBC’s future. That is vanishingly unlikely.

Running the BBC has never been easy, and its tussles with governments and other critics reach back at least three decades. But the departure of this director-general, along with head of news Deborah Turness, is deeply damaging. It has occurred just before a crucial government review of the corporation’s funding.

Davie did not have to resign. BBC journalists messed up the programme about President Trump and there were other flaws in its output, but this did not justify such a leadership sacrifice. The editors involved should have corrected errors promptly and faced action if they refused, in line with the broadcaster's motto "pursue truth with no agenda".

The fact that he felt the need to leave reveals deep-seated problems with the BBC's management and the way it has been treated by governments, including this one. These have existed for a long time but the situation is more perilous as the broadcasting industry gets squeezed, both in the UK and globally. Both need to be addressed.

The first problem is that the BBC director-general is both its chief executive and editor-in-chief, responsible for everything from entertainment to news. The range of duties may have been manageable in 1927, when the BBC was first created under Reith, but it is now a burden. Not only is it exhausting for the person in the job but it makes the BBC's leadership fragile.

Turness was to blame if BBC journalists resisted legitimate criticism of its coverage by Michael Prescott, a former independent adviser to its editorial standards board. Her title was chief executive of news and current affairs, after all. A director-general need not double up and then be expected to resign in any crisis.

The BBC has bigger strategic challenges on which its chief executive needs to focus. Traditional television is in decline as it loses viewers (and advertising, in the case of commercial broadcasters) to streaming companies such as Netflix and online platforms including YouTube. ITV has been so badly affected that it is discussing selling its television business to Sky.

The government will soon launch a green paper on the renewal of the BBC's royal charter in 2027. This will examine the future of the annual licence fee paid by every household with a television: "Every [home] in the UK has to think it is worth £174.50," Davie said recently. At this crucial moment, the BBC has lost the executive who was in charge of its response.

This speaks to the BBC's second problem: overbearing politicians. The controversy has provoked calls for the removal from the board of Sir Robbie Gibb, a non-executive director and former Conservative director of communications. The underlying difficulty is the fact that a succession of governments has gradually encroached on its independence in the guise of raising editorial standards.

Ofcom has been the BBC's independent regulator since 2017 and strongly criticised one Gaza documentary last month. But this has not stopped government ministers adding their own commentary. Lisa Nandy, culture secretary, condemned a "problem of leadership" at the BBC after it aired footage from Glastonbury of the rap duo Bob Vylan leading chants of "Death to the IDF".

The BBC is not a state-run broadcaster and would lose much of its value if it became one. The government has a legitimate role in periodically reviewing the existence of the compulsory licence fee but must be careful not to interfere editorially. Nandy was wiser this week to defend the BBC as “a national institution that belongs to us all”, which should retain its independence.

Davie leaves behind a media organisation that still performs creditably, despite its weaknesses. BBC News reaches three quarters of British people weekly and most regard it as accurate and trustworthy. But he was clearly tired of occupying what is now an overstretched role and the BBC should take that seriously. A corporation with 21,000 employees needs a full-time chief executive, not a part-time editor.

john.gapper@ft.com

BBC

Trump says he has an ‘obligation’ to sue BBC over edited speech

US president says he intends to pursue legal action because UK broadcaster ‘defrauded the public’



The BBC has until Friday to respond to a legal threat by President Donald Trump’s lawyers seeking \$1bn in damages © Henry Nicholls/AFP/Getty Images

Daniel Thomas in London NOVEMBER 12, 2025

US President Donald Trump has said he will carry out his threat to sue the BBC after it “butchered” his January 6 speech in a documentary that led to the exit of the corporation’s two top executives on Sunday.

Talking about the lawsuit for the first time on US TV, Trump said he had “an obligation to do it, because . . . you can’t allow people to do that”. He referred to a successful multimillion-dollar settlement with CBS over an edit in an edition of 60 Minutes earlier this year.

The BBC has until Friday to respond to a legal threat by Trump’s lawyers sent on Sunday seeking \$1bn in damages unless the corporation apologises and offers compensation.

BBC chair Samir Shah has already apologised once for the misleading edit of a section of Trump's speech in a Panorama documentary, but those close to the corporation say he is now considering offering a more direct apology to the president to try to calm the situation.

When asked on Fox News if he would proceed with the BBC lawsuit, Trump said: "I guess I have to, you know why not, because they defrauded the public, and they've admitted it."

He described his speech as a "beautiful speech, which was a very calming speech, and they made it sound radical . . . it was really dishonest".

Trump has won payouts after threatening lawsuits against CBS and ABC in the past but has lost a number of others, including against CNN. It is not clear if Panorama is available in Florida, where the BBC's iPlayer is not accessible, or whether there would be easily provable damages from a documentary more than a year old about the US president.

The botched documentary is at the heart of a growing scandal sparked by a leaked letter to the BBC board by former standards adviser Michael Prescott, which outlined a list of concerns over BBC coverage. BBC director-general Tim Davie and head of BBC News Deborah Turness have both resigned.

Downing Street on Tuesday refused to comment on the lawsuit, saying it was a matter for the BBC, but culture secretary Lisa Nandy told MPs in the House of Commons that "the BBC is not just a broadcaster, it is a national institution that belongs to us all".



PRO

Netflix's In-Person, IP-Filled Playground Will Keep Up With What's Trending

Netflix House, the streamer's first permanent in-person experience, is free to enter and designed to keep visitors coming back



Kayla Cobb

November 12, 2025 @ 6:00 AM



KING OF PRUSSIA, Penn. — The first time you walk into Netflix House, the streaming giant's amusement park-carnival mash-up northwest of Philadelphia, it's overwhelming.

Flashing neon signs hang from the ceiling, framing the bar that stands in the middle of Netflix Bites, the restaurant at the center of the space. There's a deep cut from "I Think You Should Leave": "55 burgers, 55 fries, 55 tacos, 55 pies." Another sign shows the alcoholic BoJack Horseman cheerfully holding a martini: "What is this, breakfast?" The image of a pie against a British flag reads "No soggy bottoms," an unofficial catchphrase from "The Great British Baking Show."

When you look around the room, the onslaught continues. Near a cluster of chairs, a three-foot mannequin is on display, clothed in what appears to be a couture dress made of croissants. “This dress is serving” is written around the display, a nod to “Emily in Paris.”

A glass case pairs “Wednesday”-themed Jell-O next to an elegant “Bridgerton” honey cake. The list of references goes on and on.

That onslaught of IP is kind of the point. Netflix’s first permanent real-world experience isn’t designed to showcase only a couple of standout properties. It’s a shrine to Netflix itself, an experience that’s designed and expected to change as quickly as titles rise and fall on Netflix’s own Top 10 list.

The easiest way to describe Netflix House is as a 100,000-square-foot, aggressively IP-driven Dave & Buster’s. Located in the part of Philadelphia’s King of Prussia mall that used to house Lord & Taylor, it’s a free-to-enter space that contains a restaurant, bar, store, theater, nine holes of minigolf, two rooms dedicated to VR games, photo opportunities, an escape room and a carnival. The trick is that each of these offerings are pay to play and they’re all aggressively branded to showcase Netflix’s most prized shows and movies.

Netflix House is the latest expansion beyond streaming for one of the world’s biggest entertainment distributors, as the studio’s icy relationship with theater distributors shows signs of thawing, and it expands into live sports and podcasts. And while execs at the streamer refused to confirm whether the company is eyeballing a push into the lucrative theme park space, these in-person experiences undoubtedly serve to more prominently position Netflix in territory traditionally cornered by competitors Disney and NBCUniversal. As linear is cratering and the battle for eyeballs is being played out online, Netflix is looking ahead to a future where its cultural dominance finally expands beyond your living room.

This first location, which opened to the public on Wednesday, is also only the beginning. A second location is planned to open in Dallas on Dec. 11 with a third location in Las Vegas planned for 2027.

“We have a very flexible model, so [Netflix House] is actually perfectly designed to scale, because we have so many people who go on Netflix every day and tell us what they’re watching, what they’re eating, the characters that they love,” Marian Lee, chief marketing officer at Netflix, told TheWrap. “That’s what Netflix can bring. We have the data and the information.”



A hallway covered in IP inside Netflix House Philadelphia (Photo Credit: Kat Kendon, Netflix Attractions)

That flexibility was tested before Netflix House even opened thanks to the surprise success of “KPop Demon Hunters.” Though it’s not a main attraction in the space, the mega successful Sony-produced animated movie appears throughout Netflix House from signs and life-sized figures that depict Rumi, Zoey and Mira to special edition merchandise.

“I thought actually we’d start changing it up after we opened, not before, but we’re happy to have Derpy, Huntr/x and the whole gang represented,” Greg Lombardo, the vice president of live experiences at Netflix, told TheWrap.

Lombardo also teased “it’s safe to say there’ll be a lot more” of “KPop Demon Hunters” in Netflix House as these experiences expand.

Though Netflix House is the company’s first permanent in-person experience, it’s one that’s been several years and experiments in the making. Since releasing “Stranger Things: The Drive-Into Experience” in Los Angeles in 2020, the company has launched over 40 different experiences, totaling 450 openings across 300 cities globally. Netflix estimates these experiences have reached more than 10 million fans thus far.

As prices for the biggest IP-driven theme parks continue to soar, Netflix is carving out an unexpected space for itself when it comes to in-person experiences. It comes as the number of middle-class households dropped from 61% in 1971 to 51% in 2023, according to research from Pew Research Center, with destinations like Disneyland targeting more affluent parkgoers. Despite the uncertainty about the economy, Millennial and Gen Z crowds are still increasingly looking for in-person experiences.

By targeting locations outside of major hubs like New York City and Los Angeles while also making Netflix House free-to-enter as competitors' tickets rise, the company is making a play that could prove to be attractive to middle-class Americans. And by prioritizing the flexibility to change attractions based on popular IP, Netflix has created a space that encourages repeat visits.

