RESUMEN DE MEDIOS LUNES, 1 DE DICIEMBRE DE 2025

DERECHOS LALIGA

Telefónica y DAZN mantienen los derechos audiovisuales de la Primera División en España en el periodo 2027/28-2031/32. Ambos operadores mantendrán cinco encuentros por jornada de LaLiga EA Sports. Movistar Plus+ garantiza a sus abonados la totalidad de los partidos (DOSSIER PRENSA ESCRITA + DOSSIER ONLINE)

TITULARES

Tebas: "Hablamos de otros *players* como Paramount o Amazon, con los que tenemos buenas relaciones, pero todavía no están maduros para entrar" (El Mundo)

Tebas, sobre los acuerdos entre DAZN y las telecos: "Creo que en el próximo ciclo será diferente" (2Playbook)

Tebas: "Uribes debería hablar con los dueños de los derechos audiovisuales, los clubes" (EFE/Iusport)

El Secretario de Estado para el Deporte había anunciado un cambio en la norma de comercialización de los derechos del fútbol (AS)

El corazón partido de Carlos Ocaña: entre los intereses opuestos de Telefónica y el Real Madrid (El Confidencial)

LaLiga se asegura 5.250 millones por TV en España entre 2027 y 2032 con Telefónica y DAZN (2Playbook)

Tender 2027-2032: importante crecimiento de LaLiga, que supera los 1.000 millones por temporada (MARCA)

El fútbol se ha convertido en el ancla de las suscripciones de las operadoras. Y LaLiga está ganando más dinero que nunca (Xataka)

LaLiga sigue sin hacerle sombra a la Premier: brecha de 1.700 M€ en el mercado nacional pese a vender 110 partidos menos (El Español)

El fútbol se hace con el control de la TV (Marc Menchén en El Periódico/SPORT)

TELEFÓNICA

La refundación de Telefónica y los modelos de Airbus e IAG (Aurelio Medel Vicente en ElDiario)

El duro ERE de Telefónica: la IA es solo una parte de un problema que viene de lejos (Xataka)

FICCIÓN ORIGINAL

SILENCIO

Lo que calan en las sombras (FOTOGRAMAS)

Muera el amor (CINEMANÍA)

Eduardo Casanova revela los secretos de 'Silencio', su nueva serie: vampirismo, 'chemsex' y el desnudo integral de Omar Ayuso (Cinemanía)

Leticia Dolera, sobre su nueva serie de vampiras: "Hay muchas personas con VIH en España y existe mucha desinformación" (Cinemanía)

Eduardo Casanova y Hollywood: "Si me fuera no me gustaría que me cambien porque quiero mantener mi esencia, aunque no sé cuál es" (Harper´s Bazaar)

Eduardo Casanova: "Quería mezclar comedia, vampiras y VIH para abrir un debate" (El Mundo + edición online)

Eduardo Casanova feminiza a los vampiros en su nueva serie: "El silencio que viven hoy las personas con VIH es terrorífico" (EL PAÍS)

Eduardo Casanova: "Silencio es mi obra más asequible, pero eso no significa que me haya domesticado" (Grupo VOCENTO + edición online)

El silencio que rodea al VIH (La Vanguardia)

Eduardo Casanova mezcla vampiras y sida en su primera serie: "El único efecto secundario del VIH es el estigma" (El Periódico)

Eduardo Casanovas: "Relacionar el sida con la homosexualidad ha hecho que los gais hayamos follado con miedo" (Crónica Global)

Eduardo Casanova: "Hay que dar nueva información sobre qué es el VIH hoy: una enfermedad crónica e intransmisible con medicación" (El Independiente)

Eduardo Casanova, sobre cómo 'Silencio' ayuda a combatir el estigma del VIH: "Vivir en silencio es un tipo de muerte, una lenta y a pellizcos" (Espinof)

Eduardo Casanova presenta 'Silencio': "Hay miedo a posicionarse en cosas obvias como el genocidio en Gaza" (Europa Press, MARCA)

Eduardo Casanova: vampiras, lesbianismo, VIH y comedia para contar la «historia de la que hay que hablar en este momento» (ABC)

Eduardo Casanova estrena `Silencio': "Todo lo que te callas te mata por dentro" (EFE)

NO FICCIÓN ORIGINAL

FLORES PARA ANTONIO

Canción de amor a Antonio Flores (Cinemanía)

El mejor homenaje que podría recibir Antonio Flores (Andrea G. Bermejo en Cinemanía)

Alba Flores: el dolor que permite el querer (Magazine – La Vanguardia)

Alba Flores: "En la raíz del dolor se encuentra su antídoto: el amor" (Magazine – La Vanguardia)

Isaki Lacuesta: "En el rodaje de 'Flores para Antonio' vivíamos dos catarsis por la mañana y dos por la tarde" (El Cultural)

Alba Flores abraza a su "niña herida" y recuerda la primera vez que supo de qué había muerto su padre: "Me sentía muy expuesta" (EL PAÍS)

Isaki Lacuesta y Elena Molina regalan a Alba Flores la película de su vida (ABC)

Isaki Lacuesta y Elena Molina codirigen 'Flores para Antonio': "Si él viera la película, lo primero que haría es abrazar a su hija" (Infobae)

Alba Flores: "Es el reflejo de las heridas que mi padre compartía con su madre y yo veo ahora el reflejo de las mías con él" (Esquire)

Cómo fueron los últimos 15 días de vida de Antonio Flores y los datos inéditos de su autopsia: lo que revela su documental (El Español)

A los padres conviene que les hagamos autopsias siempre (Alberto Moreno en Vanity Fair)

"Buscando a un padre en el archivo" (Manuel J. Lombardo en diarios del Grupo JOLY)

"Flores para Antonio": Un emotivo viaje de reconciliación de una hija con la memoria de su padre (Arturo Tena en Cine con Eñe)

Crítica de 'Flores para Antonio': Un retrato íntimo desde el corazón de una familia expuesta (Laura Zurita en No es cine todo lo que reluce)

El llamativo cargo de Ana Villa, mujer de Antonio Flores, en su película: más de 800.000 euros de ayudas y cómo fue su amor (El Español)

El legado que dejó Antonio Flores en su hija Alba: un patrimonio artístico y familia que inspira (The Objective)

Alba Flores cuenta cómo se enteró de la relación que tenía su padre con las drogas: "Me lo dijo un niño para hacerme daño" (Los 40)

Alba Flores: "Quería querer a mi padre completo y no me parecía justo ese prejuicio por problemas con el consumo de drogas" (Huffington Post)

Isaki Lacuesta: "Ahora sabemos que lo que decían los Borbones era mentira y lo que dicen los Flores ha sido una transparencia absoluta" (Huffington Post)

Alba Flores ('Flores para Antonio'): «Siempre había querido hacerle una canción para devolverle las que me hizo a mí» (La Noche Americana)

Una hija hablando sobre su padre, así se siente ver 'Flores para Antonio' tras 30 años de su muerte (CUORE)

Alba Flores desvela cómo fue el inicio del documental 'Flores para Antonio' (Semana)

Alba Flores se imagina la charla que tendría hoy con su padre: "Me hubiese encantado discutir con él" (MARCA)

Ana Villa: su importante papel en la producción de "Flores para Antonio" (Diario de Avisos)

CINE ORIGINAL

Interview: Oliver Laxe – Sirāt (Ioncinema)

Oliver Laxe: «Sirat» no podría haber surgido de un algoritmo (EFE)

"El cine es el arte de la frustración": entrevista con Oliver Laxe en MovieBreak

Oliver Laxe, agotado por la temporada de premios y pensando en el Amazonas como próximo escenario (Variety)

Oliver Laxe regresa a la "escandalosa belleza de Marruecos" en el festival de Cine de Marrakesh (Morocco World News)

Los rivales de Oliver por el Oscar (La Voz de Galicia)

Se enciende la temporada de premios: Gotham, NYFCC, NBR y LAFCA ¿Cómo afectarán a la carrera por los Oscar? (Variety)

DEPORTE Y TV

De dominar el deporte a rozar el colapso: el fútbol arrastra a Mediapro al abismo (La Razón)

El Barcelona se mete un gol en propia meta con la alianza con una *startup* de criptomonedas con sede en Samoa (Financial Times, La Vanguardia)

Paramount+ se convierte en socio oficial del club del Arsenal (The Hollywood Reporter)

MotoGP tiene un problema en Italia. Este mundial ha generado tan poco interés que la TV ofrece menos de la mitad por seguir emitiendo las carreras (Motor Pasion)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El gran poder de José Pablo López en RTVE (EL PAÍS)

Así es Siete, el consorcio de los afines al Gobierno que aspira a la TDT (The Objective)

Cita histórica de la Industria en Gran Canaria en el atresplayer Day (La Razón)

Emma Lustres, Medalla de Oro de los Forqué: "Si no se protege al productor independiente, es muy posible que desaparezca" (Rubik Audiovisual)

España pide a la UE una nueva ley para proteger los derechos de autor en el marco de la IA (EFE)

Cahiers du Cinéma elige a 'Tardes de soledad' como la mejor película de 2025 (Cinemanía)

Una lectura de las nominaciones de los Premios Feroz (Dani Mantilla en Kinótico)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Cómo se ha convertido «Heated Rivalry» (adquirida por Movistar Plus+) en el programa favorito de internet, incluso antes de su emisión (The Hollywood Reporter)

La Spotifyzación de las series (Fredrik af Malmborg en Cveintiuno)

El estatus de joya de la corona de HBO define la batalla por Warner Bros. Discovery (Observer)

«Stranger Things» ya ha generado al menos mil millones de dólares para Netflix. La T5 podría generar otros 200 millones (MarketWatch)

Australia se une a la lista de países que exigen a los servicios de *streaming* invertir una parte de sus ingresos en contenido local (Decode TV)

Un fallo judicial aleja la posibilidad de que Vincent Bolloré se haga con e control de Vivendi (The Wall Street Journal)

De 'Frankenstein' a 'Wednesday' y 'The Last of Us': los incentivos agresivos han provocado un auge en los rodajes internacionales (Variety)

Cómo Mark Wahlberg se ha convertido en el rey del *streaming* (Forbes)

Por qué la economía de *influencers* merece su propio club de fans (Financial Times)

TELECOMUNICACIONES

La debacle de las 'telecos' locales (Expansión)

Vodafone subirá un 3,9% sus precios tras Telefónica y Masorange (Expansión)

MOVISTAR PLUS+

Entrevista con Paco Fox en Huelva Información

Entrevista con Suasan Guasch en AS

Movistar Plus+ estrena la tercera temporada de "Elsbeth" (DOSSIER)

Movistar Plus+ estrena la segunda temporada de "Matlock" (DOSSIER)

"No hay más que mujeres" (*Elsbeth, Matlock, Blue Lights*) (Rosa Belmonte, en ABC)

Movistar Plus+ ha estrenado otra temporada de mi serie de policías favorita: *Blue Lights* (Ekaitz Ortega en Hobby Consolas)

Expansión

29 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 10
AVE: 6819 €
ÁREA: 125 CM² - 34%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: EMPRESAS



Telefónica y DAZN ganan los derechos de LaLiga hasta 2032

5.250 MILLONES POR CINCO AÑOS/ Pagan 1.050 millones por temporada por la Primera División, un 6% más que en el ciclo anterior. Cambia el reparto de los partidos.

Estela S. Mazo. Madrid

LaLiga no cambia de canal. Telefónica y DAZN han vuelto a adjudicarse los derechos de emisión de todos los partidos de LaLiga EA Sports (Primera División) para el mercado residencial en el próximo ciclo de 5 años, que abarca desde la temporada 2027-2028 hasta la 2031-2032, despejando así los rumores que apuntaban a la posible entrada de plataformas como Amazon u otros operadores internacionales. En total, el coste de la operación asciende a 5.250 millones, esto es, 1.050 millones por temporada. El importe supone un incremento del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones (990 millones por campaña).

Con esta adjudicación, LaLiga superará en total los 6.135 millones en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, un 9% más. Los 5.250 millones de LaLiga EA Sports se suman al canal Horeca (que mejora un 30%, al pasar de 500 a 650 millones), LaLiga Hypermotion (se eleva un 40%, de 125 a 175 millones) y a los más de 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

Reparto

Ambas plataformas renuevan como socios de LaLiga, aunque con una diferencia. En el próximo ciclo, Telefónica no tendrá tres jornadas en exclusiva, por lo que el reparto de partidos con DAZN es a partes iguales.

Cada una emitirá en exclusiva la mitad de los encuentros (190 partidos de las 38 jornadas). Asimismo, se turnarán la primera elección en 19 jornadas de cada temporada. El Clásico en la primera vuelta será para DAZN y en la segunda, para Telefónica.

Al compás de esa distribución, el reparto de costes también será prácticamente similar entre ambos, si bien está afectado por el cambio en los partidos. Telefónica, según comunicó a la CNMV, paga un "importe total de 2.635 millones, a razón de un precio medio de 527 millones para cada una de las temporadas", lo que supone un aumento de precio del 1,4%. La plataforma de *streaming*, por su parte, abona 2.614 millones en total y 523 millones por campaña, un 11% más.

A partir de ahora, Telefónica negociará con DAZN para poder emitir también sus encuentros y volver a ofrecer LaLiga al completo. En el ciclo actual, abona 280 millones por temporada para retransmitir todo el torneo. Refuerza así su objetivo de ser "la casa del fútbol", el recurso más poderoso para captar y mantener a los clientes de mayor valor dentro del mercado español.

La operadora ya se hizo la semana pasada con los derechos de la Champions League, Europa League, Conference League, Youth League y Supercopa, desde la temporada 2027-2028 a la 2030-31.

El precio total de la adjudicación, considerada como la joya del fútbol, ascendió a 1.464 millones, a razón de 366 millones por cada una de las temporadas, elevando así las cifras del ciclo anterior, con 960 millones, lo que suponía una media de 320 millones por cada temporada.

Estrategia

Con estas cifras, parece que ha vuelto a dar resultado la estrategia de LaLiga de trocear los lotes de los partidos (han sido 12) para optimizar los ingresos y de lanzar el *tender* con mucho tiempo de antelación, con lo que se ha solapado con la venta de los derechos para la Champions League de la UEFA para el periodo 2027-2033.



Europa Press

Lamine Yamal y Mbappé, estrellas que elevan el valor de la competición.

LaLiga adjudica la totalidad de sus derechos nacionales por 6.135 millones en cinco temporadas

La Llave / Página 2

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 2006 €
ÁREA: 10 CM² - 10%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: EDITORIAL

29 Noviembre, 2025



Éxito de Telefónica al renovar con LaLiga

LaLiga ha renovado sus derechos audiovisuales domésticos hasta 2032 con Telefónica y DAZN, consolidando un modelo que garantiza estabilidad financiera y continuidad en la distribución del principal contenido deportivo del país. En un momento en el que varias competiciones europeas han sufrido caídas en valor, LaLiga logra asegurar un crecimiento del 9% en el ciclo 2027/28–2031/32, superando los 6.135 millones en ingresos gracias a la suma de 5.250 millones de LaLiga EA Sports, 650 millones del segmento Horeca, 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones de derechos en abierto y resúmenes. La renovación reafirma la fortaleza del producto y proporciona certidumbre financiera a los clubes. El reparto entre Telefónica y DAZN mantiene la estructura que LaLiga ha buscado desde hace años. Ambas plataformas emitirán cinco partidos por jornada, pero con diferencias de valor: Telefónica 2.636 millones y DAZN 2.614 millones. Para Telefónica, el nuevo ciclo es positivo porque con una subida de precio del 1,4% mantiene el acceso al contenido clave del mercado español y asegura primeras elecciones en jornadas clave, lo que refuerza la propuesta de Movistar Plus+. Además, puede ofrecer el 100% de los partidos mediante acuerdos con DAZN. Sumado a los derechos europeos asegurados hasta 2031, el operador obtiene visibilidad a largo plazo, estabilidad en ingresos recurrentes y una herramienta de fidelización decisiva.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,12
AVE: 5780 €
ÁREA: 168 CM² - 40%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: PORTADA

29 Noviembre, 2025



Telefónica y Dazn pagan 5.250 millones por seguir emitiendo la Primera División hasta 2032

LaLiga adjudica sus derechos por 6.135 millones para las próximas cinco temporadas

La distribución de partidos entre las dos empresas será de igual a igual

RAMÓN MUÑOZ / JAVIER GARCÍA ROPERO
MADRID

LaLiga adjudicó el viernes por 6.135 millones de euros los derechos audiovisuales de las competiciones nacionales de fútbol que organiza desde la temporada 2027/28 a la 2031/32 para su emisión en España, lo que supone un crecimiento del 9% sobre el ciclo anterior (2022-2027).

De esa cantidad, los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports (Primera División) para las próximas cinco temporadas alcanzaron un valor de 5.250 millones, 1.050 por cada una, lo que supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior, que se situaba en 4.950 millones. Telefónica y Dazn resultaron adjudicatarios de este lote, con cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años, como lo venían haciendo esta temporada. La duración del contrato contraviene las recomendaciones de Competencia, que en un informe reciente pedía acotarla a tres años.

Además de esta categoría, los derechos para bares y establecimientos públicos (segmento Horeca) ha incrementado la recaudación un 30%, desde 500 a cerca de 650 millones; por su parte, LaLiga Hypermotion (Segunda División), eleva su valor de 125 a unos 175 millones, un 40% más; mientras que los derechos del partido en abierto y los resúmenes y clips de vídeo han alcanzado los 60 millones. Todos estos derechos son comercializados por LaLiga en régimen de no exclusividad entre distintos operadores, sin mediar un proceso de adjudicación, como sucede en el paquete residencial obtenido por Telefónica y Dazn.

Lo mismo ocurre con los derechos de emisión internacional, que se contabilizan aparte. LaLiga los comercializa a través de Mediapro, encargada de esta labor hasta la campaña 2028/2029. Estos derechos aportan alrededor de 750 millones adicionales al año. Telefónica pagará 2.635,85 millones, a razón de un precio medio de 527,17 millones para cada una de las temporadas, lo que supone un 1,4% de incremento sobre el anterior ciclo.



Partido Real Madrid-FC Barcelona de la temporada pasada. INMA FLORES

Movistar+

No obstante, el reparto de los partidos sobre los actuales contratos cambia sustancialmente porque Movistar+, la plataforma de televisión de Telefónica, ya no dispondrá de tres jornadas en exclusiva como hasta ahora, sino que la distribución con Dazn será de igual a igual. Es decir, cada uno de los dos operadores emitirá en exclusiva la mitad de los encuentros: 190 partidos de las 38 jornadas. Además, cada operador podrá realizar la primera elección del partido más atractivo en 19 jornadas y el Clásico (Real Madrid-FC Barcelona) lo emitirá Dazn en la primera vuelta y Telefónica el de la segunda. De esta manera, Dazn eleva su factura hasta los 2.614,15 millones, a razón de 522 por temporada, lo que supone un 11% más respecto a los 470 millones por temporada que paga ahora.

Supone un incremento total del precio del 6% respecto al anterior ciclo

La oferta de Telefónica también incluye las competiciones europeas

Pese a ese reparto, Telefónica será la única operadora que ofrecerá todos los partidos a sus abonados porque, como en el presente ciclo, negociará con la plataforma de *streaming* deportivo la reventa de los derechos sobre sus cinco partidos. En el presente contrato, Telefónica abona a Dazn 280 millones por temporada. "Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031", dijo la compañía a la CNMV. La *teleco* acaba de adjudicarse en exclusiva los derechos de emisión de todas las competiciones de clubes de la UEFA en España hasta 2031 por 1.464 millones.

Por su parte, Dazn consolida su apuesta tras adquirir en los últimos meses los derechos de la ACB, la NBA, la NFL, o garantizarse la Fórmula 1 hasta 2026.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 6792 €
ÁREA: 235 CM² - 47%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: EDITORIAL

29 Noviembre, 2025



Las claves

1

Inversión

El dividendo incrementa el efectivo de los inversores en tiempos de recalentamiento



Billetes de 10 dólares. REUTERS

En el manual de inversión de Warren Buffett está invertir preferiblemente en compañías que usan su caja para comprar otras empresas o para recomprar acciones, más que en pagar dividendos, siempre y cuando, claro, sea para obtener mayor rendimiento que el que podrían conseguir sus accionistas por sí mismos. En el fondo subyace la sospecha de que el dividendo sea una forma fácil de atraer a los inversores, sin complicarse la vida buscando otras opciones. Pero en un mercado tan recalentado como el actual, en el que el propio Buffett está apostando por mantener grandes cantidades de efectivo, pagar dividendos parece una forma más que razonable de aligerar las cuentas de las compañías, retribuyendo así a un accionista que, con la paciencia adecuada, puede encontrar en un futuro más o menos próximo un destino interesante para ese capital. Los fondos de dividendos, que han logrado rentabilidades cercanas al 10% anual en la última década invirtiendo en las empresas que usan ese sistema, son una manera de aprovecharlo sin tener que analizar los valores uno por uno.

2

Laboral

Llegan otra vez, en época prenavideña, las protestas en Inditex

Los empleados de Inditex reclaman que el pastel de los beneficios del gigante textil se reparta de otra manera. En particular, piden que se recupere el bonus sobre las ganancias que dejó de pagarse durante la pandemia. Desde 2022, la compañía negocia cada año con los sindicatos un incentivo para su personal de tienda. Además, al no tener Inditex convenio propio, las subidas salariales dependen en gran medida de los convenios provinciales. Esta situación es, por tanto, terreno abonado para que se repitan las protestas de los empleados, normalmente en estas fechas de temporada casi navideña.

3

Black Friday

La sospecha de que hay rebajas falsas se materializa en ocasiones

Es sabiduría popular que las tiendas suben los precios antes de las épocas de rebajas para que luego parezca que los han reducido. A veces eso pasa de la sospecha a la realidad, como con la sanción que ha aplicado el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 a MediaMarkt, Carrefour, PcComponentes, Notino Italia y Gestaweb 2020 por anunciar rebajas falsas en el Black Friday 2023. Otras dos empresas se han librado de la mala publicidad al aceptar la acusación desde el principio.

Lo principal, evidentemente, es que los minoristas cumplan la ley, pero tampoco viene mal, como protección extra, que el consumidor haga un cierto seguimiento de los precios de los artículos que desea comprar, para luego compararlos en el momento de las rebajas.

4



No se equivoquen. Si en 2026 no revertimos los problemas que frenan la competitividad en toda la Unión Europea nos enfrentaremos a un 2027 muy difícil

Roberta Metsola

PRESIDENTA DEL PARLAMENTO EUROPEO

5

Deportes

El fútbol sigue captando un gran interés, pese a la creciente competencia

LaLiga adjudicó el viernes los derechos de emisión de sus competiciones a Movistar y Dazn para el periodo 2027-32 por un precio un 9% superior al del quinquenio actual, lo que refleja que el interés por el deporte, y en particular el fútbol, sigue en pleno vigor, a pesar de la creciente competencia de todo tipo de entretenimiento, en especial el que genera internet. Cuando muchos jóvenes prefieren ver jugar a un videojuego a un *youtuber* (ni siquiera jugarlo ellos), la afición que sigue generando el balompié es realmente digna de reseña.

FE DE ERRORES

La información del viernes en la página 6 sobre la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se ilustró por error con una foto de la sede de la CNMV.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,12
AVE: 8147 €
ÁREA: 240 CM² - 47%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN:
OTS: 73000
SECCIÓN: PORTADA

29 Noviembre, 2025



Kylian Mbappé y Jude Bellingham, jugadores del Real Madrid. EUROPA PRESS

Telefónica renueva los partidos de la Liga hasta 2032 con un precio de 2.636 millones

Movistar+ se repartirá con Dazn cinco partidos por jornada, con un alza del precio del 1,4%

Víctor de Elena / A. Lorenzo MADRID.

Telefónica (Movistar+) y Dazn seguirán siendo los dueños de los derechos audiovisuales de la Primera División del fútbol en España. Con esta adjudicación, LaLiga cerró ayer el nuevo ciclo de comercialización de los partidos para las cinco temporadas comprendidas en el periodo 2027/28-2031/32. El acuerdo, que prolonga la estructura implantada desde 2022, garantiza que ambos operadores mantendrán cinco encuentros por jornada de LaLiga EA Sports y permite a Movistar Plus+ asegurar que sus clientes continúen accediendo a la totalidad de los partidos mediante los acuerdos de distribución cruzada. La maniobra se presume estratégica en la compañía de telecomunicaciones ya que se asegura los contenidos de mayor interés de los abonados de televisión de pago, considerados los de mayor valor de toda la clientela del sector, muy por delante de los aficionados al cine y las series.

De forma provisional –en espera la firma del contrato definitivo antes de 30 días hábiles– Movistar+ hará suyo el lote D.1, que incluye cinco partidos en exclusiva por jornada y la primera elección en 19 jornadas cada temporada, entre ellas el "Clásico" entre el Barcelona y el Real Madrid de la segunda vuelta.