"It's important for us to be accessible to the fans. We don't want you to have to hop on a plane," Lombardo said.

Netflix declined to reveal the cost of these locations or revenue projections.



The Netflix Bites restaurant sits in the middle of Netflix House

How does Netflix House work? And why Philadelphia and Dallas?

When Netflix started looking for a location for a permanent experience, the team was interested in places that would get a lot of foot traffic and that were close to both cities and suburbs.

"People can pop in — maybe they're doing a day of shopping, maybe they want a quick bite to eat," Lee said.

There was one other aspect that Netflix prioritized. The team wanted to open in cities that had built-in Netflix fandoms. It was research from the company's previous 450 openings paired with internal viewership data, as well as those physical must-haves, that brought Netflix to the King of Prussia mall.

Since Netflix started experimenting with in-person experiences in 2020, the company hasn't been afraid to activate in cities that are typically ignored for these types of experiences. In 2023, Netflix hosted an "Outer Banks" event in Jacksonville, Fla., specifically because the area had a large concentration of "Outer Banks" fans.

“It’s continuing to think about what our fans are asking for, and being in places that aren’t just the major metropolitan cities,” Lee explained. “I’d love to be in every major city all around the world, but we really are looking for places that have fandom built in. We pay attention.”

“There’s even a chance to, at the regional level, bring to life titles that are wildly popular,” Lombardo said.

Lee emphasized that the company listens to what its local fans are saying, pointing to a line of exclusive Netflix House Philadelphia merchandise. But planning for these locations goes beyond regional viewership habits and cutesy localized slogans (Net-phil-ix. It kind of works).

“We are paying attention to what the demographics are. Are there more kids here? What would be better for children? What’s better for adults? Things like that,” Lee said of programming what goes inside these Netflix House locations. So while the Philadelphia location has a nine-hole minigolf course, the company will be experimenting with adding an arcade to the Dallas location.



Wednesday: Eve of the Outcasts is an open-world carnival experience that costs extra to enter.

How much does it cost?

Netflix House is free to enter, but it doesn’t take long for experiences to empty your pocket.

Out of the three kinds of experiences the attraction offers, Netflix’s themed multimedia interactions are the most expensive starting at \$39 each. Designed in collaboration with the creative teams behind Netflix’s biggest shows and movies, the Philadelphia location includes “One Piece: Quest for the Devil Fruit” — an adaptable, pirate-themed

escape room — and “Wednesday: Eve of the Outcasts” — an open-world carnival that encourages participants to explore, play dark games and solve a murder with Wednesday and Thing on their iPhones. Each of these experiences takes roughly an hour to complete, has to be reserved by participants ahead of time and are largely child friendly. There are no jump scares, so if a kid can handle “Wednesday” or “One Piece,” they’ll be fine completing these.

It took roughly a year for both of these experiences to be designed, and only Netflix’s biggest properties are given this treatment. The Dallas location will have a “Squid Game” multimedia experience as well as a new “Stranger Things” challenge.

“These are titles that are obviously wildly popular with fans, have a global audience, but also they have these worlds that make you want to walk into them. They have characters that make you want to play alongside them,” Lombardo said. “For us, that’s always the biggest marker of the types of experiences we bring to life in that way.”

That price point is also in line with what Netflix has charged in the past. New York City’s now closed “Squid Game Experience,” which challenged participants to play through a series of brightly colored games straight from the show, started at \$39 a person.

Netflix House’s next most expensive offering exists in virtual reality. Two state-of-the-art rooms offer both full-body motion capture and fans to simulate wind as participants play one of three Netflix VR games: “Squid Game Virtuals,” “Stranger Things: Catalyst” and “Rebel Moon: The Descent.” These games start at \$25. Considering that comparable VR experiences around the same area ranged from \$37 to \$65 an hour, Netflix’s price is pretty reasonable.

The last experience is a classic — mini golf. The twist with this \$15 attraction is that each hole has been customized around a different Netflix show or movie, and the goal is to get more points than your teammates rather than less. Better shots and winning minigames within the minigolf (like correctly guessing what is and isn’t cake) will land you more points. There’s also a leaderboard to let you know how you rank against other players as the course automatically counts your points using tracking technology embedded in your golf ball. Since nine holes of mini golf in the area range from \$10 to \$16, Netflix’s \$15 per game isn’t exorbitant.

How Netflix House stacks up

If you were to do everything in one visit, that would put you back \$118 for about five and a half hours of activities. And that’s without stopping by the Netflix Bites restaurant or the souvenir shop.



One Piece: Quest for the Devil Fruit is an adaptable escape house-type experience.

Though Netflix emphasized that Netflix House isn't meant to compete with theme parks and that the goal is for people to visit the location again and again, all of those activities combined is roughly the price of a theme park ticket — the offering is most similar to the single park, single day pass offered by Disney or Universal.

For Disney, that costs consumers \$104 a day for the cheapest ticket to Disneyland or \$199 a day for Disney World. Though Disney's California parks were recently hit with a price hike, it did not impact the lowest tier ticket. As for Florida, those increases are expected to happen in November of 2026.



WWE is one of the many themes built into Netflix House's miniature golf course.

Universal's parks are a bit more consistent. The lowest ticket for Universal Studios Hollywood will cost you \$109. Both Universal Studios Orlando and Islands of Adventure start at \$119. And the recently opened Epic Universe is the most expensive of the Universal lot, with tickets starting at \$139.

While the Disney and Universal parks each have far more attractions and thus more bang for your buck, they are travel destinations rather than convenient stops near your hometown, which is the intent for Netflix House.

“We don’t really think about the competition. We’re really focused on the fan,” Lombard said when asked about what sort of experiences or parks the company sees as its competitors. “How do we continue to innovate these experiences that are featured within Netflix House and make them as wildly enjoyable and authentic as possible?”



Netflix House's exclusive Philadelphia merchandise. (Photo Credit: Kat Kendon, Netflix Attractions)

Looking ahead

At the moment, Netflix is primarily focused on making the Philadelphia and Dallas locations successful. That means learning from what resonates with fans once the space opens on Wednesday and figuring out how often to swap out attractions, decorations and menu items to reflect evolving tastes.

But the company is also looking to expand this offering. How many locations that may mean and whether Netflix will eventually enter the theme park business is a question for the future.

“The beauty of these permanent venues is that there is a lot of flexibility. We can move things around, test things and then move them to a different city. We continue to keep that test-and-learn model that we’ve been employing all around the world,” Lee explained. “Further down the line, we’re looking at scaling this type of experience.”

However, this offering and other in-person experiences have already changed Netflix’s strategy. Following the critical praise “Stranger Things: The First Shadow” received on the West End and its fan-favorite status on Broadway, Lombardo said the company is continuing to look at theatrical experiences that make sense. The focus on in-person experiences has also shifted how Lombardo’s team works with the programming side of the company.

“If you look at the sorts of stories we’ve brought to life so far, it’s been series like ‘Squid Game,’ ‘Bridgerton’ with the Queen’s Ball,’ Stranger Things.’ Those are opportunities for us to bring those worlds to life in a way that provides the fan their hero moment and gives them a chance to feel like they’re walking into an episode,” Lombardo said. “That’s been something that we’ve been very keen to do. Now, with Netflix House, we can do that year round, and we can do it across an even greater variety of titles and experiences.”

Hollywood Inc.

Why movies are increasingly showing up on stage



Hunger Games stage actors on wires in a fight scene

By **Samantha Masunaga** Nov. 11, 2015 7 AM PT

This week, Lionsgate is betting that the odds will be in their favor when “The Hunger Games: On Stage” opens at London’s Troubadour Canary Wharf Theatre.

The play, which is based on the young adult novel by Suzanne Collins and 2012 film that catapulted actor Jennifer Lawrence into the mainstream, is just the latest film-to-stage adaptation from Hollywood.

This isn’t a new playbook. After all, Disney revolutionized the space by adapting its animated films like “The Lion King,” “Beauty and the Beast” and “Aladdin” into Broadway musical hits. But it is one that studios are turning to again, particularly as they look to connect more deeply with audiences and expand the fan base of their franchises.

Last year, Universal Theatrical Group debuted a musical stage adaptation of the 1992 film “Death Becomes Her” on Broadway.

In addition to “The Hunger Games,” Lionsgate has several other theatrical shows in the works, including a stage adaptation of the 2017 film “Wonder” opening in Boston in December, as well as “Now You See Me Live” opening that same month at the Sydney Opera House.

Next year, there will be a stage version of “La La Land,” as well as a new production of the iconic classic “Dirty Dancing.” (Of course, the opposite is also happening, with “Wicked” as the most recent example of a book-to-stage-to-film pipeline.)

“When you look at the way that fans are engaging with entertainment, there are so many different mediums that are important now, and experiential is a big one,” Jenefer Brown, Lionsgate’s president of global products and experiences, said in an interview. “With all of us spending so much time online and in digital mediums, the idea of that shared live experience in a theater is something that’s highly appealing.”

But getting “The Hunger Games” to the stage wasn’t easy — the process took almost seven years from the inception of the idea to first previews. As part of the show’s development, the producers also built a custom theater in London. Brown spoke with The Times about why the dystopian franchise was a good candidate for live theater and why communal experiences are so important.

This interview has been edited for clarity and length.

What made “The Hunger Games” ripe for the stage?

It’s an enduring story that has so much relevance to occurrences that happen in the world today. I think that there’s just a ton of cultural significance.

And what we know about “The Hunger Games” is that there’s always a new wave of fans that discover it. Now we’re seeing Gen Alpha reading the books and watching the movies, and of course, we have Gen Z fans and millennial fans, and parents from other generations who have been on the journey with their children. It’s a way to bring aspects of the book to life, maybe in a different interpretation, or to let fans be able to explore certain things in a greater depth than we were able to do on a movie screen.

What does a stage play do for audiences that, say, a series or ride does not?

When you’re seeing something live, we don’t have the tricks that we have behind a camera in a movie.

You have to really find ways to bring the audience on a journey, and you can't hide anything. That's part of the magic of the experience, and for fans to be there and be mesmerized by some of the things that we're executing in real time on a stage with special effects and illusions and real people doing the stunt choreography and the stunt work right in front of you, I think that there's a lot of value in that type of experience.

Does this allow you to reach different audiences than those who already saw the films?

Obviously, a lot of fans are interested, but I think theatergoers in general, who maybe haven't been as exposed to "The Hunger Games" or aren't super fans, are going to be interested from the theater side of it. There's been a lot of buzz and excitement in London, in the theater world, knowing that we had a new theater being built.

In general, lots of people want to engage with experiences. We're seeing just a huge sort of upward trend in interest, particularly amongst Gen Z and Gen Alpha audiences. Someone who maybe has read the books but hasn't seen the movie yet will come see the stage show and then watch the movie. And I think this idea of all of it feeding each other, depending on which entry point you choose, is a really interesting thing for us as a studio to think about.

Did the pandemic turbocharge interest in live entertainment?

It's an interest in live stage and live entertainment, and the idea of getting out again, supporting the arts and supporting shared experiences. We've definitely seen, thankfully, a recovery and an upswing in that area.

How big of a business is the stage aspect of Lionsgate global products and experiences?

We have three shows opening before the end of this year, and about that number slated for next year. So it really is a very busy and active space for us, and I think more in the pipeline. We probably are spending about a third of our time in this space, and I don't see that changing.

Nov 11, 2025 11:30am PT

Tilly Norwood Creator on Hollywood Backlash, Creating Jobs and Full AI Movies: 'I Don't Think' People Will 'Know the Difference'

By Gene Maddaus



Eline Van der Velden

Eline Van der Velden, a Dutch comedian, was living in Los Angeles in 2012 and going out for auditions. After being told once too often that she needed to lose weight, she created “Miss Holland,” a buffoonish character meant to mock unattainable beauty standards.

Conceived as a female version of Borat, the character won her an online comedy award and landed her on BBC Three, where she used her improv training and hidden camera videos to conduct street experiments on unsuspecting Britons in the name of social commentary.

“You learn to just not care too much about what everybody is saying and thinking all the time because you just have to do your job,” she told the Times of London. “You learn to get over a lot of shame.”

All of that was mere prelude to Tilly Norwood, the doe-eyed actress introduced by Van der Velden and her team in July. The two-minute intro video poked gentle fun at British TV, gender politics, and artificial intelligence — and was made entirely with AI.

“Yes, it’s satire,” Van der Velden wrote on Instagram. “Yes, it’s disturbingly close to reality.”

The backlash didn’t hit until two months later, when Van der Velden suggested on a panel in Zurich that “Tilly” would be signing with an agency. She was not, evidently, joking. Nor, she says, was she trying to whip up controversy to promote her AI company, Particle 6.

In an interview with *Variety*, she notes that other digital characters have had agents.

“I didn’t think it was controversial,” she says.

The performers’ union, SAG-AFTRA, disagreed, denouncing her for “devaluing human artistry” and threatening actors’ jobs. Van der Velden — either sincerely or at a level of satire approaching the Swiftian — countered that no one’s job was impacted and that Tilly Norwood required a lot of human artistry, just of a different kind.

“As a creative, I have really enjoyed creating her,” she says. “It’s been just like a writer creating characters. You fall in love with your characters when you’re writing them. It’s a wonderful process. It wasn’t like I just made her in a second, and that was it. You know, it took a long time.”

In the interview, Van der Velden discusses the furor from her perspective and offers her take on the future of AI filmmaking.

Have you ever experienced anything like this before, in terms of the attention and backlash?

No, I would say that’s the first for me. I like to spark a conversation, and I’m not shy of controversy. But this was another level.

In your statement on Instagram, you said your work has always been about holding up a mirror to society. It seems like often these AI conversations end up being more about the person’s reaction to it than about the thing itself. It’s this X-ray of everyone’s anxieties. Is that what you meant?

I’m always questioning what should we be doing as a society, right? Miss Holland was definitely that, and my new characters will do the same thing, and even the fact that I’m thinking, “Where is our world gonna go?” I think Tilly did a great thing in sparking

that conversation. I very much want this creative renaissance to come from the creative industries. We need to take control of it as opposed to it being imposed by the tech industry. There are going to be AI actresses, right? That's a given. Tilly's not the first. Tilly's not taking anyone's job. She's created jobs actually. And there's a lot of humanity and people behind her that people forget about. It has clearly hit a nerve. This visceral reaction that people have to her is part of why I created her — because that's where the world's going, right? That's why I'm saying it's a piece of art. It is us at this moment in time — where we are and how people are feeling.

It feels like there's a couple of paths on AI. And one is post-production, pre-production, using it for mood boards, that kind of thing. And the other is an AI-generated film. Are you pursuing both of those?

We have experimented and learned and become experts at these tools. And we thought, "OK how can people use this? Is it just going to be a little bit of pre-viz or a couple of scenes?" And those are the great baby steps that we tell everyone is the place to start — do a little test scene. But now we're getting to the point where we can start delivering full AI feature films. So that will be where we're going next.

In terms of an AI film, the SAG-AFTRA response is that there's no evidence that people actually want to watch this stuff. And I guess the proof will be in the pudding on that. Somebody's gonna have to create something that somebody wants to pay money to see, right? And then it will be inarguable.

I think it will be a slow progression. I'm sure in the coming year, there'll be plenty of effects that will be made with AI. There'll be some establishing shots, there'll be some second-unit shots with AI, and then slowly, we'll progress to a full AI film. And whether people will pay for an AI film or not — I don't think they'll know the difference. It's good storytelling that will be the reason why people will pay for it or not.

Where does your revenue come from? Is it commercials?

Particle 6 is very much about helping traditional filmmakers make stuff for less and make it higher quality for less. So we are doing commercials, absolutely, because there are less boundaries around that. We are allowed to make commercials with AI. We might label them in some instances. This past year, we have been working with lots of studios, production companies, independents. Say they have a great film, but they've only raised 60% of the budget, and they're worried they're not going to be able to make their film. We go, "Right, well, let's make a few scenes with AI. Let's do a test project." We do that test project with them, which is like a minute or two minutes. And they go, "Oh, wow, this can actually work." And then we go into full production with them, helping on more scenes. And then there is our own creative pursuits. We've been making shows for the BBC, for Sky, all these big channels in the U.K. for the past 10

years now. Some, going forward, we'll be making with AI. So we're pitching ideas. For example, Sky History is a great new commission we got. That show will come out in December. That's a hybrid show with a real presenter and with AI.

There was something on Channel 4 recently where it was like, "This whole show has been about AI and in fact, I am an AI-generated character."

Yeah, they did the AI presenter. Now the difference is you can do AI well and you can do AI less well. And that's really where we want to be the premium brand to make premium AI content with.

In the AI space, and certainly in the marketing of it, there's sort of a leaning into the backlash. Are you familiar with Friend? It's a little dongle that is supposed to be your AI friend, and you can talk to it and it talks back to you. And there's subway ads for it. People are so mad about this. But ultimately it's effective marketing, because people are at least talking about it.

I don't know. I really wasn't expecting [the backlash]. I'm in a AI bubble, right? I didn't quite realize how far removed people are from this tech. I am living in a different future. I'm dealing with these tools every day and these people don't even know that you can do it in the click of a button. In the U.K., the reaction was completely not like it was in the U.S. This backlash thing didn't exist in the U.K., because people understand that we're using it as a force for good, and that we're trying to get more projects, more stories told which otherwise wouldn't get told in the U.K. We're an ethical production company. We're trying to do the right thing with the AI tools.

Michelle Waldron, publicist: To your point about putting stuff out for marketing purposes. Even before Tilly, Eline was out there talking to the great and the good who knew what she was doing in AI and wanted to learn. We've had a massive influx from very big names, production companies, directors, other creators with projects that they want to work together with Eline and the team on. There's a big reservoir of projects being discussed in development. None are yet ready to be announced. Eline's under hundreds of NDAs. But there is genuine business that we will be announcing over the coming months with very high-profile names. So this isn't a marketing thing. Tilly wasn't a stunt or an exercise. It's part of a business strategy that is delivering in spades.

Van der Velden: It's funny how everyone thought it was a stunt at one point.

I think people were reacting to the idea that she's a person and that she has agency as opposed to being a synthetic character. I think that's what people were freaking out about — the way it was presented.

That is my idea for Tilly, right? It's not to build a hollow image. Just like any character in a drama or a TV series, you would create their full character, wouldn't you? You

wouldn't just leave them as an empty shell. So we are building a whole personality and her backstory and her brain. And that's a creative pursuit. It's fascinating — to build the full character of her.



Tilly Norwood, an AI-generated character created by Particle 6. Via Particle 6

I think it was the signing with an agent piece where it's like — you know it's not a person, right? It can't sign a contract.

If you're creating a person and a personality, you would want there to be someone to manage all the influx — we have a lot of projects now, and then branded opportunities. We still are talking to a lot of them. But somebody who really understands that digital space is what we want.

Not to diminish, but anybody can create their own AI characters, right? Any studio that wanted to could do what you're doing.

This is the thing. A lot of people try. But to create someone resonant is a very different thing — and to make them look that good. So I encourage everybody to try all these tools. And then once they start working with these tools, they go, "Oh, this is quite hard." And then they need an expert team to work on their film or their character. And that's when they come to us.