> El contrato ofrece estabilidad a los operadores y mejora la planificación de los clubes de fútbol

El grupo que preside Marc Murtra abonará 2.635,85 millones de euros por las cinco temporadas, lo que supone un precio medio anual de 527,17 millones, con un incremento de 1,4% por temporada respecto a la última adjudicación. La asignación está pendiente de la firma del contrato definitivo, para lo que se ha fijado un plazo máximo de 30 días hábiles.

El operador subrayó ayer que la adjudicación permitirá mantener la oferta íntegra de LaLiga dentro de Movistar Plus+, un elemento central en su estrategia audiovisual. Esta misma semana, Telefónica se aseguró los derechos de las competiciones europeas hasta 2031 después de abonar 1.464 millones de euros para los próximos cuatro años. De esa forma, la teleco seguirá emitiendo la *Champions League, Europa League* y *Conference League,* principales competiciones del fútbol continental.

Por su parte, la operadora británica Dazn renovó por un importe similar el lote equivalente para la emisión de otros cinco partidos por jornada, reforzando su posición como socio estratégico de la competición del importe a abonar. La plataforma mantendrá su propuesta de retransmisiones en directo y su modelo OTT (*over the top*), que LaLiga destaca como uno de los pilares en la ampliación de audiencias y en la adaptación a los nuevos hábitos de consumo.

En conjunto, el valor de los derechos residenciales/hogar para este ciclo supera los 5.250 millones de euros, un 6% más que en el periodo 2022-2027, siendo la única de las cinco grandes ligas europeas que ha conseguido renovar sus derechos televisivos por un importe superior al precedente. Javier Tebas, presidente de LaLiga, ha destacado que el valor de la competición siga aumentando "en un momento en el que muchas ligas están perdiendo atractivo". Si se incluyen el resto de categorías comerciales, los ingresos domésticos de LaLiga ascenderán a 6.135 millones, lo que supone un incremento del 9%. El avance se debe, según la patronal, al crecimiento de todos los segmentos adicionales: el mercado Horeca (bares) aumenta un 30%, pasando de 500 a cerca de 650 millones; el pago por la Segunda División (*LaLiga Hypermotion*) sube un 40%, hasta 175 millones, gracias a los nuevos acuerdos con plataformas digitales; y los derechos en abierto, resúmenes y clips superan los 60 millones.

EL PAÍS 29.11.2025

Telefónica y DAZN pagan 5.250 millones por la Primera División

R. MUÑOZ / J. GARCÍA ROPERO
Madrid

LaLiga adjudicó ayer por 6.135 millones de euros los derechos audiovisuales de las competiciones nacionales de fútbol que organiza desde la temporada 2027/28 a la 2031/32 para su emisión en España, lo que supone un crecimiento del 9% sobre el ciclo anterior (2022-2027).

De esa cantidad total, los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports (Primera División) para las próximas cinco temporadas alcanzaron un valor de 5.250 millones de euros, 1.050 por cada una, lo que supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros. Telefónica y DAZN resultaron adjudicatarios de este lote, con cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años, como lo hacían esta temporada. La duración del contrato contraviene las recomendaciones de Competencia, que pedía acotarla a tres años.

Además de esta categoría principal, los derechos para bares y establecimientos públicos (segmento Horeca) ha incrementado la recaudación un 30%, desde 500 a cerca de 650 millones de euros; por su parte, LaLiga Hypermotion (Segunda División), eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, un 40% más; mientras que los derechos del partido en abierto y los resúmenes y clips de vídeo alcanzaron los 60 millones de euros. Todos estos derechos son comercializados por LaLiga en régimen de no exclusividad entre distintos operadores, sin mediar proceso de adjudicación.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 40
AVE: 29201 €
ÁREA: 152 CM² - 38%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43337
OTS: 506000
SECCIÓN: DEPORTES

29 Noviembre, 2025



LaLiga vende más caro

FÚTBOL. Telefónica y Dazn pagan 5.250 millones por los derechos de cinco temporadas

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁN MADRID

Las penas con pan son menos. Eso pensará Javier Tebas que, tras el varapalo del frustrado partido de Miami y la denuncia al TAD, ha conseguido vender los derechos audiovisuales de LaLiga por 5.250 millones de euros a Telefónica y a Dazn para el periodo que va desde la temporada 2027/28 a la 2031/32, un 6% más que con el anterior contrao.

LaLiga, en total, superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales. Esa cifra se alcanza con los 5.250 milllones para los derechos de LaLiga EA Sports en residencial/hogar, los 650 millones en Horeca, los 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones de derechos en abierto y resúmenes. Por todos los concepto, el aumento es del 9%.

Tras la apertura de los sobres en los que estaban todas las ofertas en el Consejo Superior de Deportes (CSD), el órgano de control de televisión de LaLiga ha optado por las propuestas ofrecidas por las empresas antes mencionadas. De los clubes que lo conforman (Barcelona, Atlético, Real Madrid y Osasuna), sólo los blancos han votado en contra.

La institución presidida por Tebas había presentado un *tender* de hasta 12 lotes distintos para ampliar la oferta y optimizar la venta de estos derechos audiovisuales. Lo había hecho, además, antes de lo previsto y este adelanto ha acabado por beneficiar a operación



Una cámara toma imágenes poco antes de iniciarse un partido de la liga. MARCA

La anterior venta se había producido por 4.950 millones de euros (ahora se ha aumentado en un 6%) y comprendía un periodo entre las temporadas 2022/23 y el 2026/27. Se la habían adjudicado a partes iguales Movistar y Dazn. Ambas plataformas se habían comprometido a dar cinco partidos por jornada cada una y repiten fórmula para el siguiente periodo.

En el anterior *tender*, los derechos rozaban los 1.000 millones de euros por temporada, 990 concretamente, y LaLiga esperaba superar esa simbólica barrera, como finalmente ha ocurrido y lo ha hecho en 50 millones por curso.

Es un paso más para acercarse a la Premier aunque aún está muy lejos de la competición británica. El acuerdo televisivo en las islas para el periodo 2025/29 alcanzó un valor de 7.800 millones de euros en total para cuatro temporadas. Corresponde a unos 1.950 millones por curso, un montante aún muy alejado, casi el doble, de lo que ha conseguido LaLiga.

No cabe duda de que la irrupción de Lamine Yamal y la llegada de Kylian Mbappé han sido también factores determinantes a la hora de reflejar en números la mejora deportiva de los dos clubes de fútbol más grandes del mundo.

Este espaldarazo ha sido bien acogido por los clubes. Muchos de ellos obtienen más de un 60% de sus ingresos por estos conceptos. Sus rentas también han mejorado por el reparto de los derechos de emisión de las competiciones europeas.

Este crecieminto se sustenta en el buen rendimiento de todas las categorías adicionales a los derechos residenciales: 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo.

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español», expresó Tebas, satisfecho, para añadir: «En un momento en que muchas ligas pierdan valor, LaLiga crece hasta su máximo histórico».

ABC

29 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 44-45
AVE: 20204 €
ÁREA: 128 CM² - 38%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



LaLiga vende por un 9 % más sus derechos de TV hasta 2032

J. ABIZANDA MADRID

LaLiga cerró ayer el proceso de comercialización de los derechos audiovisuales de la Liga de Primera división para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones. Esta cifra supone un incremento del 6 % respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales. El valor de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones en el citado periodo, lo que supone un aumento del 9 % respecto al periodo anterior. «Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español», destacó Javier Tebas, presidente de la patronal, en sus redes sociales.

Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en la Liga de Segunda división, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes.

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», celebró Tebas. «En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante», añadió.

Como en el anterior ciclo, Telefónica y Dazn se consolidan como socios para LaLiga, ya que se adjudican los lotes por cinco temporadas para la emisión de cinco partidos cada uno del campeonato de Primera división desde la temporada 2027-28 hasta la 2031-32. Movistar no tendrá jornadas en exclusiva como hasta ahora.

Según ha informado la compañía presidida por Marc Murtra a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 48
AVE: 11424 €
ÁREA: 85 CM² - 28%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: DEPORTES

29 Noviembre, 2025



DERECHOS DE TV

Las dos operadoras se imponen en la subasta del ciclo 2027-2032, con cinco encuentros cada una. Pagarán en total 1.050 millones al año, un 6% más que ahora.

Telefónica y Dazn seguirán emitiendo los partidos de Liga

SERGIO R. VIÑAS
DAVID PAGE
Madrid

Telefónica y Dazn se han adjudicado los derechos de televisión de LaLiga para el ciclo 2027/32. Como viene ocurriendo en el actual ciclo, las dos operadoras emitirán cinco partidos por jornada, aunque el organismo que preside Javier Tebas ha conseguido incrementar el precio de la operación en un 6%: de los 990 millones de euros anuales que está cobrando actualmente pasará a ingresar 1.050 durante las cinco temporadas que había puesto en el mercado.

Entre las dos operadoras pagarán un total de 5.250 millones de euros por los derechos durante esas cinco temporadas. De ellos, Telefónica pagará 2.635,36, según informó la teleco a la CNMV, lo que implica que Dazn pagará alrededor de 2.615 millones. Casi lo mismo. A diferencia de lo que ocurría hasta ahora, cuando Telefónica disponía de tres jornadas en exclusiva, los dos operadores se han adjudicado dos paquetes iguales, que reparten los grandes partidos del campeonato, incluidos los clásicos: los de la primera vuelta se verán en Dazn y los de la segunda en Movistar+.

Con total seguridad, Telefónica buscará una negociación con Dazn para seguir emitiendo todos los partidos de LaLiga a sus clientes de Movistar+, como está sucediendo en este ciclo y como anticipó su consejero delegado, Emilio Gayo, hace unas semanas: «El objetivo fundamental no es ser el dueño de todo, sino que nuestros clientes tengan acceso a todo».

Así que el coste para Telefónica no serán solo los algo más de 527 millones de euros por temporada de los derechos que se ha adjudicado, sino que tendrá que sumar lo que pague a Dazn para poder contar también con los cinco partidos que se ha quedado la plataforma. En la actualidad, la teleco española paga 280 millones al año al operador británico.

La Champions, en Movistar+

Telefónica se confirma de nuevo como el rey del fútbol en televisión en España, a pesar de los rumores insistentes desde hace tiempo sobre el pretendido desembarco en el negocio de las grandes plataformas globales como Amazon, Disney+ o Netflix. La semana pasada, la operadora comandada por Marc Murtra se aseguró el control de la emisión de la Champions en televisión cuatro años más.

El grupo resultó adjudicatario de los derechos de TV de la Champions y del resto de competiciones europeas masculinas de la UEFA entre las temporadas 2027/28 y 2030/31. El importe total que pagará la teleco española por los torneos continentales asciende a 1.464 millones de euros, a razón de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas. ■

Jordi Cotrina



Un cámara de televisión durante el Barça-Getafe de esta Liga.

El Periódico de Catalunya - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 48
AVE: 10984 €
ÁREA: 85 CM² - 28%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: ESPORTS

29 Noviembre, 2025



DRETS DE TV

Les dues operadores s'imposen en la subhasta del cicle 2027-2032, amb cinc partits cadascuna. Pagaran en total 1.050 milions a l'any, un 6% més que ara.

Telefónica i Dazn continuaran emetent els partits de la Lliga

SERGIO R. VINÑAS
DAVID PAGE
Madrid

Telefónica i Dazn s'han adjudicat els drets de televisió de la Lliga per al cicle 2027/32. Com passa en el cicle actual, totes dues operadores emetran cinc partits per jornada, tot i que l'organisme que presideix Javier Tebas ha aconseguit incrementar el preu de l'operació en un 6%: dels 990 milions d'euros anuals que cobra actualment passarà a ingressar-ne 1.050 en les cinc temporades que havia posat en el mercat.

Entre totes dues operadores pagaran un total de 5.250 milions d'euros pels drets durant aquelles cinc temporades. Telefónica en pagarà 2.635,36, segons va informar la teleco la CNMV, fet que implica que Dazn pagarà al voltant de 2.615 milions. Gairebé el mateix. A diferència del que passava fins ara, quan Telefónica disposava de tres jornades en exclusiva, tots dos operadors s'han adjudicat dos paquets iguals, que reparteixen els grans partits del campionat, inclosos els clàssics: els de la primera volta es veuran a Dazn i els de la segona, a Movistar+.

Amb total seguretat, Telefónica buscarà una negociació amb Dazn per continuar emetent tots els partits de la Lliga als seus clients de Movistar+, com passa en aquest cicle i com va anticipar el seu conseller delegat, Emilio Gayo, fa unes setmanes: «L'objectiu fonamental no és ser l'amo de tot, sinó que els nostres clients tinguin accés a tot».

Així que el cost per a Telefónica no seran només els una mica més de 527 milions d'euros per temporada dels drets que s'ha adjudicat, sinó que haurà de sumar el que pagui a Dazn per poder comptar també amb els cinc partits que s'ha quedat la plataforma. Actualment, la companyia de telecomunicacions espanyola paga 280 milions a l'any a l'operador britànic.

La Champions, a Movistar+

Telefónica es torna a confirmar com el rei del futbol a la televisió a Espanya, tot i els rumors insistents des de fa temps sobre el pretès desembarcament en el negoci de les grans plataformes globals com Amazon, Disney+ o Netflix. La setmana passada, l'operadora comandada per Marc Murtra es va assegurar el control de l'emissió de la Champions en televisió quatre anys més.

El grup va resultar adjudicatari dels drets de TV de la Champions i de la resta de competicions europees masculines de la UEFA entre les temporades 2027/28 i 2030/31. L'import total que pagarà la companyia espanyola pels tornejos continentals puja fins als 1.464 milions d'euros, a raó de 366 milions per cadascuna de les quatre temporades. ■

Jordi Cotrina



Un càmera de televisió durant el Barça-Getafe d'aquesta Lliga.

MARCA

29 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 21
AVE: 24393 €
ÁREA: 371 CM² - 59%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 57319
OTS: 950000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



Telefónica y DAZN siguen de la mano

SEGUIRÁN EMITIENDO LOS PARTIDOS DE LALIGA HASTA 2032

El nuevo acuerdo por cinco temporadas supondrá 6.135 millones, un 9% más que en el anterior ciclo • Cada plataforma emitirá cinco partidos por jornada

MANU MALAGÓN

LaLiga ha adjudicado a Telefónica y DAZN los derechos audiovisuales para emitir los partidos de LaLiga EA Sports durante las cinco temporadas que van desde la 27-28 a la 31-32. El concurso se cerró ayer al mediodía, momento en el que se abrieron en la sede del CSD los sobres con las ofertas.

Según ha podido saber MARCA, la operación se ha cerrado con un importante crecimiento y en más de 1.000 millones por temporada. En el anterior *tender*, eran 990 por cada campaña. En total son 5.250 millones de contrato (1.050 millones por temporada) por los partidos de LaLiga EA Sports a clientes residenciales, frente a los 4.950 millones del *tender* anterior.

La cifra supone un 6% de incremento respecto a esos 4.950 millones del *tender* anterior. Si se suman los 650 millones en HORECA, los 175 millones de LaLiga Hypermotion y los 60 correspondientes a derechos en abierto y resúmenes (todas las categorías suben respecto al *tender* anterior), la cifra supera los 6.135 millones, lo que supone un 9% más que el período anterior (según Telefónica han pagado un 1,4% más).

Un acuerdo histórico, ya que la nueva Champions, con más partidos, ha supuesto una competencia durísima para las ligas nacionales a la hora de vender sus derechos. Para hacerse una idea de la satisfacción de LaLiga, en el anterior *tender* se creció un 1%. LaLiga cree que el hecho de que las ofertas sean a cinco años contribuye a una mayor estabilidad a medio plazo y crea una mayor certidumbre entre los adjudicatarios para invertir en el contenido.

El crecimiento en esas categorías es de un 30% en HORECA (pasa de 500 a 650 millones de euros) y un 40% en LaLiga Hypermotion (de 125 millones a 175).

Hay que recordar que, hasta la temporada 2026-27, cuando acaba el actual *tender*, los adjudicatarios ya son Movistar, con cinco partidos por jornada más tres jornadas completas y DAZN, con otros cinco partidos por jornada. Ahora seguirá el formato de cinco y cinco, pero *quitando* la exclusividad que tenía Movistar en tres jornadas. Cada adjudicatario emitirá cinco partidos por jornada esta temporada.

Movistar Plus+ refuerza *La Casa del Fútbol* para los próximos años tras adjudicarse hace una semana los derechos de la Champions League, Europa League y Conference League.


Imagen del Clásico disputado esta temporada en el Santiago Bernabéu. ÁNGEL RIVERO

6.135
MILLONES aportará a los clubes en nuevo contrato televisivo

2032
FECHA FINAL de este nuevo contrato de LaLiga con las televisiones

> *"Es una excelente noticia para la* ***sostenibilidad de nuestros clubes****"*
> **JAVIER TEBAS** PRESIDENTE DE LALIGA

VOTO EN CONTRA DEL MADRID

La decisión fue votada por el órgano de control de televisión, del que forman parte en LaLiga EA Sports Real Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna. El Atlético felicitó a LaLiga por el acuerdo, que considera que da estabilidad y visibilidad al fútbol español, mientras que el Real Madrid votó en contra. El resto de votos fueron a favor.

El dinero por los derechos audiovisuales supone la mayor fuente de ingresos de la gran mayoría de los clubes de LaLiga, llegando en algunos casos a representar un 80% de los mismos.

SATISFACCIÓN DE TEBAS

Javier Tebas valoró con satisfacción el acuerdo. "En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros. En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante", señaló. ●

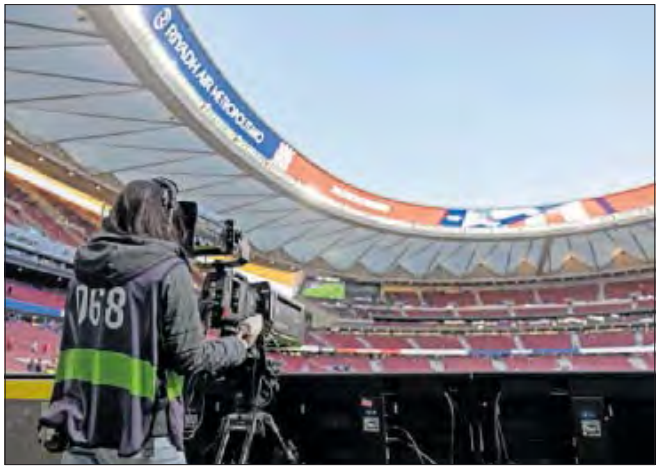
29 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 8970 €
ÁREA: 61 CM² - 23%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: REAL MADRID



LALIGA



JESUS ALVAREZ ORIHUELA / DIARIO AS

Imagen del Metropolitano antes de un partido de la Liga.

Movistar+ y DAZN se hacen con los derechos de TV

Acuerdo hasta la campaña 31-32

RUBY ARÉS / LA NOTICIA

Movistar+ y *DAZN* seguirán siendo hasta 2032 las plataformas que emitirán los partidos de Primera División. LaLiga adjudicó ayer los derechos de televisión de su principal competición por un valor de 1.050 millones de euros por temporada, logrando un incremento de los ingresos en este tender nacional.

Estos derechos salieron al mercado antes de tiempo y coincidiendo con la venta de la UEFA con el objetivo de lograr una mejor subasta. El resultado supera lo conseguido en el anterior contrato, cuando el precio se fijó en 950 millones.

Como venía siendo habitual, *Movistar+* y *DAZN* se repartirán los partidos de cada jornada. Cinco para cada uno. Ahora bien, *Movistar+,* si quiere seguir ofreciendo todo el fútbol, deberá alcanzar un nuevo acuerdo con la plataforma de OTT. Ambas se aseguran la mitad de la competición para cada una desde el curso 27-28 hasta el 31-32.

"El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 27-28/31-32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga", afirmó ayer la patronal en un comunicado.

Ingresos
La patronal recibirá 1.050 millones de euros por temporada

El Norte de Castilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
AVE: 4705 €
ÁREA: 241 CM² - 48%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11886
OTS: 90000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

29 Noviembre, 2025



Movistar+ y DAZN pagarán 5.250 millones para seguir emitiendo la Liga hasta 2032

LOCALIZADOR

La patronal vende los derechos televisivos de Primera un 6% más caros para el ciclo que se abrirá en 2027, pero sigue lejos de las cifras de la Premier

ÓSCAR BELLOT

MADRID. Movistar+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de Primera hasta 2032, después de que ambas operadoras se hayan hecho con los lotes que LaLiga sacó a concurso para las temporadas que van desde la 2027-28 hasta la 2031-32. La venta del nuevo ciclo de derechos televisivos se ha cerrado con los mismos adjudicatarios, pero con un importante incremento en el dinero que obtendrán los clubes por la emisión de los 1.900 partidos que se disputarán a lo largo de esas cinco campañas en la máxima categoría, el cual pasa de los 990 millones anuales que venían percibiendo actualmente, una cifra que se mantendrá vigente hasta el término de la temporada 2026-27, hasta los 1.050 millones que recibirán una vez entre en vigor el nuevo contrato.

Serán un total de 5.250 millones, un 6% de incremento respecto a la cantidad estipulada en el anterior ciclo (2022-27), los que Movistar+ y DAZN pagarán por la emisión de los partidos de Primera correspondientes a las cinco campañas que comprende el nuevo acuerdo, el cual consolida a ambas operadoras como socios estratégicos de la competición. A esa cifra hay que sumar 650 millones de euros en el segmento HORECA (hostelería), 175 millones por LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

A partir de la temporada 2027-28, Movistar+ emitirá cinco partidos cada jornada y DAZN ofrecerá otros cinco, manteniéndose la fórmula actual. La única novedad en este sentido es que Movistar+ ya no dispondrá de ninguna jornada en exclusiva –ahora tiene tres–, por lo que el reparto queda totalmente equilibrado. Telefónica ya ha adelantado que trabajará en mantener el pacto que tiene con DAZN para que sus clientes puedan seguir accediendo a toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la empresa que encabeza Marc Murtra hasta 2031.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior teniendo en cuenta todos los conceptos. Una avance que se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.



Vinicius trata de frenar a Lamine Yamal durante la final de la Copa del Rey que enfrentó al Real Madrid con el Barça el pasado 26 de abril. EFE

Tebas reivindica el acuerdo

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», se apresuró a señalar el presidente de LaLiga, Javier Tebas, tras cerrar un acuerdo que fue votado por el órgano de control de televisión de LaLiga EA Sports, del que forman parte Real Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna, y que contó con el único posicionamiento en contra del club que preside Florentino Pérez.

La venta de los derechos televisivos constituye la principal fuente de ingresos de los clubes españoles, por lo que ese 6% de incremento logrado por los partidos de Primera supone un importante triunfo para Tebas. Con todo, y pese al avance experimentado, la cantidad obtenida por parte de LaLiga para el ciclo 2027/28-2031/32 sigue estando muy lejos de las desorbitadas cifras que maneja la Premier League. Cabe recordar que los clubes ingleses se aseguraron 7.800 millones de euros por la venta de los derechos de televisión para las cuatro temporadas comprendidas entre 2025 y 2029, a razón de 1.950 millones por curso, aumentando con ello el poderoso músculo económico que está estirando la brecha competitiva que les separa de las otras principales competiciones domésticas del Viejo Continente.

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 64
AVE: 2275 €
ÁREA: 24 CM² - 15%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43672
OTS: 229000
SECCIÓN: GENTE

29 Noviembre, 2025



Movistar+ y DAZN pagarán 5.250 millones para seguir emitiendo la Liga hasta 2032

ÓSCAR BELLOT

MADRID. Movistar+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de Primera hasta 2032, después de que ambas operadoras se hayan hecho con los lotes que LaLiga sacó a concurso para las cinco temporadas entre 2027 y 2032. La venta se ha cerrado con los mismos adjudicatarios, pero con un importante incremento en el dinero que obtendrán los clubes por la emisión de los 1.900 partidos que se disputarán esas cinco campañas en la máxima categoría, que pasa de los 990 millones anuales actuales –cifra que se mantendrá vigente hasta el término de la temporada 2026-27–, hasta los 1.050 millones que recibirán a partir del curso 2027-28.

Serán un total de 5.250 millones, un 6% de incremento respecto a la cantidad estipulada en el anterior ciclo (2022-2027), los que Movistar+ y DAZN abonarán a LaLiga. A esa cifra hay que sumar 650 millones de euros en el segmento HORECA (hostelería), 175 millones por LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

Tebas reivindica el acuerdo

A partir de la temporada 2027-2028, Movistar+ emitirá cinco partidos cada jornada y DAZN ofrecerá otros cinco, manteniéndose la fórmula que se implementó en la campaña 2022-23. La única novedad del nuevo acuerdo en este sentido es que Movistar+ ya no dispondrá de ninguna jornada en exclusiva (actualmente tenía tres), por lo que el reparto queda totalmente equilibrado.

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante», remarcó el presidente de LaLiga, Javier Tebas. A pesar de esta mejora, los ingresos televisivos de los clubes españoles siguen estando muy lejos de las desorbitadas cifras que maneja la Premier League. Los clubes ingleses vendieron sus derechos televisivos por 7.800 millones de euros para cuatro temporadas–2025-2029–, 1.950 millones por curso.

EL PAÍS

DERECHOS DE TELEVISIÓN

Telefónica y DAZN pagan 5.250 millones por seguir emitiendo la Primera División hasta 2032, aunque con distinto reparto

LaLiga adjudica sus derechos por 6.135 millones de euros para las próximas cinco temporadas



Ramón Muñoz, Javier García Ropero Madrid - 28 NOV 2025 - 14:56 CET

LaLiga ha adjudicado este viernes por 6.135 millones de euros los derechos audiovisuales de las competiciones nacionales de fútbol que organiza desde la temporada 2027/28 a la 2031/32 para su emisión en España, lo que supone un crecimiento del 9% sobre el ciclo anterior (2022-2027).

De esa cantidad total, los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports (Primera División) para las próximas cinco temporadas han alcanzado un valor de 5.250 millones de euros, 1.050 por cada una, lo que supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros. Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarios de este lote, con cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años, como lo venían haciendo esta temporada. La duración del contrato contraviene las recomendaciones de Competencia, que en un informe reciente pedía acotarla a tres años.

Además de esta categoría principal, los derechos para bares y establecimientos públicos (segmento Horeca) ha incrementado la recaudación un 30%, desde 500 a cerca de 650 millones de euros; por su parte, LaLiga Hypermotion (Segunda División), eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, un 40% más; mientras que los derechos del partido en abierto y los resúmenes y clips de vídeo han alcanzado los 60 millones de euros. Todos estos derechos son comercializados directamente por LaLiga en régimen de no exclusividad entre distintos operadores, sin mediar un proceso de adjudicación, como sucede en el paquete residencial obtenido por Telefónica y DAZN.

Lo mismo ocurre con los derechos de emisión internacional, que se contabilizan aparte. LaLiga los comercializa a través de Mediapro, encargada de esta labor hasta la campaña 2028/2029. Estos derechos aportan alrededor de 750 millones de euros adicionales al año.

Reparto distinto entre Movistar y DAZN

Telefónica pagará 2.635,85 millones de euros, a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas, lo que supone un 1,4% de incremento sobre el anterior ciclo. No obstante, el reparto de los partidos sobre los actuales contratos cambia sustancialmente porque Movistar+, la plataforma de televisión de Telefónica, ya no dispondrá de tres jornadas en exclusiva como hasta ahora, sino que la distribución con DAZN será de igual a igual. Es decir, cada uno de los dos operadores emitirá en exclusiva la mitad de los encuentros: 190 partidos de las 38 jornadas. Además, cada operador podrá realizar la primera elección del partido más atractivo en 19 jornadas y el Clásico (Real Madrid-FC. Barcelona) lo emitirá DAZN en la primera vuelta y Telefónica el de la segunda.

Consecuentemente, al tener más ventanas de emisión, DAZN incrementa su factura hasta los 2.614,15 millones de euros, a razón de 522 millones por temporada, lo que supone un 11% más respecto a los 470 millones por temporada que paga ahora.

Pese a ese reparto, Telefónica será, por ahora, la única operadora que ofrecerá todos los partidos a sus abonados porque, como en el presente ciclo, negociará con la plataforma de streaming deportivo la reventa de los derechos sobre sus cinco partidos.

En el presente contrato, Telefónica abona a DAZN unos 280 millones de euros por temporada (1.400 millones de euros por las cinco temporadas) por ese concepto. “Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031”, ha asegurado la compañía en un hecho relevante remitido a la CNMV.

En efecto, la compañía presidida por Marc Murtra acaba de adjudicarse en exclusiva los derechos de emisión de todas las competiciones de clubes de la UEFA en España hasta el año 2031 por 1.464 millones de euros. El acuerdo permite a la operadora mantener en su parrilla la joya de la corona del contenido deportivo: la Champions League, además de la Europa League, la Conference League, la Youth League y la Supercopa de Europa. Es decir, que Telefónica se asegura la emisión para sus clientes Premium de todas las competiciones de fútbol más importantes, tanto nacionales como europeas.

A su vez, Telefónica puede revender esos derechos a MasOrange, como ha venido haciendo tradicionalmente, rebajando notablemente su factura de fútbol (Orange le paga hasta 400 millones de euros por temporada aunque este dato nunca se ha hecho público), a cambio de permitir que su máximo rival en el mercado de las telecomunicaciones también ofrezca todos los partidos de Liga y Champions a sus abonados.

Por su parte, DAZN consolida su apuesta por el mercado deportivo en España, tras adquirir en los últimos meses los derechos de la ACB, la NBA, la NFL, o garantizarse la Fórmula 1 hasta 2026. Óscar Vilda, consejero delegado de DAZN Iberia, ha destacado: “Estamos encantados de anunciar la renovación de los derechos de LaLiga en España y poder ofrecer aún más partidos en el próximo ciclo. Seguiremos trabajando junto con LaLiga para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman”.

Posición de LaLiga

Javier Tebas, presidente de LaLiga, celebró “haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior en un contexto nacional e internacional complejo”. “Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros”, expresó.

“En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado”, agregó.

A finales de 2023, la Premier League adjudicó sus derechos domésticos para cuatro temporadas a partir de la 2025-2026 por 6.700 millones de libras, unos 7.600 millones de euros al cambio actual, 1.900 al año, un acuerdo un 4% superior al anterior. En Italia, el contrato en vigor comenzó en la 2024-2025 y se extiende hasta 2028-2029 por 4.500 millones de euros, 900 al año, por debajo de los 930 del ciclo anterior. La Bundesliga, por su parte, renovó también hasta la 2028-2029 con una revalorización del 2%, a razón de 1.100 millones por temporada a partir de la actual.

LALIGA

LaLiga adjudica a Telefónica y a Dazn los derechos televisivos por 5.250 millones, un 6% más que el anterior acuerdo

La patronal que preside Javier Tebas ha adjudicado las retransmisiones de la competición doméstica para el periodo que va de la temporada 2027/28 a la 2031/2032



Pedri y Brahim pugnan por un balón en el último Clásico. Óscar del Pozo AFP

Luis Núñez-Villaveirán / Esteban Urreiztieta

Viernes, 28 noviembre 2025 - 15:29

Las penas con pan son menos. Eso pensará Javier Tebas que, tras el varapalo del frustrado partido de Miami y la denuncia al TAD, ha conseguido vender los derechos audiovisuales de LaLiga por 5.250 millones de euros a Telefónica y a Dazn para el periodo que va desde la temporada 2027/28 a la 2031/32.

LaLiga, en total, superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales. Esa cifra se alcanza con los 5.250 milllones para los derechos de LaLiga EA Sports en residencial/hogar, los 650 millones en Horeca, los 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones de derechos en abierto y resúmenes de los partidos. Un 9% más que en el periodo anterior.

Tras la apertura de los sobres en los que estaban todas las ofertas en el Consejo Superior de Deportes, el órgano de control de televisión LaLiga ha optado por las propuestas ofrecidas por empresas antes mencionadas. De los que lo conforman: Barcelona, Atlético, Real Madrid y Osasuna, sólo los blancos han votado en contra.

La institución presidida por Javier Tebas había presentado un tender de hasta 12 lotes distintos para ampliar la oferta y optimizar la venta de estos derechos audiovisuales. Lo había hecho, además, antes de lo previsto y el adelantamiento ha beneficiado la operación

La anterior venta se había producido por 4.950 millones de euros (ahora se ha aumentado en un 6%) y comprendía un periodo entre los cursos 2022/23 y el 2026/27. Se la habían adjudicado a partes iguales Movistar y Dazn. Ambas plataformas se habían comprometido a dar cinco partidos por jornada cada una y repiten fórmula para el siguiente periodo. En el caso de Telefónica, la compañía ha destacado que los 527 millones por temporada abonados, suponen un leve aumento del 1,4%, por debajo de la subida general.

En el anterior tender, los derechos rozaban los 1.000 millones de euros por temporada, 990 concretamente, y LaLiga esperaba superar esa simbólica barrera, como finalmente ha ocurrido y lo ha hecho en 50 millones por curso.

Es un paso más para acercarse a la Premier aunque, aún está muy lejos de la competición británica. El acuerdo televisivo en las islas para el periodo 2025-2029 alcanzó un valor de 7.800 millones de euros en total para cuatro temporadas. Corresponde a unos 1.950 millones por curso, un montante aún muy alejado de lo que ha conseguido LaLiga.

No cabe duda que la irrupción de Lamine Yamal y la llegada de Kylian Mbappé han sido también factores determinantes a la hora de reflejar en números la mejora deportiva de los dos clubes de fútbol más grandes del mundo.

Este espaldarazo, ha sido bien acogido por los clubes. Muchos de ellos obtienen más de un 60% de sus ingresos por estos conceptos. Sus rentas también han mejorado por el reparto de los derechos de emisión de las competiciones europeas.

Este crecimiento se sustenta, además en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LALIGA HYPERMOTION, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros Clubes y para el futuro del fútbol profesional español", ha expresado Javier Tebas tras conocerse el acuerdo.

ABC Fútbol

LaLiga vende por un 9% más sus derechos televisivos del ciclo 2027-2032 a Movistar y DAZN

El organismo que preside Javier Tebas presume de que superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales



28/11/2025

LaLiga concluyó este viernes el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor de más de 5.250 millones de euros. Esta cifra supone un incremento del 6 % respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales. El valor de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones en el citado periodo, lo que supone un aumento del 9 % respecto al periodo anterior.

«Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español», destacó Javier Tebas, presidente de la patronal, en sus redes sociales. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en la Liga de Segunda división, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, celebró «haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior en un contexto nacional e internacional complejo». «Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», expresó.



«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado», agregó.

Telefónica y DAZN, socios preferentes

Como en el anterior ciclo, Telefónica y DAZN se consolidan como socios para LaLiga, ya que se adjudican los lotes de residencial/hogar por cinco temporadas para la emisión de cinco partidos cada uno de LaLiga EA Sports desde la temporada 2027/28 hasta la 2031/32. «La adjudicación a Telefónica es de casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada (+1,4% que el año pasado)», destacaron desde la compañía.

«Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes», resaltó el comunicado de la patronal.

LaLiga agradeció a ambos operadores «su apuesta renovada como por un producto 'premium' de referencia en su catálogo, también a DAZN más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo».

«El éxito del proceso de comercialización responde a tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual; la lucha integral contra el fraude audiovisual; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones. Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo», concluyó el comunicado.

LA RAZÓN
Tecnología y consumo

Telefónica y DAZN seguirán retransmitiendo LaLiga hasta 2032: el plan es que todos los partidos se puedan seguir viendo en Movistar Plus+

Ambas compañías se han llevado cada una la mitad de partidos de LaLiga hasta 2032. El reparto es casi el mismo que en temporadas pasadas, por lo que Telefónica negociará con DAZN para poder emitir todos los partidos por Movistar Plus+



Es casi el mismo reparto que en temporadas anteriores Movistar Plus+

Pablo Hernando 28.11.2025 16:54

LaLiga volv erá a jugarse en Movistar y DAZN. Telefónica y la plataforma de streaming han revalidado los derechos de emisión de la primera división española hasta 2032. Ambas se reparten los 10 partidos de cada una de las 38 jornadas, con 5 partidos por jornada para cada una. El grupo de telecomunicaciones ha pagado 2.635,85 millones de euros por 5 temporadas de LaLiga, de la 27/28 hasta la 31/32. Por otro lado, DAZN abonó 2.614,15 millones de euros.

No obstante, Telefónica ya ha declarado su intención de emitir el 100% de partidos por Movistar Plus+, como hasta ahora, para lo que deberá negociar con DAZN, como hizo tras el último reparto.

Entonces, ¿se podrán seguir viendo todos los partidos en Movistar Plus+?

Tras hacerse con los derechos de emisión de la Champions League hasta 2031, ahora Telefónica se ha quedado con la mitad de LaLiga hasta 2032. Ha pagado 2.635,85 millones de dólares, lo que apenas supone un incremento del 1,4% respecto a la última compra de 5 temporadas, aunque ya no tiene 3 jornadas exclusivas. Son 527,15 millones de euros por cada curso, frente a los 520 millones de la última compra.

DAZN y Telefónica llevan obteniendo, cada uno, aproximadamente la mitad de partidos desde hace años. Lo que sucede es que Telefónica negocia con DAZN para conseguir los partidos que le faltan y así llevarlos todos a Movistar Plus+, aunque DAZN continúa emitiendo los suyos en su plataforma. De hecho, la propia Telefónica ya ha declarado, vía Movistar Plus+, que buscará que sus clientes puedan ver todos los encuentros.

Actualmente Movistar Plus+ emite 1 partido por jornada de LaLiga EA Sports. No obstante, los clientes de fibra y móvil de Movistar pueden añadir el paquete LaLiga (35 euros al mes), o Fútbol Total (49 euros) para ver todos.

En cuanto a Orange, la compañía no tiene los derechos de emisión, pero durante los últimos años negocia con Telefónica y DAZN para poder emitir los partidos. Queda por ver si lo sigue haciendo de 2027 en adelante.

Un asunto distinto es la emisión en restaurantes y bares, que va por otro lado. El anterior reparto es para clientes particulares, mientras que para los negocios de hostelería resulta distinto. En este caso, El Mundo indica que LaLiga ganará 650 millones vendiendo los derechos de emisión de la primera división en bares y restaurantes. A estos se sumarán otros 175 de LaLiga Hypermotion (2ª división).

En definitiva, pese a los rumores de una posible compra de los derechos de emisión de LaLiga por parte de Amazon y otras multinacionales, estos se quedan en Telefónica y DAZN. Para los clientes, no se esperan cambios, ya que la intención del grupo de telecomunicaciones es negociar con DAZN para poder emitir todos los partidos en Movistar Plus+.

LA RAZÓN
Tecnología y consumo

LA VANGUARDIA
pop

RENOVADO

Telefónica y DAZN blindan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones de euros

Cada uno de los operadores podrá ofrecer cinco partidos por jornada en este pacto que supone un 6% de incremento en el precio a pagar respecto al ciclo anterior



La Vanguardia Barcelona 28/11/2025 19:08 Actualizado a 28/11/2025 19:14

LaLiga ha definido ya el futuro de sus derechos audiovisuales en España y lo hace apostando por la continuidad. Telefónica y DAZN seguirán como socios estratégicos tras renovar su acuerdo para el ciclo que arrancará en 2027 y se prolongará hasta 2032. Un pacto que se ha forjado por valor de 5.250 millones de euros.

La decisión garantiza estabilidad en la explotación televisiva del campeonato durante cinco temporadas más, un periodo en el que el organismo confía en reforzar su liderazgo en audiencia. Tras finalizar esta etapa, será cuando vuelva a abrirse el proceso de comercialización y el fútbol español quede de nuevo expuesto a una posible reconfiguración o a una nueva renovación millonaria.

Después de reuniones prolongadas en el tiempo, el contrato queda fijado en 5.250 millones por la Primera División, lo que supone un aumento del 6% respecto a la anterior adjudicación, valorada en 4.950 millones. Un cambio importante a niveles económicos que ponen sobre la mesa la dureza de las negociaciones.

Tal y como ha señalado Telefónica en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), su acuerdo se basa en 2.636 millones de euros. Esto supone que por cada una de las temporadas, la compañía está dispuesta a pagar 520 millones. Por otro lado, el importe de DAZN asciende a 2.614 millones.



Alejandro Balde y Kylian Mbappe Bernat Armangue / Ap-LaPresse

Pero el valor total de esta adjudicación se sitúa en 6.135 millones de euros, teniendo en cuenta la totalidad de los derechos audiovisuales domésticos. Suponiendo, en total, un incremento del 9% respecto al ciclo anterior.

La estrategia de LaLiga la sitúa en uno de sus mejores momentos

LaLiga ha podido incrementar su valor por el incremento de demanda por parte de la audiencia y por la estrategia que ha llevado a lo largo de los últimos años para lograr ganar más interés. Asimismo, la mejora audiovisual de las emisiones de los partidos también es uno de sus principales atractivos. Algo que, a su vez, puede incrementar gracias a las ganancias económicas que genera, tanto con concesiones como con los propios espectadores.

elPeriódico

FÚTBOL

Telefónica y Dazn seguirán compartiendo los derechos de TV de LaLiga hasta 2032 por 1.050 millones al año

La patronal de los clubes del fútbol español consigue elevar el precio de la subasta un 6% con respecto a los contratos actuales e ingresará 5.250 millones por cinco temporadas

Las dos operadoras audiovisuales se reparten los derechos a partes iguales, cinco partidos cada uno por jornada. Movistar+ negociará para poder ofrecer todos los partidos como hasta ahora



Julián Álvarez en el último partido de LaLiga entre el Atlético de Madrid y el Real Madrid (con victoria 5-2 para los rojiblancos). / AFP7 vía Europa Press

Sergio R. Viñas | **David Page** Madrid 28 NOV 2025 14:46

Telefónica y Dazn se han adjudicado los derechos de TV de LaLiga para el ciclo 2027/32. Como viene ocurriendo en el actual ciclo, las dos operadoras emitirán cinco partidos por jornada, aunque el organismo que preside Javier Tebas ha conseguido incrementar el precio: de los 990 millones de euros anuales que está cobrando actualmente pasará a ingresar 1.050 durante las cinco temporadas que había puesto en el mercado.

Entre las dos operadoras pagarán un total de 5.250 millones de euros por los derechos durante esas cinco temporadas. De ellos, Telefónica pagará 2.635,36, según ha informado la teleco a la CNMV, lo que implica que Dazn pagará alrededor de 2.615 millones. Casi lo mismo. A diferencia de lo que ocurría hasta ahora, cuando Telefónica disponía de tres jornadas en exclusiva, los dos operadores se han adjudicado dos paquetes iguales, que reparten los grandes partidos del campeonato, incluidos los clásicos: los de la primera vuelta se verán en Dazn y los de la segunda en Movistar+.



Previsible acuerdo Telefónica-Dazn

Con total seguridad, Telefónica buscará una negociación con Dazn para seguir emitiendo todos los partidos de LaLiga a sus clientes de Movistar+, como está sucediendo en el ciclo actual y como anticipó su consejero delegado, Emilio Gayo, hace unas semanas: "El objetivo fundamental no es ser el dueño de todo, sino que nuestros clientes tengan acceso a todo".

Así que el coste para Telefónica no serán solo los algo más de 527 millones de euros por temporada de los derechos que se ha adjudicado, sino que tendrá que sumar lo que pague a Dazn para poder contar también con los cinco partidos que se ha quedado la plataforma. En la actualidad, la teleco española paga 280 millones al año al operador británico.

Telefónica se confirma de nuevo como el rey del fútbol en TV en España, a pesar de los rumores insistentes desde hace tiempo sobre el pretendido desembarco en el negocio de las grandes plataformas globales como Amazon, Disney+ o Netflix. La semana pasada, la operadora comandada por Marc Murtra se aseguró el control de la emisión de la Champions en televisión cuatro años más. El grupo resultó adjudicatario de los derechos de TV de la Champions y del resto de competiciones europeas masculinas de la UEFA entre las temporadas 2027/28 y 2030/31. El importe total que pagará la teleco española por los torneos continentales asciende a 1.464 millones de euros, a razón de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas.

Una "excelente noticia"

LaLiga destaca que ingresará un 6% más que el ciclo actual por los derechos de los partidos de Primera División en el mercado residencial, un gran éxito dada la competencia creciente de la Champions y los síntomas de agotamiento del mercado en los últimos tiempos. Las cuentas del organismo que preside Javier Tebas elevan la facturación total en el ciclo 2027/32 hasta los 6.135 millones: "5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports (Primera División) en residencial/hogar , 650 millones en HORECA (bares), 175 millones de LaLiga Hypermotion (Segunda División) y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes". Salvo el primer dato, el resto son estimaciones que hace la patronal, dado que no ha sacado esos paquetes a subasta todavía.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.1 35 millones de euros", apunta Tebas, en declaraciones difundidas por LaLiga.

Expansión

Deporte y Negocio

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

ESTELA S. MAZO 28 NOV. 2025 - 14:43



En conjunto, LaLiga superará los 6.135 millones en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo que abarca desde la temporada 2027/28 hasta la 2031/32, lo que supone un incremento del 9%. Los 5.250 millones de LaLiga EA Sports se suman a los 650 millones en el canal Horeca, los 175 millones de LaLiga Hypermotion y los 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

LaLiga no cambia de canal. Telefónica y DAZN vuelven a adjudicarse los derechos de emisión de todos los partidos de LaLiga EA Sports (Primera División) para el mercado residencial en modalidad de pago desde la temporada 2027-2028 hasta la 2031-2032, despejando así los rumores que apuntaban a la posible entrada de plataformas como Amazon u otros grandes operadores internacionales.

En total, el coste de la operación asciende a 5.250 millones de euros, esto es, 1.050 millones por temporada. El importe supone un incremento del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones (990 millones por campaña).

Con esta adjudicación, LaLiga superará en total los 6.135 millones en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, un 9% más. Los 5.250 millones de LaLiga EA Sports se suman al segmento Horeca (que mejora un 30% al pasar de 500 a 650 millones), a LaLiga Hypermotion (se eleva un 40%, de 125 a 175 millones) y a los más de 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

Reparto de Telefónica y DAZN

Ambas plataformas renuevan así como socios de LaLiga, aunque con una diferencia: en el próximo ciclo, Telefónica no tendrá tres jornadas en exclusiva, por lo que el reparto de partidos con DAZN es a partes iguales: cada una emitirá en exclusiva la mitad de los encuentros, esto es, 190 partidos de las 38 jornadas. Asimismo, se turnarán la primera elección en 19 jornadas de cada temporada. El Clásico en la primera vuelta será para DAZN y en la segunda, para Telefónica.

Al compás de esa distribución, el reparto de costes también será prácticamente similar entre ambos, si bien está afectado por el cambio en los partidos. Telefónica, según comunicó a la CNMV, paga un "importe total de 2.635,85 millones, a razón de un precio medio de 527,17 millones para cada una de las temporadas", lo que supone un aumento de precio del 1,4%. La plataforma de streaming, por su parte, abona 2.614,15 millones en total y 522,83 millones por campaña, un 11% más.

A partir de ahora, Telefónica negociará con DAZN para poder emitir también sus encuentros y volver a ofrecer LaLiga al completo.En el ciclo actual, abona 280 millones por temporada para retransmitir todo el torneo. Refuerza así su objetivo de ser "la casa del fútbol", el recurso más poderoso para captar y mantener a los clientes de mayor valor dentro del mercado español. La operadora se hizo la semana pasada con los derechos de la Champions, Europa League, Conference League, Youth League y Supercopa, para la temporada 2027-2028, y las tres siguientes (2028-29, 2029-30 y 2030-31). El precio total de la adjudicación, considerada como la joya del fútbol, ascendió a 1.464 millones de euros, a razón de 366 millones por cada una de las temporadas, elevando así las cifras del ciclo anterior, con 960 millones, lo que suponía una media de 320 millones por cada temporada.

Estrategia

Con estas cifras, parece que ha vuelto a dar resultado la estrategia de LaLiga de trocear los lotes de los partidos (han sido 12) para optimizar los ingresos y de lanzar el tender con mucho tiempo de antelación, con lo que se ha solapado con la venta de los derechos para la Champions de la UEFA y la EFC para el periodo 2027-2033.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros Clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros", apunta Javier Tebas, presidente de LaLiga. "En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante".

elEconomista.es

Medios - Comunicación

Telefónica y DAZN vuelve a adjudicarse los derechos de emisión de La Liga de fútbol por 5.250 millones

- *Movistar+ se asegura la primera elección de los partidos de Primera División y el segundo 'Clásico'*
- *La competición aumenta un 6% su valor superando los 5.250 millones, a contracorriente del resto de Europa*



Víctor de Elena 28/11/2025 - 15:08

LaLiga ha dado por cerrado este viernes el nuevo ciclo de comercialización de los derechos audiovisuales domésticos para las cinco temporadas comprendidas en el periodo 2027/28-2031/32 y lo hace consolidando el modelo actual: Telefónica y Dazn seguirán siendo los dos operadores que seguirán repartiéndose la emisión de los partidos de la Primera División del fútbol en España. El acuerdo, que prolonga la estructura implantada desde 2022, garantiza que ambos mantendrán cinco encuentros por jornada de LaLiga EA Sports y permite a Movistar Plus+ asegurar que sus clientes continúen accediendo al 100% de los partidos mediante los acuerdos de distribución cruzada.