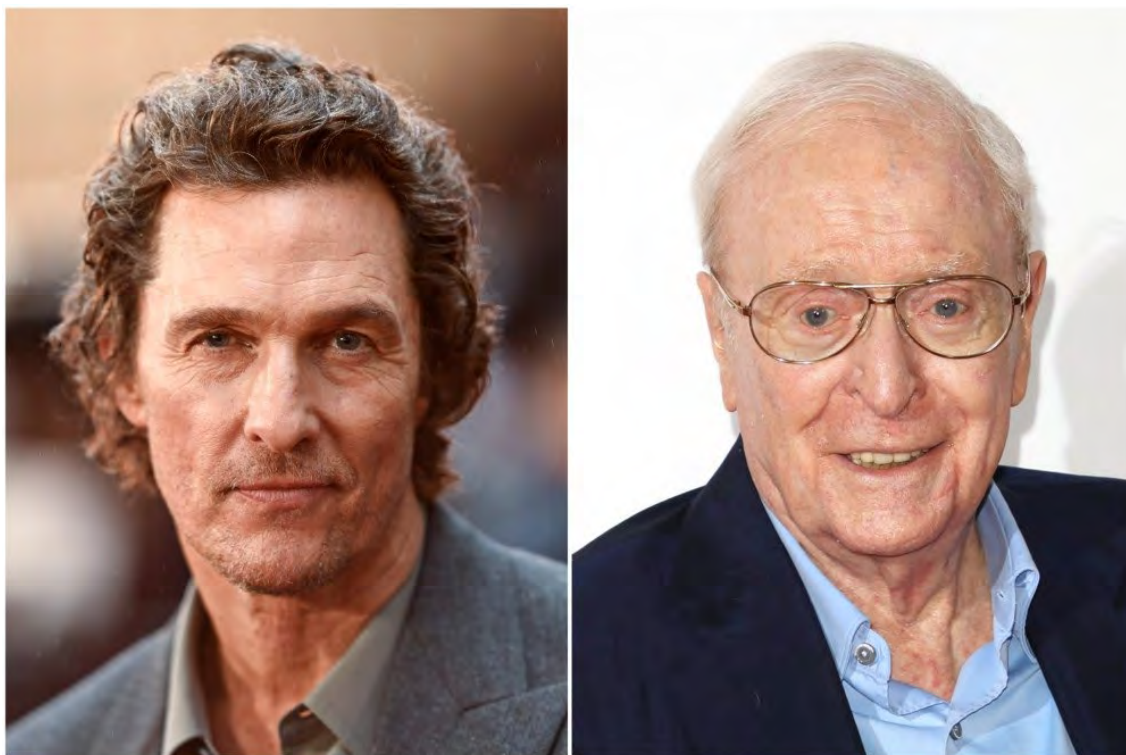
This interview has been edited and condensed for clarity.

Nov 11, 2025 9:00am PT

Matthew McConaughey, Michael Caine Ink Deals for AI-Generated Versions of Their Voices With ElevenLabs

McConaughey also invests in audio research and product company

By **Todd Spangler**



Matthew McConaughey, Michael Caine - ElevenLabs

Actors Matthew McConaughey and Michael Caine have teamed with AI audio company ElevenLabs to produce virtual replications of their famous voices.

McConaughey also is investing an undisclosed sum in New York-based ElevenLabs. He's collaborated with the company since it was founded in 2022. Now McConaughey is using ElevenLabs' technology to bring a Spanish-language audio version of his newsletter "Lyrics of Livin'" in his own voice.

McConaughey said in a statement, “Since our first conversation, I’ve been impressed by how the ElevenLabs team has taken the magic of the core technology and turned it into products that creators, enterprises and storytellers use daily. I launched my newsletter, ‘Lyrics of Livin,’ as a way to share stories and ideas in my own voice with those who want to listen. Now, thanks to ElevenLabs, ‘Lyrics of Livin’ is expanding with a Spanish language edition, allowing us to reach and connect with even more people. To everyone building with voice technology: keep going. You’re helping create a future where we can look up from our screens and connect through something as timeless as humanity itself — our voices.”

Under Caine’s deal with ElevenLabs, the 92-year-old British thespian is joining the company’s newly launched Iconic Voice Marketplace, which will let companies and creative teams request approval to use Caine’s voice for projects and content (including to narrate books and articles).

Listen to Caine’s AI-generated voice in this sizzle reel released by ElevenLabs. “Each new advancement in technology is met with caution — and rightly so. But every single time, the human drive for passion, artistry and creativity prevails,” Caine’s voiceover says. “Because technology is just the medium. This is humanity — amplified.”



Caine joins other celebrity voices that are available on the marketplace, including Liza Minelli, Judy Garland, John Wayne, Laurence Olivier, Jean Harlow, Lana Turner, Maya Angelou, Alan Turing and Babe Ruth. According to ElevenLabs, the Iconic Voice Marketplace “solves a key ethical challenge in AI-driven media creation by enabling the ethical sourcing and licensing of some of the world’s most recognizable voices.”

In a statement provided by the company, Caine said: “For years, I’ve lent my voice to stories that moved people — tales of courage, of wit, of the human spirit. Now, I’m helping others find theirs. With ElevenLabs, we can preserve and share voices — not just mine, but anyone’s. ElevenLabs is at the very forefront of technology, using innovation not to replace humanity, but to celebrate it. ElevenLabs gives everyone the tools to be heard. It’s not about replacing voices; it’s about amplifying them, opening doors for new storytellers everywhere. I’ve spent a lifetime telling stories. ElevenLabs will help the next generation tell theirs.”

ElevenLabs’ Iconic Voice Marketplace is a two-sided platform that allows companies to request access to talent for campaigns, partnerships and creative initiatives. Through the marketplace, ElevenLabs connects the requesting company with the relevant brand or IP rights holder. Once both parties are aligned, they can use ElevenLabs’ technology to formalize the collaboration or licensing deal.

The new marketplace “demonstrates how AI can responsibly expand opportunities for studio and talent, while enhancing storytelling,” said Mati Staniszewski, CEO and co-founder of ElevenLabs. He called Caine “an iconic creator and voice whose cultural and artistic consequence we hope will only be further championed through this platform.”

Here’s the full list of celebrity voices in ElevenLabs’ Iconic Voice Marketplace: Michael Caine, Liza Minelli, Art Garfunkel, Shoeless Joe Jackson, Judy Garland, John Wayne, Bettie Page, Burt Reynolds, Maya Angelou, Richard Feynman, Laurence Olivier, Amelia Earhart, Babe Ruth, Mark Twain, Ty Cobb, Jack Dempsey, Rocky Marciano, Al Joyner, Johnny Weissmuller, Jim Thorpe, Thomas Edison, Jean Harlow, Lana Turner, Mickey Rooney, Montgomery Clift, Alan Turing, J. Robert Oppenheimer and Rock Hudson.

Last month, ElevenLabs announced a \$100 million tender offer to let its employees cash out their stock, a transaction that valued the company at \$6.6 billion, double its Series C funding-round valuation at the beginning of 2025. The tender was led by existing investors Sequoia and Iconiq with participation from others including a16z (Andreessen Horowitz), Smash Capital and World Innovation Lab. The company said it has more than 330 employees, up from 70 a year ago.

Nov 12, 2025 7:06am PT

'Wanted' Director Timur Bekmambetov Explains His \$5 Million Plan to Generate AI Method Actors: 'AI Is Here to Stay. We Have to Train It Responsibly'

By Brent Lang



Timur Bekmambetov

A soldier sits in a sterile hospital room, speaking words of hard-earned wisdom as his eyes betray flickers of melancholy and regret. It's a scene out of a movie, only this is no ordinary actor, delivering a performance to a camera from the comfort of a soundstage. Instead, it's a collection of pixels that have been assembled through the magic — or, depending upon your perspective, evil alchemy — of AI. And here's the thing: Unlike most AI creations that look, well, phony, this guy is completely lifelike.

This touching scene has been assembled using patented technology from Timur Bekmambetov, a Kazakh Russian filmmaker best known for the 2008 Angelina Jolie action film "Wanted." Dubbed Stanislavsky, the program attempts to train AI using the same Method acting techniques that transformed Marlon Brando, James Dean and

Robert De Niro into screen titans. (The name is a hat tip to Konstantin Stanislavski, the Russian theater director who revolutionized acting by using self-analysis to create a style of performance that was more psychologically realistic.)

“If a character is staring out a window with a sad look, I won’t just tell the AI, ‘He’s sad,’” Bekmambetov, who is walking me through a demonstration of the tech on Zoom, explains. “In the prompt I’ll use the Stanislavski system and write something like ‘His dog died yesterday, and the sunset is reminding him of what it was like to play with his dog in the park.’”

“It’s not about what you want a character to do; it’s giving them a map for how to get there,” he adds.

But Bekmambetov’s product is about more than just delivering more authentic artificial performances. It helps create entire films and shows. To begin with, producers feed a script into the Stanislavski system and it breaks down the action into a series of suggested shots and sequences that will eventually be reshaped by filmmakers during production. The program also functions as an interface that allows the heads of different departments — from the cinematographer to the production designer to the editor — to interact on one platform, where they can share notes and feedback and also give the AI direction on how to fine-tune a film or show.

Bekmambetov spent roughly \$5 million and more than a decade developing the technology and is aiming for a December launch. It arrives as Hollywood is fiercely debating the costs and benefits of AI: Studios and streamers hope it will help them slash budgets and work more efficiently, while actors, writers and other creative talent fear it will lead to fewer and fewer jobs. Bekmambetov acknowledges the disruptive ramifications of AI, but he’s a convert.

“It’s too late — AI is here to stay, so we have to train it responsibly,” Bekmambetov says. “Don’t think of AI as an angel or as the devil. Yes, it will take jobs, but what we need to focus on is how do we direct it and use it properly.”

His next film, “Mercy,” is a thriller about a man, played by Chris Pratt, who has 90 minutes to prove his innocence to an AI judge. It will be distributed by Amazon MGM Studios and opens on Jan. 23. Even before “Mercy” started shooting, Bekmambetov used AI to create a mockup version of the film and presented it to the studio so it could see what it had greenlit.