Movistar+ (Telefónica) ha resultado adjudicataria provisional del lote D.1, que incluye cinco partidos en exclusiva por jornada y la primera elección en 19 jornadas cada temporada, entre ellas el "Clásico" entre el FC Barcelona y el Real Madrid de la segunda vuelta. La compañía abonará 2.635,85 millones de euros por las cinco temporadas, lo que supone un precio medio anual de 527,17 millones. La asignación está pendiente de la firma del contrato definitivo, para lo que se ha fijado un plazo máximo de 30 días hábiles.

El operador subraya que la adjudicación permitirá mantener la oferta íntegra de LaLiga dentro de Movistar Plus+, un elemento central en su estrategia audiovisual. Esta misma semana, Telefónica se aseguró los derechos de las competiciones europeas hasta 2031, tras abonar 1.464 millones de euros para los próximos cuatro años. Seguirá emitiendo, por tanto, la Champions League, Europa League y Conference League, principales competiciones del fútbol continental.

Por su parte, la operadora británica Dazn ha renovado por un importe similar el lote equivalente para la emisión de otros cinco partidos por jornada, reforzando su posición como socio estratégico de la competición del importe a abonar. La plataforma mantendrá su propuesta de retransmisiones en directo y su modelo OTT, que LaLiga destaca como uno de los pilares en la ampliación de audiencias y en la adaptación a los nuevos hábitos de consumo.

Única liga por la que las teles pagan más

En conjunto, el valor de los derechos residenciales/hogar para este ciclo supera los 5.250 millones de euros, un 6% más que en el periodo 2022-2027, siendo la única de las cinco grandes ligas europeas que ha conseguido renovar sus derechos televisivos por un importe superior al precedente. Javier Tebas, presidente de LaLiga, ha destacado que el valor de la competición siga aumentando "en un momento en el que muchas ligas están perdiendo atractivo".

Si se incluyen el resto de categorías comerciales, los ingresos domésticos de LaLiga ascenderán a 6.135 millones de euros, lo que supone un incremento del 9%. El avance se debe, según la patronal, al crecimiento de todos los segmentos adicionales: el mercado Horeca (bares) aumenta un 30%, pasando de 500 a cerca de 650 millones; el pago por la Segunda División (LaLiga Hypermotion) sube un 40%, hasta alrededor de 175 millones, gracias a los nuevos acuerdos con plataformas digitales; y los derechos en abierto, resúmenes y clips superan los 60 millones.

Tebas considera que el resultado del proceso confirma la solidez del modelo en un contexto internacional complejo. "Asegurar un crecimiento del 9% y superar los 6.135 millones de euros es una excelente noticia para la

sostenibilidad económica de los clubes y para el futuro del fútbol profesional español", afirma, y atribuye ese desempeño a la mejora del producto audiovisual y al compromiso de los clubes en la calidad de las retransmisiones.

LaLiga sostiene que el marco a cinco años ofrece estabilidad a los operadores y refuerza la capacidad de planificación de los clubes. También subraya el papel de Telefónica y Dazn como socios "de alto valor", tanto por la cobertura y la calidad de la programación como por su contribución al crecimiento de audiencias en las últimas temporadas.

Para asegurar una buena comercialización, LaLiga ha destacado la anticipación del concurso para evitar el impacto del nuevo calendario de la UEFA en otras ligas europeas. Mantiene, por tanto, intacta la estructura audiovisual que ha puesto en marcha en la presente década y que asegurará que el fútbol siga moviendo el mercado audiovisual de pago en España.

LALIGA

Movistar+ y DAZN se hacen con los derechos de TV de LaLiga hasta 2032

LaLiga adjudica por 1.050 millones de euros por temporada los partidos de Primera. Logra aumentar el valor de la máxima categoría en 60 millones por campaña.



Movistar+ y DAZN se hacen con los derechos de TV de LaLiga hasta 2032

Ruby Arés Actualizado a 28 de noviembre de 2025 14:48 CET

Movistar+ y DAZN seguirán siendo hasta 2032 las plataformas que emitirán los partidos de Primera División. LaLiga ha adjudicado este viernes los derechos de televisión de su principal competición por un valor de 1.050 millones de euros por temporada, logrando un incremento de los ingresos en este tender nacional.

Javier Tebas logra su objetivo, aumentar el valor de los derechos de televisión de LaLiga hasta 2032. Había salido al mercado antes de tiempo y coincidiendo con la venta de la UEFA con el objetivo de lograr una mejor subasta. Según fuentes de la patronal, Movistar+ y DAZN se han hecho con los derechos de TV hasta 2032 por 1.050 millones de euros por temporada. Un resultado mejor que el conseguido en el anterior tender, cuando el precio se fijó en 950.



Como venía siendo habitual, Movistar+ y DAZN se repartirán los partidos de cada jornada. Cinco para cada uno y para ello han incrementado en un 1,4% el precio que pagaron en el ciclo anterior. Ahora bien, Movistar+ si quiere seguir ofreciendo todo el fútbol, deberá alcanzar un nuevo acuerdo con la plataforma de OTT. Ambas se aseguran la mitad de la competición para cada una en el ciclo 2027-28 hasta el 2031-32.

"El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga", afirma la patronal en un comunicado.

Por otro lado, Javier Tebas señaló: "En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros". Y añade: "En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado".

MARCA

LaLiga EA Sports

DAZN amplía su acuerdo con LALIGA y emitirá 190 partidos por temporada hasta 2032

La plataforma refuerza su apuesta por el mercado español con cinco encuentros exclusivos por jornada



NACHO LABARGA 28/11/2025 - 14:48CET

DAZN, la plataforma global de referencia en entretenimiento deportivo, ha confirmado la ampliación de su acuerdo audiovisual con LALIGA EA SPORTS para el próximo ciclo de derechos, que abarcará cinco campañas completas a partir de 2027/28.

El nuevo compromiso garantiza que la compañía emitirá en exclusiva 190 encuentros por curso —cinco por cada una de las 38 jornadas— entre 2027 y 2032, un movimiento que refuerza su presencia en el mercado español y consolida su apuesta estratégica por el fútbol nacional.

Óscar Vilda, consejero delegado de DAZN Iberia, celebró el acuerdo con un mensaje claro: “Es una magnífica noticia poder renovar nuestra alianza con LALIGA y sumar todavía más partidos en el próximo periodo. Nuestro objetivo sigue siendo ofrecer a los aficionados un entorno accesible, flexible e innovador, para que disfruten de su competición favorita como nunca”.

Este paso confirma a DAZN como uno de los grandes actores del ecosistema deportivo en España, garantizando una cobertura premium del campeonato y complementando su catálogo con otras competiciones de alto nivel.

Además de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYPERMOTION, la plataforma seguirá ofreciendo la Premier League, la Serie A, la Bundesliga y una propuesta multideportiva que incluye Fórmula 1, MotoGP (junto a Moto2 y Moto3), las competiciones acb (Liga Endesa, Copa del Rey y Supercopa Endesa), NBA, NFL, NASCAR y veladas de boxeo y MMA de las promotoras más relevantes del planeta.

HASTA 2032

LaLiga saca pecho tras vender los derechos de TV por 6.135 millones, un 9% más, a Telefónica y Dazn

La adjudicación para el periodo 2027 - 2032 consolida el reparto de partidos entre las dos plataformas, ahora a partes iguales, tras una negociación "en un contexto nacional e internacional complejo"



Camavinga corre junto a Pedri, en un instante del clásico. / VALENTÍ ENRICH

Denís Iglesias 28 NOV 2025 15:45

LaLiga ha concluido el proceso de venta de los derechos de TV para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros para LaLiga EASports (Primera). Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales. De este modo, de los 990 millones de euros anuales que LaLiga percibía por temporada, el valor, tras esta nueva adjudicación, aumentará a 1.050.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga (con Primera y Segunda División) ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo anunciado, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. "Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento Horeca (hostelería), que pasa de 500 a cerca de 650

millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion (Segunda), que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo", según informa la patronal.



De este modo, LaLiga asegura "consolidar la trayectoria de sostenibilidad" y expansión del modelo de comercialización de las competiciones profesionales. En palabras de su presidente, Javier Tebas, "en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español".

Telefónica y Dazn, a partes iguales

El resultado de esta venta de derechos consolida la dicotomía entre Telefónica (Movistar) y DAZN, a los que LaLiga considera "socios estratégicos de alto valor gracias a su cobertura y programación de máxima calidad, que han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas". La competición, consciente de que los derechos televisivos son una partida fundamental para los presupuestos de los equipos españoles, pone énfasis en el comunicado en el periodo de cinco años. Entre las dos operadoras pagarán un total de 5.250 millones casi a partes iguales y se pone fin a la exclusividad de Telefónica de tres jornadas.

"Aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los Clubes. LaLiga les agradece a ambos operadores su apuesta renovada como por un producto premium de referencia en su catálogo, también a DAZN más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo", incide la nota oficial, teniendo en cuenta cómo el operador internacional juega como 'partner' de otras competiciones a nivel a global.

Para LaLiga, el "éxito del proceso de comercialización" responde a una estrategia sostenida en tres pilares: "la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones".

La comparativa con la Premier y el 'top 5' europeo

En un contexto comparativo, la Premier League vendió en diciembre de 2023 sus derechos de televisión por 7.800 millones para el periodo que comprende entre 2025 y 2029, lo que en su día supuso 2.000 millones más con respecto a los 6.700 que había negociado para el trienio 2022-2025 que ha terminado este año. Dos meses antes, la Serie A aceptaba la oferta de Dazn y Sky Italia por sus derechos a razón de 900 millones de euros por temporada hasta la temporada 2028/2029 (4.420 al cambio actual), que suponían un 3% menos.

El año pasado, por estas mismas fechas, Sky y Dazn se hacían con los derechos de la Bundesliga por 4.484 millones para el ciclo 2025-2029, que suponían una mejora del 2%. Por su parte, la Ligue 1 francesa sufrió un duro varapalo tras la salida de Mediapro, que había llegado a poner sobre la mesa 1.153 millones de euros anuales antes de la pandemia. La crisis obligó a la competición a lanzar una OTT propia que ha reducido, en tiempos de circunstancias, la cantidad a 142 millones anuales.

SPORT ÚLTIMA HORA BARÇA REAL MADRID FÚTBOL MOTOR +DEPORTES

MUNDODEPORTIVO

FÚTBOL

LaLiga adjudica a Telefónica y DAZN los derechos de LaLiga para el ciclo 2027-2032

• Por este nuevo proceso adquirirá LaLiga un total de 5250 millones de euros. Esto supone un incremento de un 6% respecto al ciclo actual que concluye a final de la temporada pasada



Ramón Fuentes 28/11/2025 18:11 CET

LaLiga ha concluido este viernes el proceso de comercialización de los derechos audiovisuales en España para el ciclo desde la temporada 2027-2028 hasta la 2031-2032 alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior que concluye al final de la próxima temporada y que se situaba en 4.950 millones de euros. Acuerdo renovado con Telefónica y DAZN con la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de Liga, según ha comunicado la misma, ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28 - 2031/32 , lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en la Segunda División que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo.

Telefónica y DAZN se consolidan de nuevo como socios estratégicos de alto valor para LaLiga. Además, esta nueva adjudicación a cinco años aporta para LaLiga estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes. La adjudicación a Telefónica es de casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada (+1,4% que el año pasado).

Para LaLiga el éxito del proceso de comercialización responde a una estrategia sostenida en tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones. La patronal considera que combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo.



LaLiga se asegura 5.250 millones por TV en España entre 2027 y 2032 con Telefónica y DAZN

La competición logra una revalorización del 6%, acelerando el ritmo de crecimiento tras el ligero estancamiento en el ciclo actual. Movistar Plus+ se queda con 5 partidos por jornada, mientras que la OTT británica crece y asegura otros 5 partidos.



2Playbook 28 de noviembre de 2025

LaLiga salva uno de los matchballs más importantes a los que se enfrentaba en el medio plazo. La competición decidió adelantar varios meses el tender de los derechos de televisión en España, y la jugada le ha salido bien. Movistar Plus+ y DAZN pagarán 1.050 millones de euros anuales a partir de 2027-2028, para un total de 5.250 millones de euros entre las cinco temporadas que van hasta 2031-2032. Esto supone una mejora interanual del 6% respecto al anterior ciclo, en el que apenas se logró una subida del 1%.

Telefónica ha comunicado que abonará una media de 527,17 millones de euros por temporada (2.635 millones en total), lo que supondría una subida de entre el 1% y el 2% respecto al anterior ciclo.

Su competidor, por lo tanto, se entiende que pagará una media de 522,83 millones, frente a los 470 millones que aproximadamente pagaba, para completar los 1.050 millones comunicados por LaLiga.

La razón de esta subida por parte de DAZN es que el gran cambio en el próximo ciclo es que Telefónica renuncia a tres jornadas en exclusiva como hasta ahora. Y es que cada una de las compañías mantendrá cinco partidos en exclusiva, incluido uno de los dos El Clásico (el primero la ida y el segundo la vuelta) y la opción de elegir el primer partido en 13 jornadas.

Se desconoce si, a partir de aquí, la televisión de pago sublicenciará el lote de la OTT británica para poder ofrecer todo el fútbol español a sus clientes. Ahora bien, en su comunicado ya avanza que "dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas"

Este es uno de los tres escenarios principales que dibujaba Javier Tebas con el concurso, en el principalmente se buscaba fomentar una disputa entre dos operadores con esa división de 9+1, 7+3 o 5+5; este último es el formato que ha funcionado en el ciclo vigente y el que continuará, si bien con Telefónica emitiendo todos los partidos a través de un acuerdo de sublicencia con la OTT británica.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros Clubes y para el futuro del fútbol profesional español", ha señalado Tebas. "En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería".

"Seguiremos trabajando junto con LALIGA para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman", ha comentado Óscar Vilda, CEO de DAZN Iberia y cuya oferta explica en buena parte la revalorización que se ha producido en este ciclo.

LaLiga ha querido poner en valor el trabajo de los dos broadcasters, destacando que "su cobertura y programación de máxima calidad han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas. Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos".

Segunda División, horeca e internacional

Más allá de la Primera División, LaLiga factura también por la televisión de LaLiga Hypermotion, el fútbol en abierto, los resúmenes y el canal horeca. En total, la organización presidida por Javier Tebas calcula que en España ya tiene garantizados un total de 6.135 millones de euros para todo el próximo ciclo. Eso da unos 1.225 millones por temporada, lo que supondría una revalorización del 9% respecto al actual ciclo si se cumplen sus objetivos para los próximos tenders.

La competición espera una revalorización del 40% para LaLiga Hypermotion, pasando de 25 millones 35 millones de euros anuales entre el ciclo 2022-2027 y el 2027-2032, mientras que LaLiga Bares pasaría de 100 millones a 130 millones de euros por campaña. A eso se sumarían los 1.050 millones que ya se ha asegurado.

Estos datos acercarían a la competición al objetivo de los 2.000 millones de euros en ingresos audiovisuales a nivel global. Si se incluye la venta de derechos en el extranjero, la gestora ingresó 1.857,4 millones de euros en 2023-2024, un 1,8% más interanual.

En esta mejora fue clave la venta internacional, que creció a un mayor ritmo (3,5%) y ya rozaba los 745 millones de euros hace dos temporadas. En este pool de socios del extranjero destaca ESPN, que tiene la exclusiva de LaLiga en Estados Unidos con un contrato de 175 millones de dólares (151 millones de euros) anuales, para un total de 1.400 millones de dólares (1.211 millones de euros) en el ciclo 2021-2029. El contrato incluye los partidos en inglés y en español. ESPN es propiedad de Disney, que está acelerando su apuesta por los derechos deportivos para su OTT. Un ejemplo, Disney+, que emitirá el partido del sábado por la noche en Reino Unido hasta 2028.

En cuanto a LaLiga Hypermotion, la gestora del fútbol profesional español trabaja desde la temporada pasada con un modelo de distribución en no exclusiva que permite a telecos, OTTs y diferentes servicios de entretenimiento a incluir en su oferta el canal lineal de la categoría con todos los partidos. Actualmente, la categoría tiene una treintena de ventanas audiovisuales, incluyendo DAZN, Movistar Plus+, GOL, TEN, Prime Video, Digi y algunas televisiones autonómicas (Canal Sur, Aragón TV, Radio Televisión Canaria y TVG).

Por su parte, el canal horeca, dirigido a bares, restaurantes y demás establecimientos públicos, lo comercializa la propia competición desde 2022-2023. "Desde entonces, viene generando unos ingresos brutos mayores a los obtenidos en ejercicios anteriores en su comercialización en exclusiva", aseguró LaLiga en sus últimas cuentas públicas, de 2023-2024, cuando facturó 90 millones por esta vía. Un servicio que, eso sí, tiene unos costes asociados de 25,9 millones.

El negocio de la TV en el resto del 'Big-5'

¿Y cómo se sitúa el nuevo contrato de LaLiga en comparación con las otras grandes ligas europeas? El conocido como Big-5, en el que, además de la competición española, se incluyen la Premier League, la Bundesliga, la Serie A y la Ligue 1, el caminar del negocio audiovisual es muy dispar.

En lo más alto aparece la liga inglesa, escapada del resto desde hace décadas. En su caso, el recién iniciado ciclo 2025-2029 le reportará 1.676 millones de libras (1.915 millones de euros) anuales. La Premier se ve en dos canales, Sky y TNT Sports (Discovery), mientras que la BBC emite los resúmenes y mantiene su icónico programa Match of the Day. Para lograr una revalorización del 4%, el contrato pasó de tres a cuatro años y ha sumado 70 partidos más por temporada. Por lo tanto, esto reduciría en un 25% el valor teórico por retransmisión.

Por su parte, en la Bundesliga, la liga más próxima a la española en términos de negocio, la revalorización con sus derechos nacionales fue del 2%, hasta 1.121 millones por temporada. Sus socios audiovisuales son Sky y DAZN por segundo ciclo consecutivo. Entre 2025 y 2029, ambas plataformas se repartirán los derechos, si bien ambos querían hacerse con la exclusividad de la liga, que, por primera vez, se abría al comprador único.

Aunque muy diferentes en su gestión y fútbol, la Bundesliga y la Serie A comparten televisión. En el calcio, la máxima categoría también se ve en Sky y DAZN, aunque el valor de los derechos es menor: 900 millones de euros anuales. Los clubes italianos cobrarán menor en este ciclo, de cinco años, y que se extenderán hasta 2028-2029. La Serie A confía en llegar a los 1.000 millones en el último año del contrato gracias a los variables por suscriptores. Y es que DAZN emite los diez partidos –siete en exclusiva–, a cambio de 700 millones. Por ahora, el contrato sufre un ajuste del 3% respecto al anterior ciclo, y del 17% respecto a los 1.050 millones que buscaba la liga en el mercado.

Finalmente, mención aparte merece la Ligue 1. Con diferencia, la liga francesa es la más inestable del Big-5. Una crisis galopante que tiene relación directa con la televisión. Desde que Mediapro rescindiera su contrato anticipante en pandemia, por la negativa de la LFP a renegociar un acuerdo de récord –830 millones de euros por temporada–, el valor de sus derechos no han dejado de caer. Ya la temporada pasada firmó sobre la campana un contrato de 500 millones, un 40% inferior, con DAZN y beIN Sports, que emite un partido en exclusiva. La OTT sólo ha durado un año y el grupo catarí, que comparte presidente con el Paris Saint-Germain (PSG), amenaza con dejar el contrato si no recibe mayor libertad de elección de sus partidos.

El motivo, en parte, es que Ligue 1 tiene hoy un alto interés en sumar suscriptores para su innovadora OTT propia, lanzada tras no conseguir ofertas para una competición dependiente de tres clubes: PSG, Olympique de Marsella y Olympique de Lyon. La Ligue 1+ alcanzó el millón de abonados ya el primer mes de vida, y distribuye partidos con telecos y plataformas –incluyendo DAZN–. Ha ganado visibilidad, pero repartirá apenas 5 millones de euros esta temporada a muchos clubes de la categoría, con lo que ello implica en sus presupuestos.

MEDIA

Dazn renueva los derechos audiovisuales de LaLiga EA Sports hasta 2031-2032 por 5.250 millones

La operación consolida la apuesta de la OTT por el fútbol español, un activo clave para su negocio en el país. La compañía ya era uno de los actores centrales y con esto prolongará ahora su rol como socio estratégico de LaLiga.



Dazn reivindica que la diversificación multiplica su capacidad de atraer y retener abonados.

Palco23
28 nov 2025 - 14:53

Dazn blindará su presencia en el mercado audiovisual deportivo. La plataforma *over-the-top* (OTT) ha renovado los derechos de emisión de LaLiga EA Sports hasta la temporada 2031-2032. El acuerdo, con una inversión de 5.250 millones de euros, garantiza a la plataforma la emisión en exclusiva de cinco partidos por jornada durante el ciclo 2027-2032, lo que supone un total de 190 encuentros por temporada.

La operación consolida la apuesta de la OTT por el fútbol español, un activo clave para su negocio en el país. La compañía ya era uno de los actores centrales del actual ciclo audiovisual y prolongará ahora su rol como socio estratégico de LaLiga, reforzando su posición en un mercado donde la competencia por los derechos premium sigue siendo intensa.

Óscar Vilda, consejero delegado de Dazn Iberia, celebró la renovación y subrayó que permitirá ofrecer “una experiencia accesible, flexible e innovadora” a los aficionados. El directivo remarcó el valor de ampliar su oferta de partidos del principal campeonato nacional de fútbol, uno de los pilares de la plataforma en España.

> **Dazn reivindica que la diversificación multiplica su capacidad de atraer y retener abonados**

https://palco23.mundodeportivo.com/media/dazn-renueva-los-derechos-audiovisuales-de-laliga-ea-sports-hasta-2031-2032-por-5250-millones

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Además del fútbol doméstico, Dazn continuará explotando un amplio porfolio de competiciones internacionales. Entre ellas, la Premier League, la Serie A y la Bundesliga, que seguirán reforzando su catálogo futbolístico. Esta combinación convierte a la plataforma en uno de los destinos más completos para los aficionados al fútbol en Europa, según destaca la compañía en el comunicado.

El acuerdo también encaja en la estrategia global de la OTT, que mantiene un fuerte posicionamiento en deportes de motor, con derechos exclusivos de Fórmula 1, MotoGP, Moto2 y Moto3, y en otros deportes de referencia como la National Basketball Association (NBA), la National Football League (FNL), la ACB, NASCAR o las principales veladas internacionales de boxeo y MMA. La empresa reivindica que “esta diversificación multiplica su capacidad de atraer y retener abonados en un entorno cada vez más competitivo”.

Con este movimiento, Dazn sigue construyendo su propuesta de plataforma integral de entretenimiento deportivo, que combina derechos, tecnología y servicios adicionales . La compañía busca que los usuarios puedan consumir deporte, informarse, apostar, socializar o comprar entradas y *merchandising* desde un único entorno digital, un modelo con el que aspira a incrementar su relevancia y su negocio en los próximos años.

https://palco23.mundodeportivo.com/media/dazn-renueva-los-derechos-audiovisuales-de-laliga-ea-sports-hasta-2031-2032-por-5250-millones

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

EUROPA PRESS

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

La adjudicación a la teleco asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada (+1,4%)



MADRID, 28 NOV 2025 (EUROPA PRESS)

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de los derechos de emisión de la LaLiga hasta 2032 por un importe conjunto de 5.250 millones de euros.

Según ha informado la teleco presidida por Marc Murtra a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior.

Por su parte, el importe de la adjudicación para la emisión de LaLiga a DAZN se ha cerrado por un importe de unos 2.614 millones de euros.

"LaLiga ha concluido hoy con éxito el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de 'LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales", ha detallado por su parte LaLiga.

En concreto, Telefónica podrá seleccionar en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' de la segunda vuelta.

"La adjudicación comprende las temporadas 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030, 2030/2031 y 2031/32. La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas", ha detallado la operadora a través de la CNMV.

No obstante, la adjudicación está supeditada a la firma del correspondiente contrato entre Telefónica y LaLiga, lo cual se producirá en los próximos 30 días.

"Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031", ha añadido la empresa en el comunicado remitido a la CNMV.

En ese sentido, la semana pasada se dio a conocer que Telefónica se aseguró en exclusiva los derechos audiovisuales para emitir en España todas las competiciones de la UEFA --Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa-- entre 2027 y 2031 por un total de 1.464 millones de euros.

IMPORTES ADICIONALES PARA LALIGA

No obstante, el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el mencionado periodo, lo que supone un crecimiento interanual del 9%.

"Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento 'horeca' (hoteles, restaurantes y cafeterías), que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion (la segunda división), que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo", ha destacado la entidad presidida por Javier Tebas.

En ese sentido, la LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor" por su cobertura y programación de "máxima calidad", algo que, a su juicio, ha impulsado las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas.

"Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes", ha ahondado.

EFE:



Telefónica y Dazn renuevan y ofrecerán los partidos de LaLiga, cuyos ingresos audiovisuales sumarán 6.135 millones

28 noviembre 2025Madrid (EFE).- LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovis uales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, tras la adjudicación este viernes a Telefónica y DAZN de los lotes de residencial/hogar por 5 temporadas, para la emisión de 5 partidos cada uno de LaLiga EA Sports.

Según confirmó LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior y corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports, 650 millones en HORECA , 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones por derechos en abierto y resúmenes.

LaLiga aseguró que el proceso iniciado el pasado día 7 ha concluido «con éxito» para la comercialización de los derechos residenciales/hogar de la máxima categoría de 2027 a 2032, que ha alcanzado un valor total de más de 5.250 millones de euros.

Este resultado supone un incremento total del 6 % respecto al tramo anterior (2022-2027), que se situó en 4.950 millones de euros, con la renovación de Telefónica y Dazn para la adjudicación de 5 partidos por jornada, cada operador, durante cinco años adicionales.



La operación eleva a 6.135 millones de euros el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga (+ 9 %), un avance que para LaLiga «se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales».

En concreto un 30 % en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40 % en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Tebas: excelente noticia para los clubes

Su presidente, Javier Tebas, destacó que «en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9 %, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros».

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado», añadió.

LaLiga resaltó que Telefónica y DAZN se consolidan como «socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas». «Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos», subrayó.

LaLiga incidió en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.

También agradeció a ambos operadores «su apuesta renovada por un producto premium de referencia en su catálogo» y a DAZN «más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo».

Para LaLiga, el éxito del proceso de comercialización responde a una estrategia sostenida en tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones.

«Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo», concluyó en un comunicado.

Movistar+ y DAZN pagarán 5.250 millones para seguir emitiendo la Liga hasta 2032

Óscar Bellot

-La patronal consigue vender los derechos televisivos de los partidos de Primera un 6% más caros de cara al ciclo que comenzará en 2027, pero sigue lejos de las cifras de la Premier.

Movistar+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de Primera hasta 2032, después de que ambas operadoras se hayan hecho con los lotes que LaLiga sacó a concurso para las temporadas que van desde la 2027-28 hasta la 2031-32. La venta del nuevo ciclo de derechos televisivos se ha cerrado con los mismos adjudicatarios, pero con un importante incremento en el dinero que obtendrán los clubes por la emisión de los 1.900 partidos que se disputarán a lo largo de esas cinco campañas en la máxima categoría, el cual pasa de los 990 millones anuales que venían percibiendo actualmente, una cifra que se mantendrá vigente hasta el término de la temporada 2026-27, hasta los 1.050 millones que recibirán una vez entre en vigor el nuevo contrato al inicio del curso 2027-28.

Serán un total de 5.250 millones, un 6% de incremento respecto a la cantidad estipulada en el anterior ciclo (2022-2027), los que Movistar+ y DAZN pagarán a LaLiga por la emisión de los partidos de Primera correspondientes a las cinco campañas que comprende el nuevo acuerdo, el cual consolida a ambas operadoras como socios estratégicos de la competición. A esa cifra hay que sumar 650 millones de euros en el segmento HORECA (hostelería), 175 millones por LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

A partir de la temporada 2027-2028, Movistar+ emitirá cinco partidos cada jornada y DAZN ofrecerá otros cinco, manteniéndose la fórmula que se implementó al inicio de la campaña 2022-23. La única novedad que ofrece el nuevo acuerdo en este sentido es que Movistar+ ya no dispondrá de ninguna jornada en exclusiva (actualmente tenía tres), por lo que el reparto queda totalmente equilibrado. Telefónica ya ha adelantado que trabajará en mantener el pacto que actualmente tiene con DAZN para que sus clientes puedan seguir accediendo a toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la empresa que encabeza Marc Murtra hasta 2031.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior teniendo en cuenta todos los conceptos. Una avance que se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Tebas reivindica el acuerdo

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», se apresuró a señalar el presidente de LaLiga, Javier Tebas, que se había fijado la meta de superar la simbólica barrera de los 1.000 euros anuales por los partidos de Primera en un contexto de creciente dificultad.

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado», incidió Tebas tras cerrar un acuerdo que fue votado por el órgano de control de televisión de LaLiga EA Sports, del que forman parte Real Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna, y que contó con el único posicionamiento en contra del club que preside Florentino Pérez.

La venta de los derechos televisivos constituye la principal fuente de ingresos de los clubes españoles, por lo que ese 6% de incremento logrado por los partidos de Primera supone un importante triunfo para Tebas. Con todo, y pese al avance experimentado, la cantidad obtenida por parte de LaLiga para el ciclo 2027/28-2031/32 sigue estando muy lejos de las desorbitadas cifras que maneja la Premier League. Cabe recordar que los clubes ingleses se aseguraron 7.800 millones de euros por la venta de los derechos de televisión para las cuatro temporadas comprendidas entre 2025 y 2029, a razón de 1.950 millones por curso, aumentando con ello el poderoso músculo económico que está estirando la brecha competitiva que les separa de las otras principales competiciones domésticas del Viejo Continente.

Telefónica, DAZN Awarded Spain Football TV Rights Through 2032



A Spanish league football match between Real Madrid CF and FC Barcelona at Santiago Bernabeu Stadium in Madrid.

By **Clara Hernanz Lizarraga** and **Thomas Gualtieri**

November 28, 2025 at 3:15 PM UTC

Spain's football league LaLiga has granted Telefónica SA and DAZN Group Ltd the domestic broadcast rights for five matches each of the country's top-flight competition in a deal estimated at over €1 billion ($1.2 billion) per season.

The agreement spans five seasons from 2027 through 2032 and represents an increase of about 6% compared to the previous rights award, according to a LaLiga statement on Friday. Telefónica will pay an average price of €527 million per season, the carrier said in a regulatory filing. The terms remain subject to final approval.

Football plays a crucial role in Telefónica's strategy in Spain, where premium sports programming is key to attracting and retaining high-value customers through bundled pay-TV offerings. However, as LaLiga has diversified its client base by awarding rights to other broadcasters, the telecommunications carrier has had to buy rights to games it had lost to competitors. In 2022, Telefónica paid €1.4 billion to DAZN for matches.

LaLiga's total revenue for the new period, including other items such as bars and second-division broadcasting packages, will exceed €6.1 billion, LaLiga said. It brought tender forward "to safeguard its relevance in an increasingly competitive environment," President Javier Tebas said in the statement.

Telefónica also wholesales these rights to rivals such as Masorange. For years, wholesale pricing was regulated in Spain, but that requirement was lifted in 2024. It "will take the necessary steps" so that its customers can access all LaLiga games, Telefónica said in the filing.

In Europe, the football-rights market has broadened beyond legacy broadcasters, drawing in global entertainment and tech players with deep pockets. This is exemplified by Paramount Skydance Corp. winning television rights to the Champions League in the UK and Germany last week.

Increased interest from US media groups and digital players, alongside Europe's traditional pay-TV operators, has led to intense bidding and rising valuations. UEFA, the European football governing body, raised roughly €2.5 billion per season from the top five European markets, more than 20% higher than in the previous cycle.

Technology

LaLiga concede a Telefónica y DAZN derechos nacionales por más de €1.000 millones por temporada

- El pacto cubre cinco temporadas y aumenta ingresos de LaLiga
- Telefónica pagará €527 millones anuales por los derechos



Partido de fútbol de la liga española entre el Real Madrid CF y el FC Barcelona en el estadio Santiago Bernabéu de Madrid.

Por **Clara Hernanz Lizarraga** y **Thomas Gualtieri**

November 28, 2025 at 6:46 PM GMT+1

LaLiga española concedió a Telefónica SA y DAZN Group Ltd. los derechos de transmisión nacional de cinco partidos de fútbol de cada una de las principales copas del país en un acuerdo estimado en más de €1.000 millones (US$1.200 millones) por temporada.

El acuerdo abarca cinco temporadas de 2027 a 2032 y representa un aumento de alrededor del 6% en comparación con la adjudicación de los derechos de transmisión anterior, anunció LaLiga en un comunicado el viernes. Telefónica pagará un precio promedio de €527 millones por temporada, según informó la operadora en un comunicado. Los términos quedan sujetos a aprobación final.

El fútbol desempeña un papel crucial en la estrategia de Telefónica en España, donde la programación deportiva premium es clave para atraer y fidelizar a clientes de alto valor mediante paquetes de televisión paga. Sin embargo, como LaLiga ha diversificado su base de clientes adjudicando derechos a otros emisores, la operadora de telecomunicaciones se ha visto obligada a comprar los derechos de partidos que había perdido frente a la competencia. En 2022, Telefónica pagó €1.400 millones a DAZN por partidos.

Los ingresos totales de LaLiga para el nuevo periodo, incluyendo otros conceptos como bares y paquetes de retransmisión de segunda división, superarán los €6.100 millones, según informó LaLiga. Adelantó la licitación “para salvaguardar su relevancia en un entorno cada vez más competitivo”, afirmó el presidente, Javier Tebas, en el comunicado.

Telefónica también vende estos derechos al por mayor a competidores como Masorange. Durante años, los precios al por mayor estuvieron regulados en España, pero este requisito se levantó en 2024. Telefónica “adoptará las medidas necesarias” para que sus clientes puedan acceder a todos los partidos de LaLiga, según declaró Telefónica en el documento.

En Europa, el mercado de derechos de fútbol se ha expandido más allá de las emisoras tradicionales, atrayendo a actores globales del entretenimiento y de la tecnología con grandes recursos. Un ejemplo es Paramount Skydance Corp., que ganó derechos de televisión para la Liga de Campeones en el Reino Unido y Alemania la semana pasada.

El creciente interés de los grupos de medios y actores digitales estadounidenses, junto con los operadores tradicionales de televisión paga europeos, ha generado una intensa puja y un aumento de las valoraciones. La UEFA, el organismo rector del fútbol europeo, recaudó aproximadamente €2.500 millones por temporada en los cinco principales mercados europeos, un 20% más que en el ciclo anterior.

Bloomberg Línea

LÍNEA DEPORTIVA

Telefónica y DAZN obtienen los derechos televisivos del fútbol español hasta 2032

El acuerdo abarca cinco temporadas, de 2027 a 2032, y representa un aumento de alrededor del 6% en comparación con la anterior adjudicación de derechos, según un comunicado de LaLiga del viernes.



Telefónica y DAZN obtienen los derechos televisivos del fútbol español hasta 2032. Foto de referencia. Sede central de Telefónica en Madrid, España. (Paul Hanna)

Por **Clara Hernanz Lizarraga** - **Thomas Gualtieri** 28 de noviembre, 2025| 04:19 PM 5

Bloomberg — LaLiga española concedió a Telefónica SA (TEF) y DAZN Group Ltd. los derechos de transmisión nacional de cinco partidos de fútbol de cada una de las principales copas del país en un acuerdo estimado en más de €1.000 millones (US$1.200 millones) por temporada.

El acuerdo abarca cinco temporadas, de 2027 a 2032, y representa un aumento de alrededor del 6% en comparación con la anterior adjudicación de derechos, según un comunicado de LaLiga del viernes. Telefónica pagará un precio medio de €527 millones por temporada, dijo la compañía en una presentación regulatoria. Los términos siguen sujetos a la aprobación final.

El fútbol desempeña un papel crucial en la estrategia de Telefónica en España, donde la programación deportiva premium es clave para atraer y fidelizar a clientes de alto valor mediante paquetes de televisión paga. Sin embargo, como LaLiga ha diversificado su base de clientes adjudicando derechos a otros emisores, la operadora de telecomunicaciones se ha visto obligada a comprar los derechos de partidos que había perdido frente a la competencia. En 2022, Telefónica pagó €1.400 millones a DAZN por partidos.

Los ingresos totales de LaLiga para el nuevo periodo, incluyendo otros conceptos como bares y paquetes de retransmisión de segunda división, superarán los €6.100 millones, según informó LaLiga. Adelantó la licitación "para salvaguardar su relevancia en un entorno cada vez más competitivo", afirmó el presidente, Javier Tebas, en el comunicado.

Telefónica también vende al por mayor estos derechos a rivales como Masorange. Durante años, los precios mayoristas estuvieron regulados en España, pero ese requisito se suprimió en 2024. Telefónica "tomará las medidas necesarias" para que sus clientes puedan acceder a todos los partidos de LaLiga.

En Europa, el mercado de los derechos del fútbol se ha ampliado más allá de los radiodifusores tradicionales, atrayendo a actores globales del entretenimiento y la tecnología con grandes bolsillos. Prueba de ello es que Paramount Skydance Corp. (PSKY) se hizo con los derechos televisivos de la Liga de Campeones en el Reino Unido y Alemania la semana pasada.

El creciente interés de los grupos de medios y actores digitales estadounidenses, junto con los operadores tradicionales de televisión paga europeos, ha generado una intensa puja y un aumento de las valoraciones. La UEFA, el organismo rector del fútbol europeo, recaudó aproximadamente €2.500 millones por temporada en los cinco principales mercados europeos, un 20% más que en el ciclo anterior.

vocento

FÚTBOL

Movistar+ y DAZN pagarán 5.250 millones para seguir emitiendo la Liga hasta 2032

La patronal consigue vender los derechos televisivos de los partidos de Primera un 6% más caros de cara al ciclo que comenzará en 2027, pero sigue lejos de las cifras de la Premier



Óscar Bellot Madrid Viernes, 28 de noviembre 2025, 15:42 | Actualizado 17:05h.

Movistar+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de Primera hasta 2032, después de que ambas operadoras se hayan hecho con los lotes que LaLiga sacó a concurso para las temporadas que van desde la 2027-28 hasta la 2031-32. La venta del nuevo ciclo de derechos televisivos se ha cerrado con los mismos adjudicatarios, pero con un importante incremento en el dinero que obtendrán los clubes por la emisión de los 1.900 partidos que se disputarán a lo largo de esas cinco campañas en la máxima categoría, el

cual pasa de los 990 millones anuales que venían percibiendo actualmente, una cifra que se mantendrá vigente hasta el término de la temporada 2026-27, hasta los 1.050 millones que recibirán una vez entre en vigor el nuevo contrato al inicio del curso 2027-28.

Serán un total de 5.250 millones, un 6% de incremento respecto a la cantidad estipulada en el anterior ciclo (2022-2027), los que Movistar+ y DAZN pagarán a LaLiga por la emisión de los partidos de Primera correspondientes a las cinco campañas que comprende el nuevo acuerdo, el cual consolida a ambas operadoras como socios estratégicos de la competición. A esa cifra hay que sumar 650 millones de euros en el segmento HORECA (hostelería), 175 millones por LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

A partir de la temporada 2027-2028, Movistar+ emitirá cinco partidos cada jornada y DAZN ofrecerá otros cinco, manteniéndose la fórmula que se implementó al inicio de la campaña 2022-23. La única novedad que ofrece el nuevo acuerdo en este sentido es que Movistar+ ya no dispondrá de ninguna jornada en exclusiva (actualmente tenía tres), por lo que el reparto queda totalmente equilibrado. Telefónica ya ha adelantado que trabajará en mantener el pacto que actualmente tiene con DAZN para que sus clientes puedan seguir accediendo a toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la empresa que encabeza Marc Murtra hasta 2031.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior teniendo en cuenta todos los conceptos. Una avance que se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Tebas reivindica el acuerdo

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», se apresuró a señalar el presidente de LaLiga, Javier Tebas, que se había fijado la meta de superar la simbólica barrera de los 1.000 euros anuales por los partidos de Primera en un contexto de creciente dificultad.

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado», incidió Tebas tras cerrar un acuerdo que fue votado por el órgano de control de televisión de LaLiga EA Sports, del que forman parte Real Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna, y que contó con el único posicionamiento en contra del club que preside Florentino Pérez.

La venta de los derechos televisivos constituye la principal fuente de ingresos de los clubes españoles, por lo que ese 6% de incremento logrado por los partidos de Primera supone un importante triunfo para Tebas. Con todo, y pese al avance experimentado, la cantidad obtenida por parte de LaLiga para el ciclo 2027/28-2031/32 sigue estando muy lejos de las desorbitadas cifras que maneja la Premier League. Cabe recordar que los clubes ingleses se aseguraron 7.800 millones de euros por la venta de los derechos de televisión para las cuatro temporadas comprendidas entre 2025 y 2029, a razón de 1.950 millones por curso, aumentando con ello el poderoso músculo económico que está estirando la brecha competitiva que les separa de las otras principales competiciones domésticas del Viejo Continente.

EL CORREO, EL DIARIO VASCO, EL NORTE DE CASTILLA, EL DIARIO MONTAÑÉS, LA VERDAD, IDEAL, HOY, SUR, LA RIOJA, LAS PROVINCIAS, EL COMERCIO, LA VOZ DE CÁDIZ, BURGOS CONECTA, LEONOTICIAS, SALAMANCA HOY, TODOALICANTE, HIELVA 24

DEIA – NOTICIAS DE GIPUZKOA – DIARIO NOTICIAS DE ÁLAVA – DIARIO DE NAVARRA – ONDA VASCA

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

La adjudicación a la teleco asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada (+1,4%)

NTM/EP 28·11·25 | 16:12 | Actualizado a las 19:05



Lamine Yamal y Kylian Mbappé luchando por el balón en un clásico

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de los derechos de emisión de LaLiga en España hasta 2032 por un importe conjunto de 5.250 millones de euros. Según ha informado la operadora presidida por Marc Murtra a través de la CNMV, el acuerdo de Telefónica asciende a 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% respecto a los 520 millones por temporada del ciclo anterior. Por su parte, la adjudicación para DAZN se ha cerrado en torno a 2.614 millones de euros.

Según LaLiga, la comercialización de los derechos residenciales/hogar para el ciclo 2027/28-2031/32 ha alcanzado un valor total superior a 5.250 millones, lo que representa un incremento del 6% respecto al ciclo 2022-2027, que se situaba en 4.950 millones de euros. Ambos operadores renovarán la adjudicación de cinco partidos por jornada cada uno durante cinco temporadas adicionales. En concreto, Telefónica podrá elegir primero en 19 jornadas por temporada, incluyendo el Clásico de la segunda vuelta.



La adjudicación comprende las temporadas 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030, 2030/2031 y 2031/2032, con un importe total de 2.635,85 millones de euros, sujeto a la firma del contrato entre Telefónica y LaLiga en los próximos 30 días. Telefónica ha señalado que tomará las medidas necesarias para que los clientes de Movistar Plus+ continúen accediendo al 100% de los partidos, incluyendo las competiciones europeas recientemente adjudicadas hasta 2031. La semana pasada se informó que Telefónica obtuvo en exclusiva los derechos audiovisuales para emitir en España todas las competiciones de la UEFA (Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa) entre 2027 y 2031 por 1.464 millones de euros adicionales.

El valor total de los derechos audiovisuales **domésticos de LaLiga** ascenderá a **6.135 millones de euros** en el mismo periodo, lo que supone un **crecimiento del 9%** respecto al ciclo anterior. Este aumento se sustenta en el rendimiento de otras categorías: un **30% más** en el segmento **horeca** (hoteles, restaurantes y cafeterías), pasando de 500 a **650 millones**; un **40% más** en **LaLiga Hypermotion** (Segunda División), elevando su valor de 125 a **175 millones**; y más de **60 millones** por derechos en abierto, resúmenes y clips de vídeo.

Se consolidan como socios estratégicos de alto valor

LaLiga ha destacado que **Telefónica** y **DAZN** se consolidan como **socios estratégicos de alto valor**, gracias a su **cobertura y programación de máxima calidad**, lo que ha impulsado **audiencias y asistencia** en las últimas temporadas. Además, subrayan que la apuesta de ambos operadores por **innovación y adaptación a nuevos hábitos de consumo** permite a LaLiga ampliar su **alcance entre públicos actuales y nuevos**, mientras que el marco de comercialización a cinco años aporta **estabilidad, certidumbre y sostenibilidad** a los clubes.

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

FÚTBOL

Telefónica y Dazn seguirán compartiendo los derechos de TV de LaLiga hasta 2032 por 1.050 millones al año

La patronal de los clubes del fútbol español consigue elevar el precio de la subasta un 6% con respecto a los contratos actuales e ingresará 5.250 millones por cinco temporadas

Las dos operadoras audiovisuales se reparten los derechos a partes iguales, cinco partidos cada uno por jornada. Movistar+ negociará para poder ofrecer todos los partidos como hasta ahora



Julián Álvarez en el último partido de LaLiga entre el Atlético de Madrid y el Real Madrid (con victoria 5-2 para los rojiblancos). / AFP7 vía Europa Press

Sergio R. Viñas | **David Page** Madrid 28 NOV 2025 14:46

Telefónica y Dazn se han adjudicado los derechos de TV de LaLiga para el ciclo 2027/32. Como viene ocurriendo en el actual ciclo, las dos operadoras emitirán cinco partidos por jornada, aunque el organismo que preside Javier Tebas ha conseguido incrementar el precio: de los 990 millones de euros anuales que está cobrando actualmente pasará a ingresar 1.050 durante las cinco temporadas que había puesto en el mercado.

Entre las dos operadoras pagarán un total de 5.250 millones de euros por los derechos durante esas cinco temporadas. De ellos, Telefónica pagará 2.635,36, según ha informado la teleco a la CNMV, lo que implica que Dazn pagará alrededor de 2.615 millones. Casi lo mismo. A diferencia de lo que ocurría hasta ahora, cuando Telefónica disponía de tres jornadas en exclusiva, los dos operadores se han adjudicado dos paquetes iguales, que reparten los grandes partidos del campeonato, incluidos los clásicos: los de la primera vuelta se verán en Dazn y los de la segunda en Movistar+.



Previsible acuerdo Telefónica-Dazn

Con total seguridad, Telefónica buscará una negociación con Dazn para seguir emitiendo todos los partidos de LaLiga a sus clientes de Movistar+, como está sucediendo en el ciclo actual y como anticipó su consejero delegado, Emilio Gayo, hace unas semanas: "El objetivo fundamental no es ser el dueño de todo, sino que nuestros clientes tengan acceso a todo".

Así que el coste para Telefónica no serán solo los algo más de 527 millones de euros por temporada de los derechos que se ha adjudicado, sino que tendrá que sumar lo que pague a Dazn para poder contar también con los cinco partidos que se ha quedado la plataforma. En la actualidad, la teleco española paga 280 millones al año al operador británico.

Telefónica se confirma de nuevo como el rey del fútbol en TV en España, a pesar de los rumores insistentes desde hace tiempo sobre el pretendido desembarco en el negocio de las grandes plataformas globales como Amazon, Disney+ o Netflix. La semana pasada, la operadora comandada por Marc Murtra se aseguró el control de la emisión de la Champions en televisión cuatro años más. El grupo resultó adjudicatario de los derechos de TV de la Champions y del resto de competiciones europeas masculinas de la UEFA entre las temporadas 2027/28 y 2030/31. El importe total que pagará la teleco española por los torneos continentales asciende a 1.464 millones de euros, a razón de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas.

Una "excelente noticia"

LaLiga destaca que ingresará un 6% más que el ciclo actual por los derechos de los partidos de Primera División en el mercado residencial, un gran éxito dada la competencia creciente de la Champions y los síntomas de agotamiento del mercado en los últimos tiempos. Las cuentas del organismo que preside Javier Tebas elevan la facturación total en el ciclo 2027/32 hasta los 6.135 millones: "5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports (Primera División) en residencial/hogar , 650 millones en HORECA (bares), 175 millones de LaLiga Hypermotion (Segunda División) y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes". Salvo el primer dato, el resto son estimaciones que hace la patronal, dado que no ha sacado esos paquetes a subasta todavía.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.1 35 millones de euros", apunta Tebas, en declaraciones difundidas por LaLiga.

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

El Confidencial

SE REPARTEN LOS PARTIDOS

Telefónica y Dazn vuelven a conseguir los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

LaLiga se va a embolsar también 650 millones por el canal Horeca, otros 175 millones por la segunda división y 60 millones más por otros conceptos. En total, 6.135 millones



Imágenes de un partido de partido de LaLiga. (Reuters/Susana Vera)

Por **Javier Melguizo** 28/11/2025 - 15:12

EC EXCLUSIVO

Los partidos de LaLiga seguirán emitiéndose por Movistar y Dazn hasta 2032. Ambas compañías han revalidado los derechos de la primera división del fútbol español, por una cantidad de 5.250 millones de euros, para que los encuentros puedan verse en las casas. Es un 6% más del coste de la anterior adjudicación. Telefónica ha pagado 2.635,85 millones para emitir en exclusiva cinco partidos de la primera división, como viene siendo habitual en las pasadas temporadas, según ha informado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Son 527,17 millones por cada una de las cinco temporadas, por lo que el sobrecoste para ellos es del 1,4%. Por su parte, Dazn ha desembolsado 2.614,15 millones por sus derechos. En su caso, por cada temporada ha abonado 522,83 millones. "Nuestro objetivo sigue siendo ofrecer a los aficionados un entorno accesible, flexible e innovador, para que disfruten de su competición favorita como nunca", ha señalado el CEO de la plataforma, Óscar Vilda. Pese a esta división equitativa de la jornada, Telefónica ha asegurado que dará los pasos necesarios para que sus clientes puedan seguir accediendo a todos los partidos. Por el momento, es solo una intención, ya que ahora tendrá que negociar con Dazn. En esta ocasión, además, de Movistar no tendrá en exclusiva ninguna jornada.