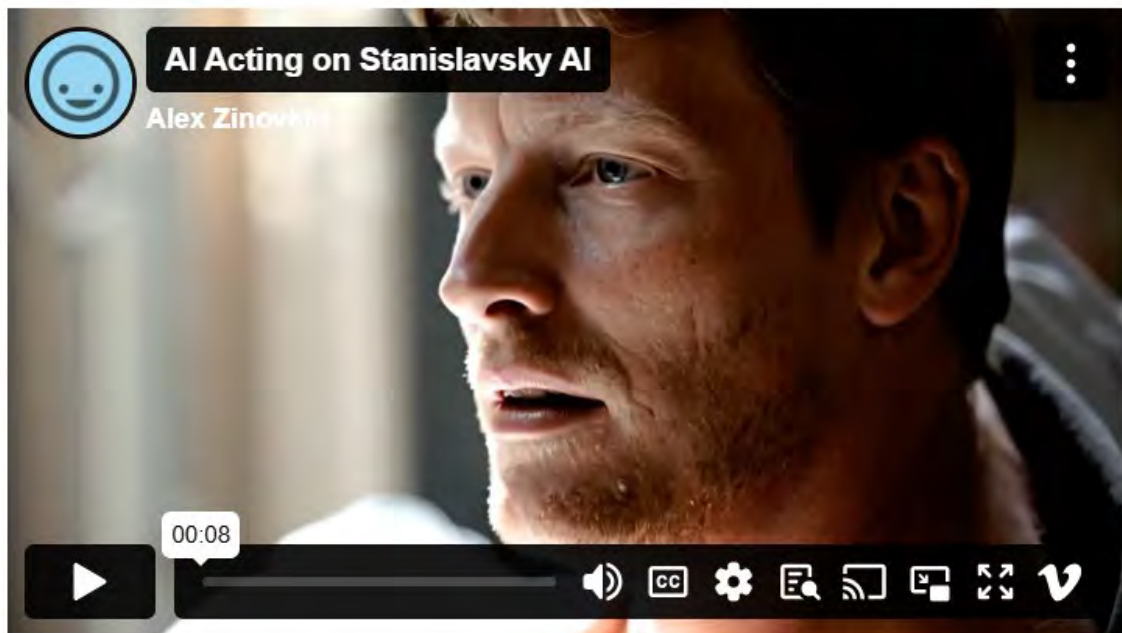
“We basically showed them the final cut,” he says. “They gave me less notes. Usually, they’re watching dailies and giving you feedback during the production, but they didn’t do that this time.”

Bekmambetov is going a step further in his embrace of the technology with a film adaptation of the book “The Man With a Shattered World.” It tells the story of Russian psychologist A.R. Luria’s attempts to help a Soviet soldier recover from a devastating brain injury by using a series of neuropsychological techniques. The film mostly unfolds in the soldier’s mind and will be an almost entirely AI-generated creation — the only professional actor in the film is the breakout star of a recent art-house hit (whom Bekmambetov declined to name).

“Luria reprogrammed the patient’s brain, which is exactly what we’re doing now with AI,” says Bekmambetov. “He’s basically the father of AI, so it makes perfect sense to tell his story this way.”

But even Bekmambetov is skeptical that AI actors will put flesh-and-blood performers permanently out of work.

“Someone like Angelina Jolie, you can instruct her, but there’s a magic there that can’t be entirely replicated,” he says. “Maybe actors will train their own AI models, which will allow them to work in different ways, but creative people can never be replaced.”



OPERADORES NOTICIAS MOVISTAR

Movistar Plus+ lanzará dos nuevos canales de cine con películas de una plataforma de streaming



Movistar Plus+ prepara dos canales de FlixOlé. / Foto: Kaboompics.com

Justo Romanos Publicado el 12 de noviembre, 2025 • 19:30

Movistar Plus+ está preparando **el lanzamiento de dos nuevos canales** que ya están en pruebas en el deco virtual de la operadora. Ambos pertenecen a una plataforma de streaming, por lo que seguirán el camino de otros canales ya disponibles.

Entre los muchos canales que tiene Movistar Plus+, la plataforma dispone de algunos que incluyen contenido de plataformas de streaming. Este es el caso de canales como HBO Max Avances o SkyShowtime 1. Ahora se preparan **dos nuevos canales en esa misma línea**.

FlixOlé en Movistar Plus+

La plataforma elegida es FlixOlé y, si continúas leyendo, te explicaremos los motivos por los que **podría ser uno de los mejores añadidos** que tenga Movistar Plus+ en sus canales. Porque, aunque parezca lo contrario, esta plataforma tiene una gran cantidad de cine de Hollywood.

VACANTE 4.3. TC->SM

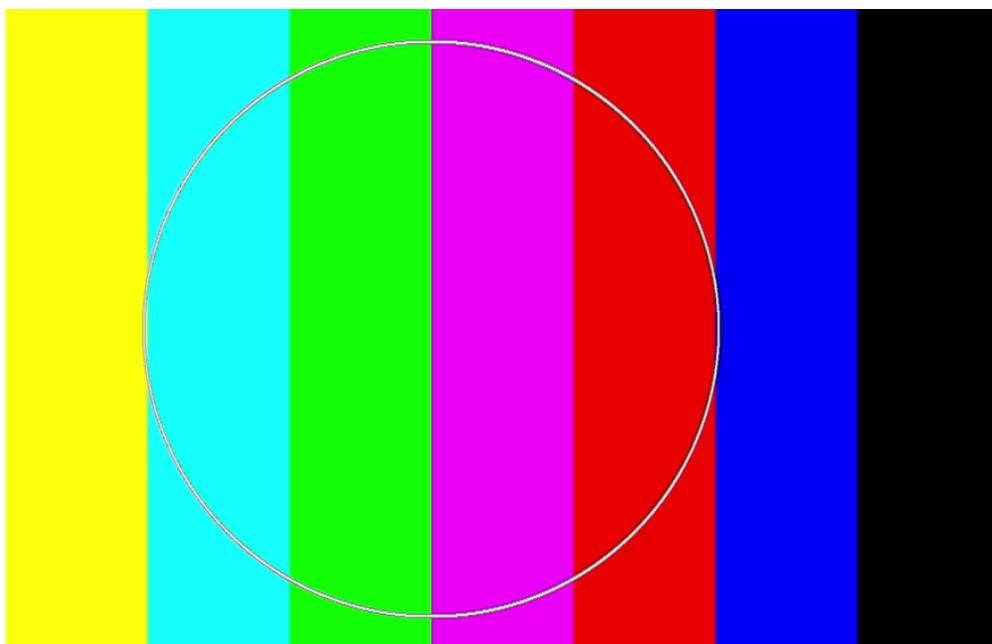


Movistar Plus+ introducirá nuevos canales de FlixOlé. / Imagen: Cotoways

Dos canales

Por lo pronto, tal y como leemos en nuestro foro, el usuario cotoways informa acerca de la entrada de dos canales en el deco virtual: **Canal FlixOlé 1** y **Canal FlixOlé 2**, ambos con versión SD y HD.

De momento no tienen dial asignado, pero, tal y como ha ocurrido en otros casos, es posible que sea algo que se materialice pronto. Además, **con las capturas de pantalla** que acompañan esta noticia confirma que, por ahora, tampoco se ha comenzado a emitir nada ni a mostrar ninguna imagen.



Cine de FlixOlé

Como te decíamos antes, **FlixOlé tiene un catálogo de casi 3.000 películas**. Y, aunque es habitual pensar que se trata únicamente de un servicio de streaming dedicado al cine español, en realidad ofrece mucho más.



Si has probado FlixOlé sabrás que su repertorio de contenido es más variado de lo que podría parecer. Saberlo es lo que **nos proporciona un gran interés** con el lanzamiento de estos canales, ya que el servicio tiene una gran cantidad de contenido con la que complacer a los espectadores.

Como hay dos canales, y **aunque no hay nada confirmado**, bien podría ser que se repartieran de la siguiente manera:

- Canal de FlixOlé 1: dedicado íntegramente al cine español, la especialidad de la plataforma.
- Canal de FlixOlé 2: películas internacionales con muchos clásicos de Hollywood de décadas como los 80 y los 90.

¿Qué contenido se podría emitir?

Aunque se trata solo de una teoría, esa combinación de cine de distintos países podría ser **una baza de la que se aprovechara FlixOlé** para extender su popularidad.

Hay que pensar, al fin y al cabo, que si quieren conseguir más suscriptores, seguro que es una buena idea que el público sepa que **no solo tienen cine español**.

Cine español

Por derecho propio, **FlixOlé es la plataforma que reina** en lo referente al cine producido en España. Sus usuarios saben que, si buscan una película española, es muy posible que se encuentre en su catálogo. De esta forma, FlixOlé ofrece:

- **Las comedias del destape**, con Andrés Pajares, Fernando Esteso y muchos más actores.
- Clásicos del cine español, como La vaquilla.
- Películas de **una época más moderna**, como El bola.
- Producciones españolas más actuales, como Los otros, Desmadre incluido, Superagente Makey o El estigma del silencio.



La variedad es **uno de sus aspectos más positivos**, tratándose, además, de una forma excelente de descubrir cine español que quizá de otra manera no veríamos.

La lista de películas se puede complementar con **otros títulos disponibles**, como Tesis, El día de la bestia o La comunidad.

Cine de Hollywood

El otro lado de la balanza en el catálogo de FlixOlé son las películas que se han producido fuera de nuestras fronteras. En este aspecto, **su catálogo de títulos ochenteros** y de los 90 consigue complacer de forma muy atractiva.

Algunas de las películas que se encuentran disponibles incluyen: **Los inmortales**, **Zombies Party**, **Scream 4**, Midsommar, Hasta el último hombre, Billy Elliot o Rambo: Acorralado. También nos podemos encontrar El topo, Siempre a tu lado Hachiko, Two Lovers, Ciudadano Kane, Teniente corrupto, Crank: veneno en la sangre o Máximo riesgo.