LaLiga se va a embolsar otros 650 millones para que ambos operadores puedan proyectar los partidos en bares y restaurantes. Además de otros 175 millones por la LaLiga Hypermotion –la segunda división– y 60 millones por los derechos en abierto y los resúmenes. En total, 6.135 millones, un 9% más que el acuerdo anterior. "Supone más de 500 millones que el ciclo anterior en un contexto nacional e internacional complejo", ha señalado el presidente de LaLiga, Javier Tebas, en un comunicado. "Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español", ha añadido.

Derechos de la Champions

Telefónica también anunció la semana pasada que había revalidado la adjudicación para dar en exclusiva en España todas las competiciones de la UEFA (Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa) hasta 2031. Por estos derechos, pagó 1.464 millones. Igual que sucede con LaLiga, se trata de una adjudicación provisional, sujeta a la negociación y posterior firma de un contrato con UEFA que la teleco española espera formalizar pronto, para garantizarse los derechos de las principales competiciones de fútbol europeo.

EL ESPAÑOL
invertia



Micrófono con el logo de LaLiga EA Sports sobre el cesped de un campo de fútbol. LaLiga

Tecnología

Telefónica y Dazn vuelven a repartirse los derechos de TV de LaLiga EA Sports por 5.250 millones, un 6% más

LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales domésticos por todos los derechos para el ciclo 2027/28-2031/32, un 9% más.

Alfonso Muñoz Fernández 28 noviembre 2025

Telefónica y Dazn volverán a repartirse la emisión de la primera división de LaLiga durante cinco temporadas a partir de la 2027/2028. Las dos compañías han adquirido los derechos para el mercado residencial de la LALIGA EA SPORTS en España por 5.250 millones de euros, un 6% más que respecto a los 4.950 millones del ciclo anterior.

Así lo ha indicado LALIGA en un comunicado, en el que confirma que con la adjudicación aprobada este viernes se renueva el modelo aplicado entre las temporadas 2022/2023 y 2026/2027, que contempla que cada operador podrá emitir cinco partidos por jornada durante cinco temporadas.

Por otro lado, informa de que el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales.

En concreto, los ingresos por los derechos en el segmento de bares y restaurantes (HORECA) se han incrementado un 30%, al pasar de 500 millones de euros a cerca de 650 millones de euros. LaLiga Hypermotion eleva su valor de 125 millones de euros a alrededor de 175 millones de euros, un 40% más.

Por otro lado, la organización recaudará más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, "consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga".

En un comunicado a la CNMV, Telefónica detalla que pagará un total de 2.635,85 millones de euros por estos derechos, a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas. Esto supera que para Telefónica el incremento es del 1,4%, ya que en el anterior ciclo el precio fue de 520 millones por año.

Esto significa que Dazn pagará 2.614 millones de euros por los derechos que se ha adjudicado, lo que representa 552,8 millones de euros por temporada. En su caso, el importe abonado a la LaLiga se ha incrementado un 11,2% respecto al ciclo anterior.

Telefónica

Telefónica también remarca que según los términos de la adjudicación, que aún está supeditada a la firma del correspondiente contrato, podrá seleccionar los partidos en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo El Clásico de la segunda vuelta.

Además, asegura que dará "los pasos necesarios" para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan "disfrutar de toda la oferta futbolística", que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031.

Esto implica que Telefónica volverá a negociar con Dazn para poder emitir los partidos que se ha adjudicado la plataforma de streaming, como ya hizo tras la anterior subasta. Entonces, la teleco pagó 1.400 millones de euros poder emitir en Movistar+ los partidos que se adjudicó la plataforma digital.

"Con esta adjudicación, Movistar Plus+ refuerza La Casa del Fútbol y mantiene una parte esencial de los derechos de LaLiga, que se suman a la UEFA Champions League, la Europa League y el resto de competiciones UEFA, renovadas recientemente.

Telefónica consolida así su liderazgo en la emisión de deporte premium en España y su compromiso de largo plazo con la producción de contenidos deportivos de calidad", incide.

Dazn

Por su parte, Dazn subraya que con esta renovación reafirma su posición como "plataforma de referencia para los aficionados al deporte en España y asegura una oferta futbolística de primer nivel para las próximas temporadas". La plataforma ofrecerá en exclusiva un total de 190 partidos por temporada, es decir, 5 encuentros en cada una de las 38 jornadas, desde 2027 a 2032, consolidando su apuesta por el mercado español.

"Estamos encantados de anunciar la renovación de los derechos de LaLiga en España y poder ofrecer aún más partidos en el próximo ciclo. Seguiremos trabajando junto con LaLiga para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman", destaca Óscar Vilda, CEO de Dazn.

Por otro lado, LaLiga ha resaltado que Telefónica y Dazn se consolidan como "socios estratégicos de alto valor" por su cobertura y programación de "máxima calidad", algo que, a su juicio, ha impulsado las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas.

"Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes", ha ahondado.

CULÉ MANIA



PALCO

Movistar y DAZN ponen una millonada sobre la mesa: se llevan los derechos de la Liga española hasta 2032

- Telefónica acapara la emisión del fútbol en España, tras adquirir la Champions League y el resto de competiciones continentales para el período 2027-31

Artur López 28 noviembre 2025

Telefónica gana la guerra de los derechos televisivos en el fútbol español. La multinacional dirigida por Marc Murtra golpea nuevamente a Mas Orange y Vodafone, competencia directa en la industria de los operadores. Como ha informado la Liga en una nota de prensa, Movistar y DAZN volverán a repartirse los partidos de competición doméstica de 2027 a 2032.

El operador español y la OTT británica pagarán 5.250 millones de euros por el paquete, un 6% más que la cantidad abonada en el ciclo vigente de 2022 a 2027, período para el que desembolsaron 4.950 millones.

Como en la anterior subasta, los ganadores se han repartido el botín a medias. Cinco encuentros se emitirán en la plataforma Movistar Plus y los otros cinco, en DAZN. En la anterior adjudicación, Telefónica compró la otra mitad a la plataforma de streaming ubicada en Reino Unido a cambio de 1.400 millones.



El organismo presidido por Javier Tebas asegura que el valor total de los derechos audiovisuales del fútbol profesional español ha escalado un 9%, hasta los 6.135 millones: los 5.250 kilos por los partidos de Primera División en hogares y residencias, otros 650 millones por Horeca, la oferta correspondiente a bares, y 60 millones más por los derechos en abierto y resúmenes.

Duopolio en España

Días atrás, Movistar se aseguró el lote de la Champions League y el resto de competiciones europeas durante cuatro años: de la temporada 2027-28 a la 2030-31. Actualmente, ya emite la Liga y los demás torneos estatales: la Copa del Rey, la Supercopa de España, Segunda División, y la Premier League. Esta última, fruto de un acuerdo con DAZN, cuya parrilla ofrece la liga inglesa, la Serie A, la Bundesliga, la Liga F y la Liga ACB.



Las cuatro ofertas para disfrutar del fútbol en Movistar Plus

Movistar y DAZN han asentado un duopolio a base de millones en el fútbol español durante la presente década. El gigante de telecomunicaciones español se asegura que Vodafone, Mas Orange y el resto de operadores interesados tengan que pasar por caja para recomprar los derechos de emisión.

CULÉ MANIA

Público STOP GENOCIDIO

Telefónica y DAZN renuevan hasta 2032 los derechos de LaLiga que superará los 6.135 millones de ingresos

Según ha confirmado LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9% más que el periodo anterior.



Foto de archivo de un partido de Laliga del Atlético del Madrid y el Getafe CF.

EFE 28/11/2025 19:02 -

LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, tras la adjudicación este viernes a Telefónica y DAZN de los lotes de residencial/hogar por cinco temporadas, para la emisión de cinco partidos cada uno de LaLiga EA Sports.

Según confirmó LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9% más que el periodo anterior. Y corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports, 650 millones en HORECA, 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones por derechos en abierto y resúmenes.

LaLiga aseguró que el proceso iniciado el pasado día 7 ha concluido "con éxito" para la comercialización de los derechos residenciales/hogar de la máxima categoría de 2027 a 2032, que ha alcanzado un valor total de más de 5.250 millones de euros.

Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al tramo anterior (2022-2027), que se situó en 4.950 millones de euros, con la renovación de Telefónica y DAZN para la adjudicación de cinco partidos por jornada, cada operador, durante cinco años adicionales.

La operación eleva a 6.135 millones de euros el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga (+9%), un avance que para LaLiga "se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales".

En concreto un 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Su presidente, Javier Tebas, destacó que "en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros".

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado", añadió.

LaLiga resaltó que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas". "Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos", subrayó.

LaLiga incidió en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.

También agradeció a ambos operadores "su apuesta renovada por un producto premium de referencia en su catálogo" y a DAZN "más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo".

Para LaLiga, el éxito del proceso de comercialización responde a una estrategia sostenida en tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones.

"Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo", concluyó en un comunicado.

STREAMING TV

LaLiga EA Sports se verá en Movistar Plus+ y DAZN hasta 2032: 5 partidos para cada uno todas las jornadas



Movistar Plus+ y DAZN mantendrán el reparto de cinco partidos por jornada / Foto: Movistar Plus+

Roberto Torres Publicado el 28 de noviembre, 2025 • 15:05

Ya es oficial. LaLiga ha adjudicado los derechos de comercialización residenciales para la emisión de LaLiga EA Sports. Movistar y DAZN seguirán siendo las empresas potenciales que darán el servicio a todos los consumidores en España a través de sus plataformas de televisión.

La operación ha alcanzado un total de 5.250 millones de euros, suponiendo un incremento del 6 %. Cada una de las compañías beneficiadas se repartirá 5 partidos todas las jornadas. De esta manera, los clientes podrán seguir teniendo acceso a los partidos de LaLiga EA Sports durante las próximas cinco temporadas.

Más de 1.000 millones por temporada

El comunicado lo acaba de lanzar el CSD (Consejo Superior de Deportes). Por cada una de las temporadas atribuidas se estima un importe de más de 1.000 millones, una cifra superada por la del pasado año, que reflejó alrededor de 990 millones por temporada.

Movistar y DAZN vuelven a repartirse los partidos de la Primera División

Movistar ha sido adjudicada con 5 partidos por jornada del Campeonato Nacional de Liga de Primera División que se podrán ver a través de Movistar Plus+. Al mismo tiempo, DAZN contará con el mismo beneplácito para sus suscriptores. Por lo tanto, continuarán con el formato que se ha ido estableciendo en ejercicios anteriores.

No obstante, la compañía telefónica tendrá potestad para seleccionar en primera instancia 19 jornadas de cada temporada, incluyendo «El Clásico» de la segunda vuelta.

El acuerdo comprende las siguientes temporadas:

- 2027-2028
- 2028-2029
- 2029-230
- 2030-2031
- 2031-2032



La operación en cifras

La nota de prensa emitida por LaLiga ha reflejado una notable transparencia en los datos de cara a las próximas contiendas. Según hemos podido conocer, el incremento de los ingresos se ha notado respecto al año anterior.

Se explica que, en concepto, se han elevado un 30 % las ganancias en HORECA, que pasan de 500 a cerca de 650 millones de euros. Igualmente, se ha divisado un crecimiento del 40 % de LaLiga Hypermotion, que eleva el valor de 125 a 175 millones de euros. Por su parte, más de 60 millones se han obtenido en derechos en abierto para todo el mundo, así como en número de reproducciones de vídeo.

Desde Telefónica, sus responsables afirman que «*la adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas*». Esto supone un 1,4 % de incremento de precio con respecto a los 520 millones que pagaban por temporada.

Tebas ve con buenos ojos la resolución

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, ha expresado su valoración tras haber vuelto a firmar un contrato en el que se beneficien ambas partes y los más fanáticos del fútbol puedan continuar disfrutando del mejor deporte en España:

- «*En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LALIGA siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los Clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado».*

En definitiva, Movistar y DAZN dan un paso en firme para volver a proclamarse vencedores de la concesión de encuentros ligueros. Esto le permite a LaLiga ampliar su cobertura a todo su público, tanto al actual como al potencial.

El organismo privado también ha querido aprovechar el agradecimiento a las dos partes por su interés en la renovación de un producto que se encuentra en la cúspide de las emisiones en televisión y que continúa reflejando un éxito rotundo que permite la sostenibilidad de los clubes. Además de seguir apostando por propuestas de calidad.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Telefónica y DAZN se adjudican primera división de LaLiga hasta 2032

Por Redacción AV451 -30 noviembre, 2025

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de sendos paquetes de LaLiga EA Sports desde la temporada 2027/2028 hasta la 2031/2032.

En el caso de Telefónica, que emitirá los partidos a través de su servicio de televisión de pago y plataforma de streaming Movistar Plus+, el paquete incluye cinco partidos por jornada, así como la selección en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo "El Clásico" de la segunda vuelta.

La operadora ha desembolsado 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas, según ella misma ha revelado. Hace una semana Telefónica ha destinado casi 1.500 millones de euros a la adquisición de todas las competiciones de la UEFA hasta 2031. Esto incluye UEFA Champions League y UEFA Europa League, así como de la UEFA Youth League, la UEFA Europa Conference League y la UEFA Super Cup.

Por su parte, DAZN ofrecerá en exclusiva un total de 190 partidos por temporada, es decir, cinco encuentros en cada una de las 38 jornadas desde 2027 a 2032.

Óscar Vilda, CEO de DAZN Iberia, comenta que «estamos encantados de anunciar la renovación de los derechos de LaLiga en España y poder ofrecer aún más partidos en el próximo ciclo. Seguiremos trabajando junto con LaLiga para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman.»

DAZN también cuenta con la emisión de LaLiga Hypermotion, la Premier League, la Serie A y la Bundesliga.

LaLiga cerró el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32 el pasado viernes. Según ha anunciado, las ventas han superado los 5.250 millones de euros, un 6 por ciento más que en el ciclo ciclo anterior (2022-2027), cuando llegó a los 4.950 millones de euros.

Fútbol

Telefónica y DAZN mantienen los derechos televisivos de LaLiga hasta 2032

La competición ingresará más de 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales gracias al acuerdo anunciado este viernes



Redacción **Cadena SER** 28/11/2025 - 16:14 CET

LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, tras la adjudicación este viernes a Telefónica y DAZN de los lotes de residencial/hogar por cinco temporadas, para la emisión de cinco partidos cada uno de LaLiga EA Sports.

Según confirmó LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior y corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports, 650 millones en HORECA, 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones por derechos en abierto y resúmenes.

LaLiga aseguró que el proceso iniciado el pasado día 7 ha concluido "con éxito" para la comercialización de los derechos residenciales/hogar de la máxima categoría de 2027 a 2032, que ha alcanzado un valor total de más de 5.250 millones de euros.

Las cifras del acuerdo, desgranadas

Este resultado supone un incremento total del 6 % respecto al tramo anterior (2022-2027), que se situó en 4.950 millones de euros, con la renovación de Telefónica y Dazn para la adjudicación de 5 partidos por jornada, cada operador, durante cinco años adicionales.

La operación eleva a 6.135 millones de euros el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga (+9%), un avance que para LaLiga "se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales".

En concreto un 30 % en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40 % en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Tebas celebra "una excelente noticia" para los clubes

Su presidente, Javier Tebas, destacó que "en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros".

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado", añadió.

LaLiga resaltó que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas". "Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos", subrayó.

Además, incidió en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.



También agradeció a ambos operadores "su apuesta renovada por un producto premium de referencia en su catálogo" y a DAZN "más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo".

Para LaLiga, el éxito del proceso de comercialización responde a una estrategia sostenida en tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones.

"Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo", concluyó en un comunicado.

OFICIAL | FÚTBOL

LaLiga se verá en Movistar y DAZN hasta el 2032

Ambos operadores pagarán 5.250 millones de euros por los derechos televisivos en nuestro país entre 2027 y 2032. Emitirán cinco partidos cada uno por jornada.



Europa Press28 nov 2025, 15:52

LaLiga concluyó este viernes el proceso de comercialización de los derechos de LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor de más de 5.250 millones de euros, por lo que el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones, según un comunicado.

Esto supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior, destacó LaLiga. Una cifra que se alcanza por los derechos residenciales de 'Primera' en España por valor de más de 5.250 millones -un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior-, 650 millones en HORECA, 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, celebró "haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior en un contexto nacional e internacional complejo". "Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros", expresó.

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado", agregó.

Como en el anterior ciclo, Telefónica y DAZN se consolidan como socios para LaLiga, ya que se adjudican los lotes de residencial/hogar por cinco temporadas para la emisión de cinco partidos cada uno de LaLiga EA Sports desde la temporada 2027/28 hasta la 2031/32.

LaLiga agradeció a ambos operadores "su apuesta renovada como por un producto 'premium' de referencia en su catálogo, también a DAZN más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo".

xataka móvil

Ya es oficial: Movistar Plus+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de LaLiga hasta 2032

- Movistar y DAZN se han vuelto a repartir los derechos audiovisuales de LaLiga otras cinco temporadas
- LaLiga marca una valoración récord de 6.135 millones de euros incluyendo HORECA y Segunda División



Pepu Ricca 28 Noviembre 2025, 20:04

El culebrón de los derechos televisivos del fútbol español ha llegado a su fin y con el mismo resultado que ya conocemos. LaLiga ha anunciado hoy oficialmente la adjudicación de los derechos de emisión para el ciclo 2027/2028 a 2031/2032.

Los ganadores vuelven a ser Movistar Plus+ y DAZN, que mantendrán el modelo actual de reparto: cinco partidos por jornada para cada operador durante cinco temporadas más.

Más dinero sobre la mesa. La operación se ha cerrado por un valor total de 5.250 millones de euros para el mercado residencial, un incremento del 6% respecto al ciclo anterior (fue de 4.950 millones). Si sumamos otros derechos como HORECA (bares) y LaLiga Hypermotion, el valor asciende a 6.135 millones de euros.

Telefónica, en concreto, pagará por los partidos de LaLiga EA Sports casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones por temporada, un 1,4% más que el año pasado. Eso sí, pierde esas tres jornadas en exclusiva que tiene actualmente.

Movistar cumple su promesa. La adjudicación ratifica la estrategia que Telefónica ya había adelantado: su objetivo era que sus clientes tuvieran acceso a todo el fútbol y no iban a dejar escapar su producto estrella. Hace apenas unos días conocimos que también ha renovado la máxima competición europea hasta 2031, por lo que mantendrá la Champions League durante varias temporadas más.

Ahora, ha renovado los derechos de LaLiga para emitir cinco partidos por jornada y se ha asegurado la primera elección en 19 jornadas, incluyendo el Clásico de la segunda vuelta.

Ni Amazon ni exclusividad total. Aunque se rumoreó con fuerza que Amazon Prime Video podría entrar en la puja y que Movistar buscaba recuperar la exclusividad para no depender de DAZN, finalmente se queda todo igual. Sólo cambia una cosa: DAZN tendrá 190 partidos en exclusiva por temporada, o lo que es lo mismo, cinco encuentros en cada una de las 38 jornadas. Y no en 35 como ahora mismo.

Movistar, por su parte, deberá seguir llegando a acuerdos con la plataforma de streaming si quiere ofrecer la jornada completa, tal y como hace en la actualidad. De hecho, Telefónica ya ha asegurado que "dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga".

La sombra de la CNMC. Esto ocurre bajo la atenta mirada del organismo regulador. Hace solo unas semanas, la CNMC advirtió a LaLiga sobre las condiciones de la subasta, señalando que no podía excederse en la duración de los contratos ni en las exclusividades.

El acuerdo a cinco años parece haber sorteado estas advertencias, algo que garantiza estabilidad a la competición pero vuelve a dejar un mercado bipolar que se reparte entre Telefónica y DAZN.

viernes, 28 de noviembre de 2025

ZONAMOVILIDAD

Movistar y Dazn se reparten los derechos de LaLiga y pagarán 6.135 millones, un 6% más



COMPARTIR: COMENTAR:

Viernes 28 de noviembre de 2025, 14:48h

Escucha la noticia

Tras la apertura de sobres este viernes en la sede del Consejo Superior de Deportes (CSD), el órgano de control del organismo ha adjudicado a Movistar y Dazn los derechos de emisión de LaLiga EA Sports para las temporadas 2027-28 a 2031-32, en un acuerdo que crece hasta más de 1.000 millones por temporada y que confirma un incremento del 6% respecto al ciclo anterior.

El nuevo contrato ascenderá a 5.250 millones de euros solo por la venta de los partidos a clientes residenciales. La cifra supera los 4.950 millones del anterior tender, correspondiente al ciclo 2022/23 – 2026/27. Si se añaden los ingresos del sector HORECA (650 millones), LaLiga Hypermotion (175 millones) y los derechos en abierto y resúmenes (60 millones), el valor global del paquete audiovisual se sitúa en 6.135 millones para el periodo completo, un 9% más que el acuerdo previo.

En este reparto, Telefónica Audiovisual Digital abonará un total de 2.635,85 millones de euros por las cinco temporadas, lo que supone un pago medio anual de 527,17 millones, lo que supone que para la teleco la subida se sitúa cercana al 1,4%. Un crecimiento especialmente significativo en un contexto internacional marcado por la irrupción de la nueva Champions League, con más partidos y una competencia mayor entre competiciones nacionales y europeas a la hora de captar el interés de las plataformas.

REPARTO DE PARTIDOS: CINCO PARA MOVISTAR Y CINCO PARA DAZN

El modelo de distribución se mantiene: cada operador ofrecerá cinco partidos por jornada durante toda la temporada. La novedad se encuentra en que Movistar pierde la exclusividad para ofrecer tres jornadas completas que poseía en el contrato actual. A partir de 2027, ambos adjudicatarios tendrán paquetes equivalentes, según ha confirmado en directo el periodista Antonio Lobato durante la retransmisión de los Libres 1 del GP de Qatar de Fórmula 1.

Además, Telefónica ha confirmado en un comunicado remitido a la CNMV que contará con la primera elección en 19 jornadas de cada temporada, un privilegio que incluye la retransmisión en exclusiva de El Clásico de la segunda vuelta. La compañía ha confirmado su intención de alcanzar un acuerdo con Dazn para poder incluir todo el fútbol en su oferta para clientes, al igual que ocurre actualmente.

La decisión ya está votada y aprobada por el órgano de control de televisión de LaLiga EA Sports, donde participan Real Madrid, Barcelona, Atlético y Osasuna. Según fuentes del proceso, la mayoría de clubes ha apoyado la adjudicación, aunque el Real Madrid ha votado en contra.

LaLiga justifica la elección de un periodo de cinco años porque “ofrece estabilidad y certidumbre a los adjudicatarios”, favoreciendo la inversión a medio plazo en innovación, producción y narrativa audiovisual.

EL IMPACTO ECONÓMICO PARA LOS CLUBES

Los derechos audiovisuales continúan siendo la principal fuente de ingresos para la gran mayoría de equipos de LaLiga. En algunos casos, representan hasta el 80% de la facturación anual, por lo que este incremento supone un alivio para unas cuentas impactadas por la pandemia, la inflación y la creciente presión salarial.

La liga española se acerca así un poco más a la Premier League, aunque la distancia sigue siendo considerable. El contrato televisivo británico para el periodo 2025-2029 se cerró por 7.800 millones de euros para cuatro temporadas, unos 1.950 millones por curso, casi el doble de lo que LaLiga ingresará al año. Pese a ello, desde el organismo se interpreta este tender como un éxito notable: en el concurso anterior el crecimiento apenas superó el 1%, frente al 6% conseguido ahora.

En esta ocasión, LaLiga había diseñado un concurso con hasta 12 lotes distintos para maximizar la competitividad y abrir la puerta a más combinaciones posibles. También optó por adelantar el proceso varios meses.

verTele!

Noticias Programación TV Audiencias Lo más visto en TV Series Vídeos Análisis y Críticas

DERECHOS FÚTBOL

LaLiga se seguirá viendo en Movistar Plus+ y DAZN hasta el año 2032 por un pago récord de 5.250 millones de euros

Telefónica y DAZN se han adjudicado la renovación de los derechos de los partidos de LaLiga en el siguiente ciclo de cinco temporadas, desde la 2027/2028 hasta la 2031/2032. Las plataformas han pujado conjuntamente 5.250 millones de euros, y Movistar Plus+ detalla que su pago es de 2.635,85 millones



Redacción verTele 28 de noviembre de 2025 17:36 h

Movistar Plus+ y DAZN seguirán emitiendo LaLiga en el siguiente ciclo de cinco temporadas, desde la 2027/2028 hasta la 2031/2032. Telefónica y DAZN han renovado los derechos de la competición y emitirán cada una 5 partidos por jornada.

Como detalla LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga (Primera División) en residencial/hogar, lo que supone un incremento del un incremento del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027). Haciendo el cálculo por año, supondría 1.050 millones por temporada.

Los derechos televisivos de LaLiga se subastaron por última vez en el año 2022, y fueron adquiridos por primera vez de forma conjunta por Movistar+ y Dazn a cambio de 4.950 millones de euros por cinco temporadas, es decir 990 millones por temporada.

La anterior subasta fue en el año 2018, por tres temporadas, y se adjudicó en solitario a Telefónica por 2.940 millones de euros, significando 980 millones por temporada.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga asciende a 6.135 millones de euros, ya que a esos 5.250 millones por el paquete residencial/hogar hay que sumar los 650 millones en HORECA (hoteles, bares, cafeterías y restaurantes), 175 millones de LaLiga Hypermotion (Segunda División) y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes. La cifra total supone un incremento del 9% respecto al periodo anterior.

En palabras de Javier Tebas, Presidente de LaLiga: "En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros Clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros. En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los Clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado".

Telefónica celebra que sólo paga un 1,4% más

Por su parte, Telefónica también ha lanzado un comunicado en el que explica que la adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros, a razón de un precio medio de 527,17 millones por temporada. Las cuentas cuadran: la mitad de 5.250 millones de euros, la cifra conjunta con DAZN, sale a 2.625 millones de euros. La diferencia es de 10 millones respecto a lo que anuncia la compañía.

Telefónica celebra que los términos económicos de esta renovación son similares a los del ciclo anterior, y que para ella el precio sólo sube un 1,4%. Telefónica podrá seleccionar en 1ª elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' entre Real Madrid y FC Barcelona de la segunda vuelta.

La compañía celebra que este acuerdo "consolida a Movistar Plus+ como una de las plataformas clave para disfrutar del mejor fútbol español", y adelanta: "Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al

100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031", refiriéndose a que intentará mantener los partidos de DAZN dentro de su plataforma, y al reciente acuerdo que incluye la Champions League.

Con esta adjudicación, Movistar Plus+ refuerza 'La Casa del Fútbol' y mantiene LaLiga, a la que se suman a la Champions League, la Europa League y el resto de competiciones UEFA renovadas recientemente. La compañía lista todos los derechos futbolísticos que posee, su mayor oferta histórica: LaLiga EA Sports, LaLiga Hypermotion, UEFA Champions League, UEFA Europa League, UEFA Conference League, la Premier League íntegra (a través de Movistar Plus+ y DAZN), la Copa del Rey, la Supercopa de Europa, la Supercopa de España, el fútbol argentino, el Brasileirao, la CONMEBOL Libertadores, las Eliminatorias CONMEBOL para el Mundial 2026, la Roshn Saudi League y la Primera Federación Versus E-Learning, dentro de la oferta MiMovistar.

Forbes

EMPRESAS

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones



POR FORBES / EP 28 NOVIEMBRE 2025

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de los derechos de emisión de la LaLiga hasta 2032 por un importe conjunto de 5.250 millones de euros.

Según ha informado la teleco presidida por Marc Murtra a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior.

Por su parte, el importe de la adjudicación para la emisión de LaLiga a DAZN se ha cerrado por un importe de unos 2.614 millones de euros.

«LaLiga ha concluido hoy con éxito el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de 'LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales», ha detallado por su parte LaLiga.

En concreto, Telefónica podrá seleccionar en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' de la segunda vuelta.

«La adjudicación comprende las temporadas 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030, 2030/2031 y 2031/32. La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas», ha detallado la operadora a través de la CNMV.

No obstante, la adjudicación está supeditada a la firma del correspondiente contrato entre Telefónica y LaLiga, lo cual se producirá en los próximos 30 días.

«Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031», ha añadido la empresa en el comunicado remitido a la CNMV.

En ese sentido, la semana pasada se dio a conocer que Telefónica se aseguró en exclusiva los derechos audiovisuales para emitir en España todas las competiciones de la UEFA –Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa– entre 2027 y 2031 por un total de 1.464 millones de euros.

Importes adicionales para LaLiga

No obstante, el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el mencionado periodo, lo que supone un crecimiento interanual del 9%.

«Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento 'horeca' (hoteles, restaurantes y cafeterías), que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion (la segunda división), que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo», ha destacado la entidad presidida por Javier Tebas.

En ese sentido, la LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como «socios estratégicos de alto valor» por su cobertura y programación de «máxima calidad», algo que, a su juicio, ha impulsado las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas.

«Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes», ha ahondado.

LA CASA DEL FÚTBOL

Telefónica renueva los derechos de LaLiga hasta 2032

La empresa ha vuelto a adjudicarse uno de los paquetes principales de la competición española con el que refuerza su compromiso por el fútbol.



Por Redacción | Publicado: Viernes 28 Noviembre 2025

Movistar Plus+ se ha asegurado seguir siendo 'La casa del fútbol' por los próximos años. Telefónica ha renovado los derechos de LaLiga al adjudicarse uno de los paquetes principales de la competición española. De este modo, el evento deportivo se verá a través de los canales del grupo hasta la temporada 2031/2032.

En este nuevo ciclo, que abarca desde la temporada 2027/2028 a la 2031/2032, Telefónica podrá optar en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, entre las que se incluye "El Clásico" de la segunda vuelta. Esta adjudicación ha tenido un coste de 527,17 millones de euros para cada temporada, lo que se traduce en un montante de 2.635,85 millones de euros. Cabe destacar que el coste ha crecido solo un 1,4% más que el ciclo anterior.

La noticia de la renovación de LaLiga en Movistar Plus+ coincide con la adquisición de la Champions League tan solo una semana atrás. Este evento y la Europa League se podrán ver en la compañía hasta 2031 gracias a la

adjudicación en exclusiva a Telefónica. Además, el paquete conseguido también se compone de los derechos de emisión de la UEFA Youth League, la UEFA Europa Conference League y la UEFA Super Cup.

En esta ocasión, la adquisición de estos eventos deportivos para las próximas cuatro temporadas se realizó por un valor total de 1.464 millones de euros. Por otro lado, Telefónica llegó a un acuerdo con RTVE para permitirle emitir las finales en abierto, por lo que el ente público ofrecerá estos partidos hasta 2031.

EL INDEPENDIENTE

ECONOMÍA

Telefónica y DAZN adquieren los derechos de emisión de LaLiga por 5.250 millones hasta 2032



Agencias 28 / 11 / 25 - 17: 11

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de los derechos de emisión de la LaLiga hasta 2032 por un importe conjunto de 5.250 millones de euros.

Según ha informado la teleco presidida por Marc Murtra a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior.

Por su parte, el importe de la adjudicación para la emisión de LaLiga a DAZN se ha cerrado por un importe de unos 2.614 millones de euros.

"LaLiga ha concluido hoy con éxito el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de 'LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales", ha detallado por su parte LaLiga.

En concreto, Telefónica podrá seleccionar en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' de la segunda vuelta. "La adjudicación comprende las temporadas 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030, 2030/2031 y 2031/32. La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas", ha detallado la operadora a través de la CNMV.

No obstante, la adjudicación está supeditada a la firma del correspondiente contrato entre Telefónica y LaLiga, lo cual se producirá en los próximos 30 días.

"Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031", ha añadido la empresa en el comunicado remitido a la CNMV.

En ese sentido, la semana pasada se dio a conocer que Telefónica se aseguró en exclusiva los derechos audiovisuales para emitir en España todas las competiciones de la UEFA --Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa-- entre 2027 y 2031 por un total de 1.464 millones de euros.

Importes adicionales para LALIGA

No obstante, el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el mencionado periodo, lo que supone un crecimiento interanual del 9%.

"Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento 'horeca' (hoteles, restaurantes y cafeterías), que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion (la segunda división), que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo", ha destacado la entidad presidida por Javier Tebas.

En ese sentido, la LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor" por su cobertura y programación de "máxima calidad", algo que, a su juicio, ha impulsado las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas.

"Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes", ha ahondado.

THEOBJECTIVE

Medios de comunicación

Telefónica y Dazn renuevan los derechos del fútbol español por 5.250 millones

La operadora de telecomunicaciones abonará solo un 1,4% para más emitir la mitad de los partidos de la competición



Fernando Cano @canocadiz Fc@theobjective.com 28/11/2025 • 16:26

Telefónica España y Dazn se han vuelto a quedar con los derechos de La Liga española de fútbol por 5.250 millones de euros para las próximas cinco temporadas (2027-2032), 1.050 al año y un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027). De esta manera, se mantiene el statu quo en el mercado doméstico, ya que las dos compañías conservan los mismos paquetes que el ciclo anterior, es decir cinco encuentros por jornada cada uno.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de La Liga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el alza del 6% del mercado residencial con Telefónica y Dazn pagando 5.250 millones; del 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones; un crecimiento del 40% en LaLiga HYPERMOTION, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo.

En el caso del mercado residencial, Telefónica se ha quedado con cinco partidos por temporada y podrá tener ka primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo El Clásico de la segunda vuelta, mientras que Dazn se ha quedado con otros cinco partidos por jornada. En términos netos, las dos compañías comparten el coste casi de manera equivalente aunque la operadora española deberá pagar entre unos 20 millones más para tener esta primera opción.

Telefónica y Dazn

Es así como la teleco ha comprometido 2.635,85 millones, a un precio medio de 527,17 millones, lo que implica un alza del 1,4%. Por su parte, la plataforma internacional ha pagado 2.614,14 millones y 522,83 millones por temporada, un 11% más de lo que pagó el ciclo anterior y asumiendo el resto de la subida del 6% que La Liga ha conseguido. La diferencia respecto del tender pasado es que esta vez Telefónica no tendrá tres jornadas exclusivas de emisión al año, es decir tendrá quince partidos menos y Dazn quince partidos más.

Los acuerdos de colaboración de las dos plataformas abren la puerta a que compartan sus derechos y los emitan en conjunto como ya ha pasado en el ciclo anterior. De hecho, Telefónica ya ha indicado que dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de La Liga y «así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística», que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la operadora hasta 2031.

Otro año más, las nuevas plataformas como Amazon o Paramount se quedan fuera del reparto del fútbol en España. En el caso de Telefónica, esta oferta mantiene su hoja de ruta y objetivo de pagar menos 1.000 millones de euros por temporada (entre Liga y Champions), el mismo montante que llevan abonando durante los últimos ocho cursos.

Champions League

Telefónica también se adjudicó la semana pasada la Champions League por 1.464 millones, a razón de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas adjudicadas. Y a diferencia de La Liga el aumento de precio se situó en el 14%, aunque en el campeonato europeo ahora hay más partidos en emisión. En el caso de la puja de la Champions, la española ganó a Paramount. Y lo hizo a contracorriente ya que Alemania e Italia se quedaron en manos de los gigantes audiovisuales internacionales.

La estrategia de captación de abonados de Movistar+ se basa en gran medida en poseer Liga y Champions, una baza que ha explotado incluso para su plataforma de bajo coste con un partido a la semana de cada una de estas competiciones.

Esto les ha permitido recuperar la senda de crecimiento de sus abonados de televisión (que ya llegan a los 3,67 millones) y acercarse a su récord histórico de 4,11 millones. Por ello, estas dos adjudicaciones son un gran triunfo para su estrategia.

EL VALOR DE SER LIBRES Y FIABLES
vozpopuli

TELECOMUNICACIONES

Telefónica y Dazn se repartirán los derechos de LaLiga hasta 2032

Las dos plataformas tendrán cinco partidos de cada jornada



JULIÁN ÁLVAREZ – EFE

Carlos R. Cózar - 28/11/2025 · 15:46

Fumata blanca en LaLiga. La patronal del fútbol español ha dado a conocer este viernes la adjudicación de los derechos audiovisuales del próximo tender, que va en el período de 2027 a 2032.

En concreto se ha alcanzado un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior. Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos

residenciales: 30% en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LALIGA HYPERMOTION, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, según remarca la propia compañía.

Como ya explicó este periódico, Telefónica volverá a tener protagonismo en los derechos audiovisuales del campeonato nacional liguero. Si bien se intentó que se quedara en exclusiva todo el tender, los duros competidores ha provocado que LaLiga haya repartido los partidos, tal y como sucede en la presente temporada.

Socios estratégicos

La Liga ha querido poner en valor el papel desempeñado tanto por Telefónica como Dazn y los ha calificado como "socios estratégicos de alto valor". "Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LALIGA seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores", remarca en el comunicado.

Telefónica, por su parte, ha remarcado que "dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031". Conviene recordar que la empresa dirigida por Marc Murtra se quedó en exclusiva los derechos de las competiciones europeas hasta 2031, demostrando la enorme apuesta por el deporte.

Óscar Vilda, CEO de DAZN Iberia, ha destacado: “Estamos encantados de anunciar la renovación de los derechos de LALIGA en España y poder ofrecer aún más partidos en el próximo ciclo. Seguiremos trabajando junto con LALIGA para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman”.

CapitalMadrid
Diario de información empresarial y financiera fundado en 2004

VIERNES 28 DE NOVIEMBRE DE 2025

La operadora ya pactó los derechos de la Champions Ligue con la UEFA hasta 2031

Murtra (Telefónica) da otro paso adelante: contrata los derechos de LaLiga por 2.635,85 millones

Se asegura el 'gancho' del fútbol para Movistar y ace-lera el desa-rrollo de sus in-ver-siones

Andrés Romero 28 noviembre 2025 / 19:51h



Marc Murtra, presidente de Telefonica.

El pre-si-dente de Telefónica, Marc Murtra, se ha ase-gu-rado uno de los prin-ci-pales re-clamos para su ne-gocio te-le-vi-sivo al ad-ju-di-carse los de-re-chos de LaLiga, la Champions Ligue y la UEFA Europa Ligue para los pró-ximos años. La ope-ra-dora in-ver-tirá casi 4.100 mi-llones de euros en la compra de estos de-re-chos que le ase-guran el desa-rrollo de un ne-gocio que, al cierre del tercer tri-mes-tre, su-pera los 8,7 mi-llones de usua-rios.

La gestión de Movistar+ ha sido adjudicada al hasta ahora consejero, Javier de Paz, que ve resuelto el principal 'riesgo' para el crecimiento de su área televisiva.

Las dos operaciones permiten avanzar el cumplimiento de dos de los primeros objetivos del plan estratégico hasta 2030 (denominado 'Transform & Grow'): "Ofrecer la mejor experiencia de cliente" y ampliar la oferta al consumidor final (B2C). El fútbol es el principal reclamo para los usuarios de televisión de pago; por lo que asegurarse los derechos de las grandes competiciones española y europeas le garantiizan no solo el volumen sino también la mejora de sus ingresos más allá del incremento tarifario del 4% anunciado para 2026.

Según ha confirmado la propia compañía, el acuerdo suscrito con La Liga le asegura la primera elección de partidos en 19 jornadas de la competición (los derechos totales han sido adjudicados a Telefónica y a DAZN), la teleco española desde la temporada 2027-2028 hasta la 2031-2032.

Telefónica pagará 2.635,85 millones de euros por los derechos e la competición española (527,17 millones anuales) y "dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031".

La operadora española se adjudicó el pasado 20 de noviembre los derechos hasta la temporada 2030-2031, de las cinco grandes competiciones europeas de fútbol, la UEFA Champions League y UEFA Europa League, así como de la UEFA Youth League, la UEFA Europa Conference League y la UEFA Super Cup. Por todos ellos, la 'teleco' española pagará 1.464 millones de euros (366 millones al año).

Pese a las críticas políticas recibidas por el plan de ajuste de plantilla que ha empezado a negociar con los sindicatos, Marc Murtra, ha defendido la necesidad de mejorar su eficiencia para "poder invertir más" y generar retornos a futuro a pesar de "sacrificar caja a corto plazo".

"Muchas de las decisiones dolorosas y difíciles que se toman hoy, se toman si la diagnosis es correcta y se tiene el mandato correcto y la capacidad correcta para recibir retornos a futuro", ha resaltado este jueves en Zaragoza durante su participación en el XXIV Congreso de Directivos de la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE).

"Nosotros hacemos una diagnosis. En Europa hace falta desarrollar tecnologías digitales para poder tener soberanía productiva y soberanía para tomar nosotros las decisiones (...) Vemos que para hacer eso se requieren dos cosas. Empresas eficientes (...) y empresas con escala, que tengan capacidad de invertir, capacidad operativa, práctica y eficiente", ha añadido.

"Nuestro giro estratégico funciona bajo estas premisas. Tomar decisiones ahora para ser mucho más eficientes e invertir más, y eso significa sacrificar caja a corto plazo para generar retornos a medio o largo plazo porque creemos que va a haber un proceso de rearme tecnológico en Europa", ha añadido.

La Bolsa parece haberle dado la razón ya que sus acciones se han revalorizado el 1,27% en la última semana para quedar valoradas en 3,74 euros.

Ajustar para crecer

Asegurar el crecimientno del negocio televisivo es paralelo al proceso de reducción de costes de 3.000 millones hasta 2030 en el que la negociación del expediente de regulación de empleo (ERE) para ajustar el 30% de su plantilla es solo una parte. El plan estratégico incluye también “escalar el negocio B2B, desarrollar las capacidades tecnológicas, simplificar el modelo operativo y desarrollar el talento” dentro de la compañía.

Pero el desarrollo de sus negocios en mercados clave como Alemania, sigue su curso. Telefónica ha prorrogado su alianza con Nokia para acelerar el desarrollo de la tecnología 5G y modernizar la red de acceso radioeléctrico (RAN) en ese país.

**Ajustar hoy para crecer mañana

La nueva estrategia de ‘ajustar hoy para crecer mañana’ (incluida la rebaja a la mitad de su dividendo, hasta 0,15 euros a partir de 2026 y el limite de las inversiones al 12% de sus ventas) busca colocar la compañía en posición de “liderar la consolidación del sector europeo de las telecomunicaciones” según el propio presidente de Telefónica.

A falta de una mayor concreción, ese desarrollo tecnologías digitales ‘made in Europe’ que persigue Murtra, abarca tantos sectores como las propias actividades de la compañía, desde la Defensa al negocio de telecomunicaciones puro.

Las posibilidades de alianzas y compras o fusiones que se barajan en el mercado son amplias. Entre las posibles operadoras que podrían estar en el foco de Telefónica esta la alemana 1&1, cuya integración consolidaría a la empresa española como uno de los principales actores de ese mercado.

En el área de redes y, pese a la segregación de parte de su red en Fiberpass (participadas por Axa y Vodafone España) y Bluevia (asociada a Vauban y Crédit agricole)

Mientras en lo tecnológico, a la compañía presidida por Marc Murtra se la sitúa como posible aliado de la española Indra con la que los negocios tecnológicos (civiles y de seguridad) coinciden. Aunque Indra, inmersa en un acelerado programa de crecimiento inorgánico e industrial, tiene sus propios problemas para cerrar la fusión con EM&E, su segundo mayor accionista. en ese país.

infobae

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

Por Newsroom Infobae 28 Nov, 2025 04:30 p.m. ESP

Telefónica y DAZN han resultado adjudicatarias de los derechos de emisión de la LaLiga hasta 2032 por un importe conjunto de 5.250 millones de euros.

Según ha informado la teleco presidida por Marc Murtra a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada, lo que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior.

Por su parte, el importe de la adjudicación para la emisión de LaLiga a DAZN se ha cerrado por un importe de unos 2.614 millones de euros.

"LaLiga ha concluido hoy con éxito el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de 'LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor total de más de 5.250 millones de euros. Este resultado supone un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027), que se situaba en 4.950 millones de euros, renovando Telefónica y Dazn la adjudicación de 5 partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales", ha detallado por su parte LaLiga.

En concreto, Telefónica podrá seleccionar en primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' de la segunda vuelta.

"La adjudicación comprende las temporadas 2027/2028, 2028/2029, 2029/2030, 2030/2031 y 2031/32. La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas", ha detallado la operadora a través de la CNMV.

No obstante, la adjudicación está supeditada a la firma del correspondiente contrato entre Telefónica y LaLiga, lo cual se producirá en los próximos 30 días.

"Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031", ha añadido la empresa en el comunicado remitido a la CNMV.

En ese sentido, la semana pasada se dio a conocer que Telefónica se aseguró en exclusiva los derechos audiovisuales para emitir en España todas las competiciones de la UEFA --Champions League, Europa League, Europa Conference League, Youth League y Supercopa de Europa-- entre 2027 y 2031 por un total de 1.464 millones de euros.

IMPORTES ADICIONALES PARA LALIGA

No obstante, el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el mencionado periodo, lo que supone un crecimiento interanual del 9%.

"Este avance se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30% en el segmento 'horeca' (hoteles, restaurantes y cafeterías), que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40% en LaLiga Hypermotion (la segunda división), que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones, y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo", ha destacado la entidad presidida por Javier Tebas.

En ese sentido, la LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor" por su cobertura y programación de "máxima calidad", algo que, a su juicio, ha impulsado las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas.

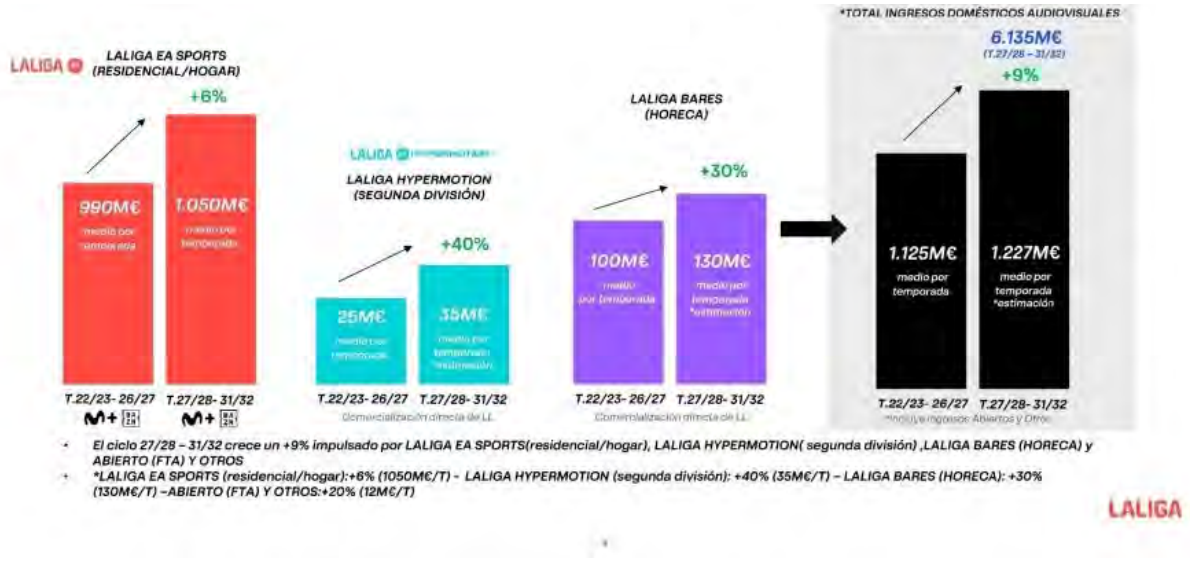
"Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes", ha ahondado.



Telefónica y DAZN renuevan por 6.135 millones con LaLiga hasta 2032

Empresas28 noviembre, 2025

La multinacional española Telefónica y DAZN han renovado este viernes los derechos de emisión en exclusiva de LaLiga hasta la temporada 2031-32 por un total de 6.135 millones de euros, un 9 % más que en el actual ciclo, que acaba en 2027.



Según han confirmado las tres empresas en sendos comunicados, el acuerdo comprende cinco temporadas, desde la 2027-28 hasta la 2031-32, a través de una adjudicación por la que Telefónica y DAZN emitirán cinco partidos de cada jornada.

LaLiga ha confirmado que la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior, mientras que el precio de venta por los derechos televisivos de la Primera División es un 6 % mayor que en el periodo actual, al venderse por 5.250 millones, 350 más que los 4.950 millones logrados para el periodo entre 2022 y 2027.

Telefónica y DAZN emitirán cinco partidos de cada jornada

El sector Horeca, que engloba el conjunto de hoteles, restaurantes y cafeterías, pasa a los 650 millones, por los 500 millones del anterior ciclo; mientras que los derechos de la Segunda División ascienden desde los 125 hasta los 175 millones. Por su parte, los resúmenes se han vendido por 60 millones.