Sin fecha de estreno

Por el momento, como te decíamos, no hay nada confirmado. Lo único que sabemos de forma real es que hay dos **canales que ya están en el deco virtual** con el nombre de FlixOlé. Por lo tanto, habrá que esperar a noticias de Movistar Plus+ para saber exactamente qué ofrecerán estos canales.



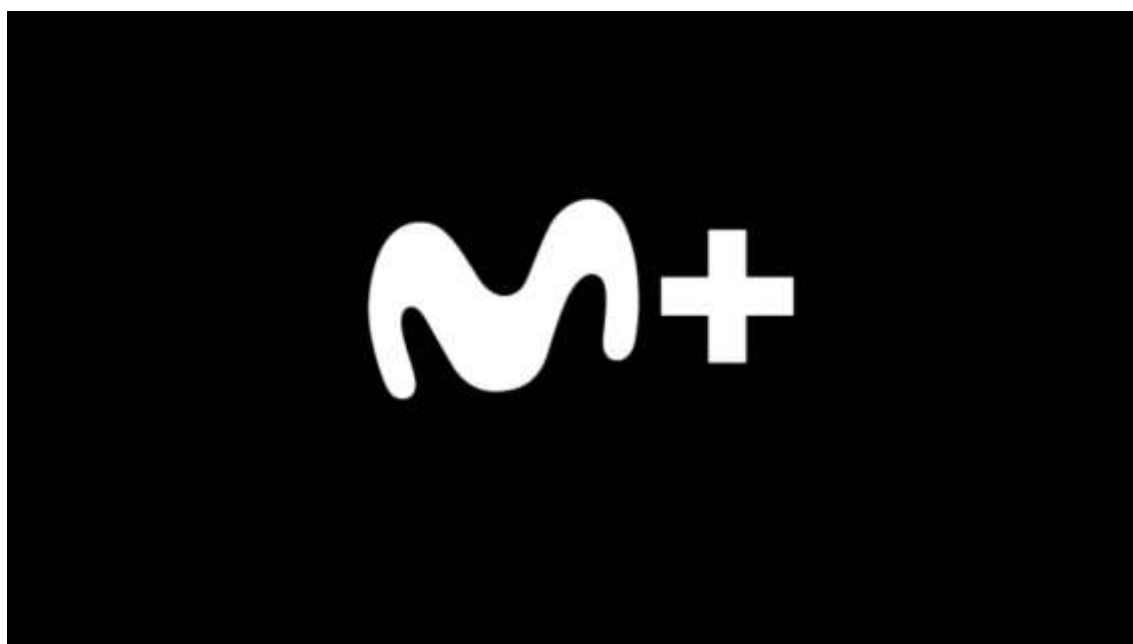
Además, **otra duda importante** será saber si estarán incluidos en la suscripción de 9,99 euros al mes o si serán exclusivos para los clientes de fibra y móvil.



TV DIGITAL

Movistar Plus+ lanza dos canales lineales de una plataforma de streaming

12 de noviembre de 2025



La plataforma de televisión de Telefónica amplía su oferta cinematográfica con dos nuevas señales que permitirán disfrutar, cada día, de una cuidada selección de películas españolas. Esta incorporación consolida a Movistar Plus+ como el gran escaparate del séptimo arte nacional, combinando títulos clásicos y contemporáneos que forman parte de la memoria colectiva del país.

Se trata de FlixOlé 1 y FlixOlé 2, que estarán disponibles en los diales 28 y 29 del servicio. Ambos canales ofrecerán contenidos procedentes del extenso catálogo de la plataforma española FlixOlé, referente en la distribución digital de cine español. Gracias a este acuerdo, los abonados podrán acceder a una variada programación con cintas emblemáticas de todas las épocas, desde los grandes éxitos de los años cincuenta hasta producciones recientes de directores consagrados.

FlixOlé, creada por Enrique Cerezo, se ha consolidado como la principal plataforma de streaming dedicada al cine español, con más de 4.000 títulos disponibles. Su catálogo incluye obras de Luis García Berlanga, Pedro Almodóvar, Álex de la Iglesia, José Luis Garci o Fernando Trueba, junto a una destacada selección de cine europeo, latinoamericano y de género. Además, la plataforma ha impulsado un

importante trabajo de restauración digital que ha permitido recuperar clásicos como *El verdugo*, *Los santos inocentes*, *Bienvenido Mister Marshall* o *La vaquilla*.

A través de FlixOlé 1 y FlixOlé 2, los espectadores podrán disfrutar de ciclos temáticos dedicados a grandes figuras del cine español como Sara Montiel, Alfredo Landa, Carmen Sevilla o Fernando Fernán Gómez, así como de comedias populares, melodramas, thrillers y títulos de culto que marcaron época. La iniciativa refuerza el compromiso de Movistar Plus+ con la difusión y puesta en valor del cine español, ofreciendo una nueva ventana para redescubrir su riqueza y diversidad.

OPERADORES NOTICIAS MOVISTAR

Movistar Plus+ revoluciona sus diales: así queda la oferta de canales a partir de hoy



La parrilla de diales de Movistar Plus+ sufre varios cambios desde hoy. Fuente: ADSLZone / montaje logo Movistar Plus+

Daniel Caballero Publicado el 12 de noviembre, 2025 • 11:13

La televisión de Movistar acaba de estrenar hoy su nuevo canal deportivo. Y esto no es todo, sino que su lanzamiento implica una serie de novedades en la parrilla de esta TV. A partir de ahora, hay varios diales que cambian de posición. Esto se debe a un nuevo reajuste que ha llevado a cabo la operadora azul para su parrilla de televisión. Por lo que es el momento de ver los cambios que acaba de introducir **Movistar Plus+**.

La lista completa de canales de Movistar Plus+ sufre varios cambios desde hoy. Todo pasa por el hecho de que el operador ha querido llevar a cabo una reorganización bastante completa de los **canales de cine y series** de su catálogo actual. Por esto mismo, a partir de ahora, tendrás que saber cuál es la nueva posición de tus diales favoritos.

Qué canales cambian de dial

A la hora de encontrar tu canal favorito de cine y series, lo más probable es que Movistar Plus+ lo haya cambiado de dial con esta nueva modificación de su parrilla. Hasta ayer, podíamos encontrar, por ejemplo, al canal **SkyShowtime** en el dial **29** o a AXN en el dial 39, entre otros. Sin embargo, con esta reorganización de diales, la televisión reajusta los diales. Por lo que, desde ahora, los encontrarás en otra ubicación. Aunque, es cierto que no tendrás que irte muy lejos.

Más que nada porque apenas se ha movido un dial o dos sus diferentes canales. Para **ver los cambios de Movistar Plus+** vamos a ir bloque a bloque –como hemos verificado a 12 de noviembre de 2025–:

- **De los diales 12 al 23 no hay cambios:** los canales son Estrenos por M+, Hits por M+, Originales por M+, Estrellas: Nicolas Cage por M+ (pop-up temporal), Documentales por M+, En juego por M+ (pop-up temporal), Clásicos por M+, Acción por M+, Comedia por M+ y Drama por M+.
- **De los diales 24 al 40 sí hay novedades:** todos los canales bajan un dial, es decir, Indie por M+ se coloca en el dial 24, HBO Max avances está en el dial 26 o SkyShowtime 1 se coloca en el dial 27. Pues bien, el resto de canales baja un canal. Aunque siguen quedando libres los diales 28 y 29 de la parrilla de Movistar Plus+.
- **De los diales 40 al 51:** los cambios más significativos son que Vamos por M+ se mueve al dial 50 y se incluye Vamos 2 por M+ en el dial 51. Por esto mismo, AXN, Warner TV, Comedy Central, Calle 13, Cosmo y Syfy bajan un dial, mientras que Veo7, Trece, Energy, FDF, Neox y Atreseries bajan dos diales.

12	14	15	17	18	39	40	41	42	43
Hits I por M+	Originales I por M+	ESTRELLAS NICOLAS CAGE I por M+	Documentales I por M+	EN JUEGO I por M+	AXN	Warner TV	Comedy Central	Calle 13	COSMO
M+ Hits	M+ Originales	M+ E: Nicolas Cage	M+ Documentales	M+ En juego					
20	21	22	23	25	44	46	47	48	49
Clásicos I por M+	Acción I por M+	Comedia I por M+	Drama I por M+	Indie I por M+	SYFY	Veo7	TRECE	Energy	Factoría de Ficción
M+ Clásicos	M+ Acción	M+ Comedia	M+ Drama	M+ Indie					
26	28	29	30	31	50	51	52	53	54
Cine Español I por M+	HBO MAX AVANCES	skySHOWTIME 1	TCM	AXN MOVIES	Neox	Atreseries	Primera Federación	M+ Vamos	M+ LALIGA
M+ Cine Español	HBO Max Avances	SkyShowtime 1	TCM	AXN Movies					
32	34	36	37	38	55	56	57	58	59
BBC SERIES	BBC Top Gear	Paramount Network	EE MAD	STAR Channel	DAZN LALIGA	LALIGA TV HYPERMOTION	M+ LALIGA 2	DAZN LALIGA 2	LALIGA TV HYPERMOTION 2
BBC Series	BBC Top Gear	Paramount Network	EE MAD	STAR Channel					
39	40	41	42	43	60	61	62	63	64
AXN	Warner TV	Comedy Central	Calle 13	COSMO	M+ Liga de Campeones	M+ Liga de Campeones 2	M+ Liga de Campeones 3	M+ Deportes	M+ Deportes 2

Así estaban organizados los diales anteriormente en Movistar Plus+. Fuente: captura de Movistar Plus+

Desaparece un canal

Otra de las sorpresas de hoy, con estas últimas modificaciones del operador, tiene que ver con otro de sus canales propios. Se trata de **Movistar Plus+ 2** que se podía encontrar **en el dial 176** de su parrilla actual. Este dial pierde sentido, y todo porque se encargaba de emitir los contenidos que comenzará a retransmitir a partir de ahora el canal Vamos 2 por M+.

Así están desde hoy los canales

Desde ahora, esta es la **posición de los canales de cine y series** (además de otros dos canales deportivos propios de esta televisión) de los que hemos hablado en Movistar Plus+ *–sin contar con los diales del 12 al 23 que no cambian de posición–*:

- Indie por M+ en el dial 24
- Cine Español por M+ en el dial 25
- HBO Max avances en el dial 26
- SkyShowtime 1 en el dial 27
- TCM en el dial 30
- AXN Movies en el dial 31
- BBC Series en el dial 32
- BBC Top Gear en el dial 24
- Paramount Network en el dial 35
- BE MAD en el dial 36
- Star Channel en el dial 37
- AXN en el dial 38
- Warner TV en el dial 39
- Comedy Central en el dial 40
- Calle 13 en el dial 41
- Cosmo en el dial 42
- SyFy en el dial 43
- Veo7 en el dial 44
- Trece en el dial 45

- Energy en el dial 46
- FDF en el dial 47
- Neox en el dial 48
- Atreseries en el dial 49
- Vamos por M+ en el dial 50
- Vamos 2 por M+ en el dial 51 (de estreno, pero comienza a tener programación activa el viernes 14 de noviembre con partidos de fútbol, pádel y otros deportes).



12 noviembre, 2025 - SatCesc.com

Movistar Plus+ reajusta sus diales con un nuevo canal deportivo

Movistar Plus+ acaba de estrenar un nuevo canal deportivo, pero este lanzamiento viene acompañado de una reorganización completa de su parrilla que afecta a buena parte de los canales de cine, series y entretenimiento.

Desde este miércoles, varios diales cambian de posición, por lo que los abonados deberán tomar nota de las nuevas ubicaciones.

Un reajuste profundo en los canales de cine y series

El principal objetivo de este movimiento es ordenar y agrupar mejor los contenidos por géneros, especialmente los dedicados a cine y series.

Según ha confirmado la compañía, los cambios afectan a los diales comprendidos entre el 24 y el 51, mientras que los canales situados entre el 12 y el 23 se mantienen sin alteraciones.

Hasta ahora, por ejemplo, SkyShowtime se encontraba en el dial 29 y AXN en el 39. Desde hoy, tras el reajuste, ambos han cambiado ligeramente de posición.

Aunque los movimientos no son drásticos —en la mayoría de los casos se trata de uno o dos diales—, es importante revisar la nueva disposición para no perder de vista los canales favoritos.

Bloques sin cambios y bloques con novedades

Diales 12 al 23: permanecen sin variaciones. Continúan en sus posiciones habituales Estrenos por M+, Hits por M+, Originales por M+, Estrellas: Nicolas Cage por M+ (canal temporal), Documentales por M+, En juego por M+ (canal pop-up), Clásicos por M+, Acción por M+, Comedia por M+ y Drama por M+.

Diales 24 al 40: todos los canales bajan un dial. Así, Indie por M+ pasa al 24, HBO Max avances se sitúa en el 26 y SkyShowtime 1 se ubica en el 27. De momento, los diales 28 y 29 permanecen libres, lo que podría anticipar futuras incorporaciones.

Diales 40 al 51: es donde se concentran los principales cambios. Vamos por M+ se traslada al dial 50, y se incorpora Vamos 2 por M+ en el 51, un nuevo canal que arrancará su programación el viernes 14 de noviembre, con retransmisiones de fútbol, pádel y otros deportes. Además, los canales AXN, Warner TV, Comedy Central, Calle 13, Cosmo y SyFy bajan un dial, mientras que Veo7, Trece, Energy, FDF, Neox y Atreseries descienden dos posiciones.



Así queda la nueva parrilla desde ahora

A continuación, la posición actualizada de los principales canales de Movistar Plus+ en este nuevo esquema (verificada a 12 de noviembre de 2025):

- Indie por M+ – Dial 24
- Cine Español por M+ – Dial 25
- HBO Max avances – Dial 26
- SkyShowtime 1 – Dial 27
- TCM – Dial 30
- AXN Movies – Dial 31
- BBC Series – Dial 32
- BBC Top Gear – Dial 34
- Paramount Network – Dial 35
- BE MAD – Dial 36
- Star Channel – Dial 37
- AXN – Dial 38

- Warner TV – Dial 39
- Comedy Central – Dial 40
- Calle 13 – Dial 41
- Cosmo – Dial 42
- SyFy – Dial 43
- Veo7 – Dial 44
- Trece – Dial 45
- Energy – Dial 46
- FDF – Dial 47
- Neox – Dial 48
- Atreseries – Dial 49
- Vamos por M+ – Dial 50
- Vamos 2 por M+ – Dial 51

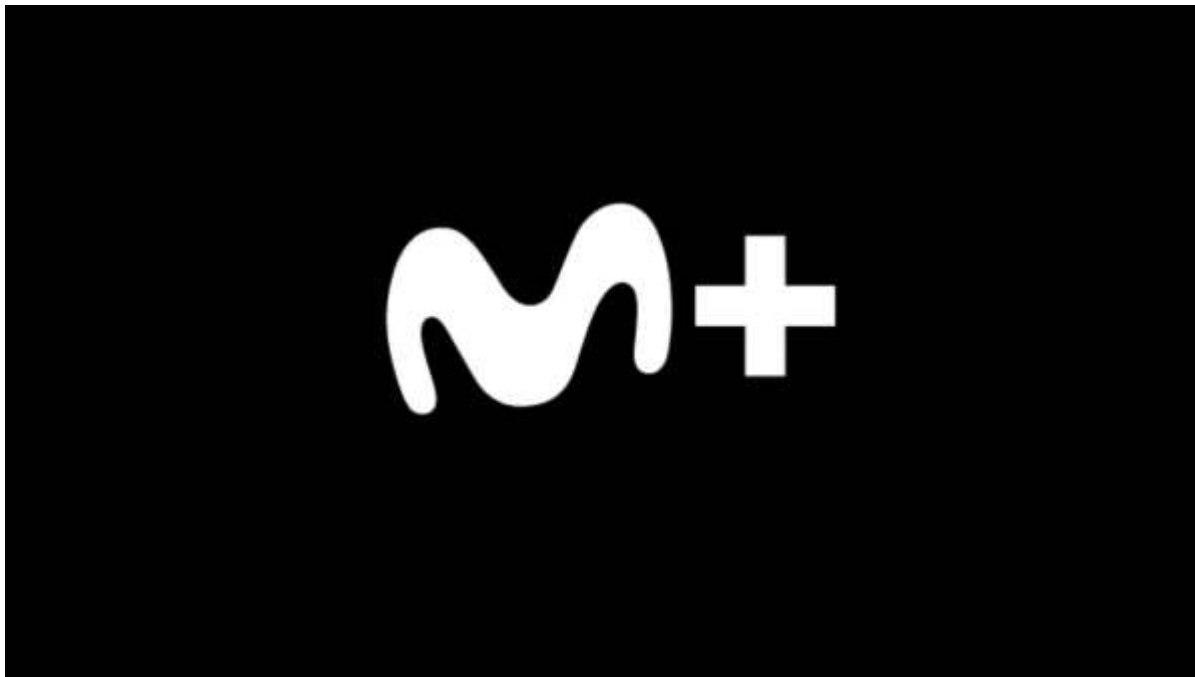
Una parrilla en movimiento

Este reajuste demuestra que Movistar Plus+ sigue adaptando su oferta televisiva para mejorar la experiencia de los usuarios y reforzar su apuesta por el contenido propio y el deporte en directo.

El estreno de Vamos 2 por M+ amplía la cobertura deportiva de la plataforma, mientras que la nueva organización busca una navegación más intuitiva para los abonados.

Movistar Plus+ amplía su oferta con dos nuevos canales de cine español y prepara el lanzamiento de M+ Vamos 2

Con estas novedades, Movistar Plus+ reafirma su liderazgo como plataforma de referencia en España, combinando el mejor cine español con una completa oferta deportiva en directos



Movistar Plus+ International ha dado un importante paso con sus nuevas alianzas Movistar

Javier Corpas@corpas_soldado Madrid Creada: 12.11.2025 16:10

Movistar Plus+ refuerza su apuesta por el contenido nacional y el deporte en directo. La plataforma de televisión de Telefónica ha anunciado la incorporación de dos nuevos canales dedicados al cine español, FlixOlé 1 y FlixOlé 2, además de estar ultimando el estreno de un nuevo canal deportivo, M+ Vamos 2, que ampliará su cobertura de eventos en directo.

FlixOlé 1 y FlixOlé 2: el mejor cine español llega a Movistar Plus+

A partir de ahora, los abonados de Movistar Plus+ podrán disfrutar de una cuidada selección de películas españolas gracias a la llegada de FlixOlé 1 (dial 28) y FlixOlé 2 (dial 29).

Estos nuevos canales nacen del acuerdo entre Movistar Plus+ y FlixOlé, la plataforma creada por Enrique Cerezo, considerada el gran referente en la distribución digital del cine español. Con un catálogo que supera los 4.000 títulos, FlixOlé ofrece películas de directores como Luis García Berlanga, Pedro Almodóvar, Álex de la Iglesia, José Luis Garci o Fernando Trueba, junto a una selección de cine europeo y latinoamericano. Además, la compañía ha liderado un importante trabajo de

restauración digital de clásicos como 'El verdugo', 'Los santos inocentes', 'Bienvenido Mister Marshall' o 'La vaquilla'. A través de estas nuevas señales, los espectadores podrán disfrutar de ciclos temáticos dedicados a grandes figuras del cine español, como Sara Montiel, Alfredo Landa, Carmen Sevilla o Fernando Fernán Gómez, además de géneros tan variados como la comedia, el melodrama o el thriller. Esta incorporación consolida a Movistar Plus+ como el gran escaparate del séptimo arte nacional, ofreciendo una nueva ventana para redescubrir la historia y la diversidad del cine español.



M+ Vamos 2: un nuevo canal deportivo en camino

Movistar Plus+ también trabaja en el lanzamiento de M+ Vamos 2, una nueva señal deportiva que complementará al canal M+ Vamos, referencia en la actualidad deportiva en abierto dentro de la plataforma. El nuevo canal servirá para ampliar la cobertura en directo y evitar solapamientos durante jornadas con múltiples eventos deportivos. De este modo, los abonados podrán seguir varias competiciones simultáneamente, reforzando la experiencia de los amantes del deporte. Por el momento, M+ Vamos 2 se encuentra en fase de pruebas internas, visible en el dial 602, aunque su lanzamiento oficial se prevé próximamente, ocupando finalmente el dial 51. Su llegada supondrá un refuerzo clave en la oferta deportiva de Movistar Plus+, que ya incluye retransmisiones de la Euroliga de baloncesto, MotoGP, pádel y ligas internacionales de fútbol, además de espacios como 'Noticias Vamos' o 'El día del fútbol'. Ambas informaciones de novedades, han sido avanzadas por el medio especializado, MundoplusTV.



'Los Forsyte': ¿tendrá segunda temporada la serie de época británica que es el nuevo éxito de Movistar Plus+?



'Los Forsyte' ITV

12 nov 2025 - 20:00 Pablo Martín Velasco

La ficción de época, que en España se puede ver en exclusiva a través de la plataforma de streaming, ha sido uno de los estrenos del año 2025.

Las series de época siempre tienen un público muy fiel que disfruta con ellas y que convierte a algunas de ellas en un éxito mundial, como por ejemplo Downton Abbey. La última en ganar una legión de fans ha sido Los Forsyte, la producción que adapta la historia escrita por el Premio Nobel de Literatura 1932 John Galsworthy y que ha llegado a España íntegramente a través de la plataforma de streaming Movistar Plus+.

Esta nueva versión de la familia aristócrata londinense consta de seis episodios, los cuales se unieron simultáneamente el 10 de noviembre al catálogo del servicio audiovisual, apenas unas semanas después de su estreno en Reino Unido. El enorme éxito en su país de origen ha dejado a muchos preguntándose si habrá una segunda temporada de Los Forsyte, y la realidad es que sí.

'Los Forsyte' tendrá una temporada 2

A pesar de la confirmación de una temporada 2 de Los Forsyte, lo cierto es que no ha sido una renovación al uso, ya que no se ha oficializado la noticia una vez estrenada la serie y vistos los resultados en audiencia, sino que la nueva entrega de la ficción ambientada en el Londres victoriano se ratificó en el mes de marzo, medio año antes de que los seis capítulos vieran la luz tanto en España (aunque sí se estrenaron en Estados Unidos).



No se sabe casi nada acerca de la nueva tanda de episodios de Los Forsyte, ni en cuanto al número de entregas de las que estará conformada ni sobre la posible fecha de estreno, pero sí se conoce a ciencia cierta que será una realidad. Por lo tanto, quienes ya hayan disfrutado de la temporada 1 de la serie de época en Movistar Plus+ están de enhorabuena, aunque tendrán que esperar para ver la continuación de esta ficción.

¿De qué trata 'Los Forsyte', la nueva serie de Movistar Plus+?

Los Forsyte es un apasionante drama de época ambientado en Londres victoriano de 1880. En ese contexto de la Inglaterra del siglo XIX, se conoce a la familia que da título a la serie, una de las más acaudaladas de la capital inglesa y en la que todo parece ser perfecto, pero tras el lujo hay un sinfín de desencuentros que están marcados tanto por los celos y como por la envidia, lo que determinará el destino de todo el linaje.



Londres se rinde ante la familia Forsyte

Movistar Plus+ estrena esta semana este drama de época ambientado en la Inglaterra del

siglo XIX, adaptación de las novelas de John Galsworthy, Nobel de Literatura en 1932



▲Incluso detrás de los momentos más románticos se esconden secretos e infidelidades M+



GERARDO GRANDA ▾ @Murdockmaiz

Madrid Creada: 12.11.2025 11:06
Última actualización: 12.11.2025 11:06



Bailes, opulencia, celos, rivalidad, negocios y amor. Las pulsiones del ser humano siguen siendo muy parecidas más de un siglo después de que las contara John Galsworthy en «La saga de los Forsyte», trilogía de novelas que triunfaron en 1922, diez años antes de que el escritor recibiera el Nobel de Literatura (1932).

Ahora, y tras varios intentos anteriores, Movistar Plus+ estrena «Los Forsyte», serie de seis episodios que fusiona la épica familiar británica y la sensibilidad contemporánea, con reparto internacional y visos de gran superproducción.

Nos encontramos en la Inglaterra del siglo XIX, y una joven declara su pasión porque su madre, viuda, se case de nuevo, y esta vez con uno de los herederos de las familias más pudientes de la época, los Forsyte. Esta familia de clase media alta tendrá que adaptarse a los cambios de aquellos años. Aparentemente inseparables, la familia hace aguas por todas partes. Hay una competencia feroz entre las dos facciones del apellido. Los actuales cabezas de familia son la abuela Ann (Francesca Annis), rígida y dispuesta a mantener las costumbres que han hecho grande el nombre de su difunto marido; su hijo James (Jack Davenport), el más tenaz y competitivo; y Jolyon (Stephen Moyer), sensible y poco materialista, que intentará que la empresa familiar quede en buenas manos. Ambos tienen un hijo varón, preparado desde niño para hacerse con el control de la compañía de inversiones en bolsa más reputada de la City londinense de 1880. Por un lado tenemos al romántico, bohemio y artista Jo (Danny Griffin), recién casado con Frances (Tuppence Middleton), mujer fuerte, ambiciosa y dispuesta a todo por mantener o mejorar su estatus social, e hijo de Jolyon. En el otro extremo, su primo Soames (Joshua Orpin), ambicioso joven obsesionado con el control, influenciado por su padre, y con interés romántico en Irene (Millie Gibson), independiente y carismática. Por último, destacar la aparición de Louisa Byrne (Eleanor Tomlinson), antigua sirvienta y amor pasado de Jo, que entra de nuevo en su vida tras enviudar.

En este universo, en el que pueden encontrar acogida los seguidores de otras ficciones históricas como «Downton Abbey», el espectador observa desde la primera fila la sociedad del «nuevo dinero» victoriano, con el boom financiero y el desarrollo de la City. La serie deja claro el ascenso de las profesiones ligadas a la banca y la bolsa, y la permanente pugna de los Forsyte por formar parte de la élite aristocrática. La trama se vertebra principalmente con el anuncio de un sucesor para dirigir la empresa familiar. La tensión entre ambos primos estructura la serie y los dramas de posesión, amores frustrados y lealtades cruzadas. La ficción no escatima en escenas de romance de alta intensidad, muy en la línea visual de «Bridgerton», con momentos de erotismo explícito que han dado que hablar en la prensa británica, especialmente por la plasmación de cuerpos masculinos y femeninos en una serie que, a diferencia de sus predecesoras, otorga más peso y voz a estos últimos. La riqueza de la historia se adorna con una precisión histórica del retrato de un Londres en la etapa tardovictoriana, desde la vida en la Square Mile hasta los afanes financieros del mundo bursátil, las modas y los debates femeninos del final del siglo XIX. Importante el tema de los matrimonios de conveniencia económica y social, con la identificación del casamiento como una transacción de propiedad sobre la mujer, cuyo cuerpo y dinero pasaban a pertenecer al marido. La narrativa explora los avances del feminismo, incluidos los logros de la

Married Women's Property Act de 1882, y la progresiva autonomía de las mujeres en inversión financiera, mostrando cómo el empoderamiento femenino coexistía con profundas restricciones en todos los ámbitos del hogar y la sociedad. La serie no escatima a la hora de enmarcar un drama íntimo con momentos opulosos de gran espectacularidad como fiestas, banquetes y bailes en enormes salones. Mención especial merece la atmósfera musical, que alterna clásicos victorianos con guiños cinematográficos modernos, dotando a las escenas clave de una sensualidad y melancolía inusitadas. Si hay algún pero, es aquel que se adivina desde los créditos del primer episodio, y es que algunas escenas se acercan más al culebrón diario y a la novela rosa, que a la alta literatura.

Una historia universal con varios nombres

► Las adaptaciones anteriores de «La saga de los Forsyte» han marcado la narrativa televisiva y cinematográfica británica desde mediados del siglo XX. La primera adaptación destacada fue en 1949 con el filme «That Forsyte Woman» («La dinastía de los Forsyte») protagonizado por Errol Flynn y Greer Garson. Luego, en 1967, la BBC produjo una ambiciosa serie de 26 episodios que cubrían las tres novelas y los entreactos, ganadora de varios premios, incluida una nominación al Emmy. Consolidó el estatus literario de Galsworthy. En 2002, ITV ofreció una nueva adaptación de alta producción con Damian Lewis y Gina McKee en los roles principales.

MovistarPlus+ estrena una nueva versión de 'Guillermo Tell'

12 de noviembre de 2025



Una épica aventura sobre el héroe suizo más legendario

Claes Bang (The Square) protagoniza Guillermo Tell, una película de acción y aventuras que revive la leyenda del héroe de la independencia suiza. Dirigida por Nick Hamm, la cinta ofrece espectaculares combates cuerpo a cuerpo, intensas batallas y los impresionantes paisajes alpinos como telón de fondo.

Con Connor Swindells (Sex Education), Ellie Bamber (Animales nocturnos) y Golshifteh Farahani (Invasión) en el reparto, Guillermo Tell combina emoción, épica y un mensaje de libertad que resuena con fuerza.

Disponible en Movistar Plus+ desde el viernes 14 de noviembre