La operación eleva a 6.135 millones de euros, un avance que para LaLiga «se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales (Horeca, derechos de resúmenes y la Segunda División) a los derechos residenciales».

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, ha destacado que «en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9 % es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español».

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería», ha añadido.

LaLiga considera a Telefónica y DAZN como «socios estratégicos del alto valor»

LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como «socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas».

También ha incidido en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.

«Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo», ha concluido LaLiga en un comunicado.

Telefónica y DAZN renuevan hasta 2032 y LaLiga superará los 6.135 millones de ingresos

Madrid, 28 nov (.).- Telefónica y DAZN han renovado este viernes los derechos de emisión en exclusiva de LaLiga hasta la temporada 2031-32 por un total de 6.135 millones de euros, un 9 % más que en el actual ciclo, que acaba en 2027.

Según han confirmado las tres empresas en sendos comunicados, el acuerdo comprende cinco temporadas, desde la 2027-28 hasta la 2031-32, a través de una adjudicación por la que Telefónica y DAZN emitirán cinco partidos de cada jornada.

LaLiga ha confirmado que la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior, mientras que el precio de venta por los derechos televisivos de la Primera División es un 6 % mayor que en el periodo actual, al venderse por 5.250 millones, 350 más que los 4.950 millones logrados para el periodo entre 2022 y 2027.

El sector Horeca, que engloba el conjunto de hoteles, restaurantes y cafeterías, pasa a los 650 millones, por los 500 millones del anterior ciclo; mientras que los derechos de la Segunda División ascienden desde los 125 hasta los 175 millones. Por su parte, los resúmenes se han vendido por 60 millones.

La operación eleva a 6.135 millones de euros, un avance que para LaLiga "se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales (Horeca, derechos de resúmenes y la Segunda División) a los derechos residenciales".

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, ha destacado que "en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9 % es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español".

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería", ha añadido.

LaLiga ha resaltado que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas".

LaLiga ha incidido en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.

"Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo", ha concluido LaLiga en un comunicado.

LA INFORMACIÓN
ECONÓMICA

Telefónica y Dazn se adjudican los derechos de LaLiga por cinco años y 5.250 millones



Kylian Mbappé celebra el primer gol del Real Madrid en el Clásico.

Iván Alhambra 28 nov 2025 - 14:43

- Las operadoras repiten tándem y se reparten la adjudicación de cinco partidos por jornada desde la temporada 2027/2028 hasta la 2030/2031.

Golpe de efecto de Telefónica y Dazn en el tablero audiovisual del fútbol español. Ambas compañías resultan adjudicatarias en exclusiva de los derechos de emisión de LaLiga para el ciclo que abarca desde la temporada 2027/2028 hasta la 2030/2031. El precio del acuerdo, sin incluir derechos adicionales a la emisión de primera división, asciende a 5.250 millones de euros, lo que supone un desembolso anual de más de 1.000 millones por cada una de las cinco temporadas incluidas en el ciclo, un 6% más respecto al periodo actual (2022-2027), que se sitúa en 4.950 millones de euros.

El acuerdo extiende la relación de ambas operadoras con la competición y permite a cada una la emisión de cinco partidos por jornada durante toda la temporada con la novedad de que Telefónica pierde la exclusividad que tenía Movistar para emitir tres jornadas completas en sus canales.

No obstante, desde la 'teleco' se aseguran el derecho de preferencia para seleccionar en primer lugar los partidos de 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' de la segunda vuelta.

En el ciclo actual, los derechos de emisión están en manos de Telefónica, aunque están compartidos con Dazn —a quien abona cerca de 280 millones de euros por temporada para que Movistar Plus+ distribuya los encuentros de su paquete a sus suscriptores—. De ahora en adelante, Telefónica "dará los pasos para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga", añade la compañía en un comunicado sobre la adjudicación, que se ha logrado a cambio de 2.636 millones de euros —a razón de 527,17 millones por temporada (+1,4%)—.

'Doblete' para Telefónica

Telefónica consuma así su 'doblete' una semana después de amarrar los derechos televisivos de la Champions League para el mismo ciclo a cambio de 1.464 millones de euros, lo que supone un desembolso anual de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas incluidas en el ciclo. La compañía reafirma así la estrategia proyectada semanas atrás en la presentación del nuevo plan estratégico, cuando su consejero delegado Emilio Gayo deslizó las intenciones de acudir a las subastas de los derechos del fútbol de LaLiga y de la Champions, pero con una propuesta "disciplinada" y con la vista puesta "no en ser el dueño de todo, sino que los clientes tengan acceso a todo".

Volviendo a la competición doméstica, la adjudicación completada este viernes tras la apertura de sobres eleva casi un 10% el valor de sus derechos televisivos hasta los 6.135 millones de euros. Ya que, al citado importe se le suman los 650 millones en Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) , 175 millones de LaLiga Hypermotion (segunda división) y 60 millones correspondientes a derecho en abierto y resúmenes.

25 Aniversario Libertad Digital

LALIGA

El nuevo contrato histórico audiovisual de La Liga

Movistar Plus+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos, cinco cada uno todas las jornadas.



Libertad Digital28/11/2025 - 17:24

LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales domésticos para el ciclo 2027/28-2031/32, tras la adjudicación este viernes a Telefónica y DAZN de los lotes de residencial/hogar por 5 temporadas, para la emisión de 5 partidos cada uno de LaLiga EA Sports.

Según confirmó LaLiga, la cifra total de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior y corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports, 650 millones en HORECA , 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones por derechos en abierto y resúmenes.

LaLiga aseguró que el proceso iniciado el pasado día 7 ha concluido "con éxito" para la comercialización de los derechos residenciales/hogar de la máxima categoría de 2027 a 2032, que ha alcanzado un valor total de más de 5.250 millones de euros.

Este resultado supone un incremento total del 6 % respecto al tramo anterior (2022-2027), que se situó en 4.950 millones de euros, con la renovación de Telefónica y Dazn para la adjudicación de 5 partidos por jornada, cada operador, durante cinco años adicionales.

La operación eleva a 6.135 millones de euros el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga (+ 9 %), un avance que para LaLiga "se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales".

En concreto un 30 % en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40 % en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Su presidente, Javier Tebas, destacó que "en un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9 %, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros".

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado", añadió.

LaLiga resaltó que Telefónica y DAZN se consolidan como "socios estratégicos de alto valor, que con su cobertura y programación de máxima calidad, han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas". "Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos", subrayó.

LaLiga incidió en que el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, por favorecer la planificación e inversión a largo plazo de los operadores, a la vez que refuerza la sostenibilidad de los clubes.

También agradeció a ambos operadores "su apuesta renovada por un producto premium de referencia en su catálogo" y a DAZN "más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo".

Para LaLiga, el éxito del proceso de comercialización responde a una estrategia sostenida en tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones.

"Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo", concluyó en un comunicado.



Movistar Plus+ seguirá emitiendo LALIGA hasta la temporada 2031-2032

por Redacción 28.11.2025

Movistar Plus+ seguirá emitiendo LALIGA tras la adjudicación a Telefónica de uno de los paquetes principales de derechos para las próximas cinco temporadas. El nuevo ciclo abarca desde la temporada 2027/2028 hasta la 2031/2032, «consolidando a Movistar Plus+ como una de las plataformas clave para disfrutar del mejor fútbol español».

Telefónica podrá seleccionar en 1ª elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo "El Clásico" de la segunda vuelta (Opción D, Lote D.1), como informa la compañía en una nota de prensa que hemos recibido hoy viernes 28 de noviembre de 2025.

La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas. Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LALIGA y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031.

La adjudicación está supeditada a la firma, en los próximos días, del correspondiente contrato entre Telefónica y LALIGA.

Movistar Plus+ refuerza 'La Casa del Fútbol'

Con esta adjudicación, Movistar Plus+ refuerza 'La Casa del Fútbol' «y mantiene una parte esencial de los derechos de LALIGA, que se suman a la UEFA Champions League, la Europa League y el resto de competiciones UEFA, renovadas recientemente». «Telefónica consolida así su liderazgo en la emisión de deporte premium en España y su compromiso de largo plazo con la producción de contenidos deportivos de calidad», añade.

Asimismo, Movistar Plus+ mantendrá su foco en ofrecer una experiencia de alto valor para el usuario, disponible en múltiples dispositivos y modalidades de contratación. Tanto los clientes de miMovistar como los usuarios de la versión OTT abierta al mercado podrán seguir accediendo a una oferta deportiva robusta que combina el mejor fútbol nacional e internacional, junto con cine, series, documentales y entretenimiento.

Esta renovación, unida a la de los derechos de la UEFA Champions League y resto de competiciones UEFA, garantiza un marco de estabilidad y continuidad, ofreciendo a los clientes una experiencia sólida y diferencial durante el nuevo ciclo, «y afianzando a Movistar Plus+ como la plataforma de referencia en entretenimiento y deporte en nuestro país».

En Movistar Plus+ el fútbol tiene su espacio: LALIGA EA SPORTS, LALIGA HYPERMOTION, UEFA Champions League, UEFA Europa League, UEFA Conference League, la Premier League íntegra (a través de Movistar Plus+ y DAZN), la Copa del Rey MAPFRE, la Supercopa de Europa, la Supercopa de España, el fútbol argentino, el Brasileirao, la CONMEBOL Libertadores, las Eliminatorias CONMEBOL para el Mundial 2026, la Roshn Saudi League y la Primera Federación Versus E-Learning, dentro de la oferta MiMovistar.



Movistar Plus+ seguirá emitiendo LALIGA hasta 2032 tras adjudicarse uno de los paquetes principales

28 de noviembre de 2025

Telefónica refuerza 'La Casa del Fútbol' con LALIGA, Champions League, Europa League y las grandes competiciones internacionales.

Movistar Plus+ continuará siendo el referente del fútbol en España tras la adjudicación a **Telefónica** de uno de los paquetes principales de derechos de **LALIGA** para las próximas cinco temporadas. El nuevo ciclo abarcará desde la **temporada 2027/2028 hasta la 2031/2032**, consolidando a la plataforma como uno de los espacios clave para disfrutar del mejor fútbol nacional.

Detalles de la adjudicación

- Telefónica podrá seleccionar en primera elección **19 jornadas por temporada**, incluyendo *El Clásico* de la segunda vuelta.
- El acuerdo se ha cerrado por un importe total de **2.635,85 millones de euros**, con un precio medio de **527,17 millones por temporada**.

- La adjudicación está pendiente de la firma del contrato definitivo entre Telefónica y LALIGA.

Una oferta deportiva premium

Con esta renovación, Movistar Plus+ mantiene una parte esencial de los derechos de LALIGA y suma su emisión a las competiciones europeas recientemente adjudicadas hasta 2031: **UEFA Champions League, Europa League y Conference League**. La plataforma refuerza así su liderazgo en la emisión de deporte premium en España.

Además, los clientes podrán seguir disfrutando de una oferta completa que incluye:

- **LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYPERMOTION**
- **Premier League** íntegra (a través de Movistar Plus+ y DAZN)
- **Copa del Rey MAPFRE** y **Supercopa de España**
- **Supercopa de Europa**
- Competiciones internacionales como el **Brasileirao**, la **CONMEBOL Libertadores**, las **Eliminatorias CONMEBOL para el Mundial 2026**, el **fútbol argentino**, la **Roshn Saudi League** y la **Primera Federación Versus E-Learning**.

Experiencia multiplataforma

Movistar Plus+ seguirá ofreciendo una experiencia de alto valor en múltiples dispositivos y modalidades de contratación. Tanto los clientes de miMovistar como los usuarios de la versión OTT abierta al mercado podrán acceder a esta oferta deportiva robusta, que se completa con cine, series, documentales y entretenimiento por 9,99 € al mes.

TV Digital

DAZN renueva los derechos de LALIGA EA SPORTS hasta la temporada 2031/2032

28 de noviembre de 2025



DAZN, la plataforma global líder de entretenimiento deportivo, ha anunciado hoy la renovación de los derechos de emisión de LALIGA EA SPORTS para el próximo ciclo audiovisual, que comprenderá cinco temporadas completas a partir de la temporada 2027/28.

Con este nuevo acuerdo, DAZN ofrecerá en exclusiva un total de 190 partidos por temporada, es decir, 5 encuentros en cada una de las 38 jornadas, desde 2027 a 2032, consolidando su apuesta por el mercado español.

Óscar Vilda, CEO de DAZN Iberia, ha destacado: "Estamos encantados de anunciar la renovación de los derechos de LALIGA en España y poder ofrecer aún más partidos en el próximo ciclo. Seguiremos trabajando junto con LALIGA para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman".

Para aquellos aficionados que no pueden resistirse a las promociones, DAZN también tiene preparadas varias opciones para disfrutar del catálogo deportivos de la plataforma al mejor precio

Por un lado, desde el 24 de noviembre y hasta el 30 de noviembre, la plataforma ofrece una oferta exclusiva del plan Premium en modalidad anual con pago fraccionado por 19,99 € al mes. Esta promoción permitirá disfrutar de todo el contenido de DAZN, incluyendo LALIGA EA SPORTS, LALIGA HYPERMOTION, Premier League, F1, MotoGP, Serie A, Bundesliga, NBA, NFL y mucho más, con un precio reducido durante los 12 meses de la suscripción.

DAZN ha lanzado también un descuento del 50% en sus planes anuales en modalidad de pago único en el Black Friday (viernes, 28 de noviembre) y el Cyber Monday (lunes, 1 de diciembre).

Con esta renovación, DAZN reafirma su posición como plataforma de referencia para los aficionados al deporte en España y asegura una oferta futbolística de primer nivel para las próximas temporadas. Además de LALIGA EA SPORTS y LALIGA HYPERMOTION, los fans podrán seguir disfrutando de las mejores competiciones internacionales de fútbol como la Premier League, la Serie A y la Bundesliga. DAZN también tiene los derechos en exclusiva de una completa oferta multideportiva con los campeonatos del mundo de Formula 1, MotoGP, Moto2 y Moto3, las competiciones acb (Liga Endesa, Copa del Rey y Supercopa Endesa), NBA, NFL, NASCAR y destacadas veladas de boxeo y MMA de las principales promotoras a nivel mundial.

Por último, también con motivo del Cyber Monday, el plan Motor podrá suscribirse por 9,99 € al mes (plan anual con pago fraccionado), o por 109,99 € (pago único anual). Esta propuesta permite disfrutar del final del Mundial de Formula 1 y mantener el mejor precio para vivir toda la temporada 2026 de motor, que incluye MotoGP, WorldSBK y S-CER entre otros contenidos de la plataforma.

elBoletin

Telefónica y DAZN renuevan los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

Telefónica eleva un 1,4% el precio por temporada y mantiene el acceso al 100% de los partidos.



Valentina Álvarez noviembre 28, 2025

LaLiga cierra un ciclo audiovisual al alza mientras crece el valor del mercado deportivo en Europa.

Telefónica y DAZN se han adjudicado los derechos de emisión de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones de euros, consolidando su posición en el mercado del fútbol español. El acuerdo, que cubre cinco temporadas a partir de 2027, refuerza el peso de ambos operadores en la oferta deportiva nacional.

La subida del valor audiovisual se produce en un contexto en el que los principales campeonatos europeos también han registrado incrementos de precios, aunque con diferencias según mercado y audiencia.

Tras el incremento global del 6% respecto al ciclo anterior, LaLiga destaca el rendimiento de sus líneas adicionales como “horeca” y la segunda división, en un entorno en el que Reino Unido, Francia o Italia han renovado contratos con subidas más moderadas.

Además, Telefónica había asegurado la semana pasada los derechos audiovisuales de las competiciones UEFA para el periodo 2027-2031, reforzando su estrategia de concentración del fútbol europeo.

> *Telefónica mantiene el control del fútbol europeo en España al sumar LaLiga y las competiciones de la UEFA hasta 2031*

Importes y reparto de los derechos

Según la información remitida a la CNMV, Telefónica pagará 2.635,85 millones de euros por las cinco temporadas, unos 527,17 millones por campaña, el 1,4% más que el contrato previo. Por su parte, DAZN abonará aproximadamente 2.614 millones.

La adjudicación otorga a Telefónica la primera elección en 19 jornadas, incluyendo El Clásico de la segunda vuelta.

Evolución del valor audiovisual de LaLiga

El valor total de los derechos domésticos para el ciclo 2027-2032 ascenderá a 6.135 millones, un crecimiento interanual del 9%. LaLiga destaca subidas destacadas:

- 30% en el segmento *horeca*, que pasa de 500 a unos 650 millones.
- 40% en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a unos 175 millones.
- Más de 60 millones por derechos en abierto, resúmenes y clips.

A escala europea, las renovaciones recientes reflejan un mercado estable pero con tendencia a la contención: en Reino Unido, la Premier League ha cerrado incrementos menores que en ciclos anteriores; en Francia, la Ligue 1 continúa con procesos de adjudicación marcados por la volatilidad de operadores; e Italia ha alcanzado acuerdos con ligeras subidas tras negociaciones prolongadas. En este contexto, la evolución española se mantiene entre las más sólidas del continente.

> *LaLiga subraya la consolidación de Telefónica y DAZN como socios estratégicos por audiencias, cobertura y programación*

Compromisos y próximos pasos

La adjudicación queda pendiente de la firma del contrato entre Telefónica y LaLiga, que deberá cerrarse en los próximos 30 días. La compañía asegura que Movistar Plus+ seguirá ofreciendo el 100% de los partidos, además de todas las competiciones europeas tras su adjudicación en exclusiva hasta 2031 por 1.464 millones de euros.

El nuevo marco a cinco años proporciona estabilidad a los operadores y a la propia competición, favoreciendo la planificación inversora en un mercado audiovisual marcado por la fragmentación de plataformas y los cambios de hábitos de consumo.

Comparativa del nuevo ciclo audiovisual (2027-2032)

Concepto	Importe total	Variación respecto al ciclo anterior
Derechos residenciales LaLiga	5.250 millones €	+6%
Telefónica (5 temporadas)	2.635,85 millones €	+1,4% por temporada
DAZN (5 temporadas)	~2.614 millones €	—
Derechos totales domésticos LaLiga	6.135 millones €	+9%
Segmento *horeca*	~650 millones €	+30%
LaLiga Hypermotion	~175 millones €	+40%
Derechos en abierto, resúmenes y clips	>60 millones €	—

Economía Digital
ÚLTIMAS NOTICIAS | POLÍTICA

Empresas

Telefónica y Dazn se hacen con los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

La patronal del fútbol logra aumentar un 9% el pago de las operadoras para retransmitir los partidos



Los partidos de LaLiga seguirán viéndose en Movistar y Dazn

Por **Joel Calero Sánchez** 28 Nov 2025 15:46

Telefónica y Dazn vuelven a hacerse con los derechos de LaLiga para el próximo período. La patronal del fútbol español ha adjudicado a las operadoras los derechos televisivos de la primera división en España, LaLiga EA Sports para el ciclo de temporadas 2027/2028-2031-2032 por un valor de 5.250 millones de euros, un 6% más que en el periodo anterior.

LaLiga ha comunicado este viernes que los derechos televisivos residenciales de la máxima categoría del fútbol profesional se han comercializado por 5.250 millones de euros, lo que supone un incremento del 6% respecto al ciclo anterior, para el que las mismas compañías pagaron 4.950 millones.

Según ha informado Telefónica a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el importe del acuerdo para Telefónica asciende a casi 2.636 millones de euros, a razón de 527,17 millones de euros por temporada.

La cifra que supone un incremento del 1,4% en comparación con los 520 millones por temporada del acuerdo anterior. Por su parte, el importe de la adjudicación para la emisión de LaLiga a Dazn se ha cerrado por un importe de unos 2.614 millones de euros.

«Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística», ha subrayado la teleco.

De este modo, la Telefónica de Marc Murtra y la OTT Dazn renuevan la adjudicación de cinco partidos por jornada cada operador durante cinco años adicionales.

Al paquete residencial hay que sumar: el del segmento HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) por 650 millones, un 30% más que los 500 millones del período anterior; el de LaLiga Hypermotion, que asciende un 40% pasando de 125 millones a 175 millones y el paquete que engloba los derechos en abierto, los resúmenes y clips de vídeo, que suponen 60 millones.

Con todo, el valor total de los derechos audiovisuales de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior.

“En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», ha destacado Javier Tebas, presidente de LaLiga.

En esta línea, Tebas ha puesto en valor la «solidez» del producto y la «confianza de los operadores», «impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería». Así, asegura que esta estrategia ha permitido «aumentar el número de usuarios de los operadores».

LaLiga agradece a Telefónica y Dazn la planificación e inversión a largo plazo

«Telefónica y Dazn se consolidan como socios estratégicos de alto valor para LaLiga gracias además a su cobertura y programación de máxima calidad, que han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas», ha destacado la patronal.

En esta línea, ha destacado su «apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo» permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos.

Además, pone en valor que el marco de comercialización a cinco años «aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo» de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes.

«LaLiga les agradece a ambos operadores su apuesta renovada como por un producto premium de referencia en su catálogo, también a Dazn más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo» ha señalado el organismo que preside Tebas.

EXTRATELE

Telefónica se queda con LaLiga: renueva los derechos para Movistar Plus+ hasta 2032

La compañía podrá seleccionar en 1ª elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo "El Clásico" de la segunda vuelta

SERGIO LÓPEZ MARTÍN
28/11/2025 - 17:55



Sergio López Martín 28/11/2025 - 17:55

Movistar Plus+ se consolida como 'La casa del Fútbol' en España. La plataforma española seguirá emitiendo LALIGA tras la adjudicación a Telefónica de uno de los paquetes principales de derechos para las próximas cinco temporadas. El nuevo ciclo abarca desde la temporada 2027/2028 hasta la 2031/2032, consolidando a Movistar Plus+ como una de las plataformas clave para disfrutar del mejor fútbol español, según ha anunciado la compañía en un comunicado de prensa.

Con esta nueva adjudicación, Telefónica podrá seleccionar en 1ª elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo 'El Clásico' entre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona de la segunda vuelta (Opción D, Lote D.1).



La adjudicación se ha realizado a un importe total de 2.635,85 millones de euros a razón de un precio medio de 527,17 millones de euros para cada una de las temporadas. Telefónica dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LALIGA y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a Telefónica hasta 2031.

De esta manera, esta nueva adjudicación de LALIGA se suman a la reciente renovación de los derechos de emisión de la UEFA Champions League, la Europa League y el resto de competiciones UEFA, consolidando a la compañía en su liderazgo en la emisión de deporte premium en España y su compromiso de largo plazo con la producción de contenidos deportivos de calidad.

Esta renovación, unida a la de los derechos de la UEFA Champions League y resto de competiciones UEFA, garantiza un marco de estabilidad y continuidad, ofreciendo a los clientes una experiencia sólida y diferencial durante el nuevo ciclo, y afianzando a Movistar Plus+ como la plataforma de referencia en entretenimiento y deporte en nuestro país.

Movistar Plus+ mantendrá su foco en ofrecer una experiencia de alto valor para el usuario, disponible en múltiples dispositivos y modalidades de contratación. Tanto los clientes de miMovistar como los usuarios de la versión OTT abierta al mercado podrán seguir accediendo a una oferta deportiva robusta que combina el mejor fútbol nacional e internacional, junto con cine, series, documentales y entretenimiento.

De esta manera, la plataforma tendrá en su oferta de contenidos los derechos de emisión de la LALIGA EA SPORTS, LALIGA HYPERMOTION, UEFA Champions League, UEFA Europa League, UEFA Conference League, la Premier League íntegra (a través de Movistar Plus+ y DAZN), la Copa del Rey MAPFRE, la Supercopa de Europa, la Supercopa de España, el fútbol argentino, el Brasileirao, la CONMEBOL Libertadores, las Eliminatorias CONMEBOL para el Mundial 2026, la Roshn Saudi League y la Primera Federación Versus E-Learning, además de las competiciones de otros deportes como la Euroliga, los Majors de golf, el Premier Padel, lo mejor del rugby con el 6 Naciones o el The Rugby Championship, las Nitto ATP Finals, la Copa Davis, Wimbledon, todos los Grand Slams, los Masters 1000, los mejores ATP 500 y ATP 250 del año

plazadeportiva

Telefónica y DAZN renuevan y LaLiga superará los 6.135 millones euros de ingresos



Actualizado: 28/11/2025 · 15:13

VALÈNCIA. LaLiga concluyó este viernes el proceso de comercialización de los derechos residenciales/hogar de LaLiga EA Sports en España para el ciclo 2027/28-2031/32, alcanzando un valor de más de 5.250 millones de euros, por lo que el valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones, según un comunicado.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior, destacó LaLiga en un comunicado. Una cifra que se alcanza por los derechos residenciales de 'Primera' en España por valor de más de 5.250 millones -un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior-, 650 millones en HORECA, 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, celebró "haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior en un contexto nacional e internacional complejo". "Es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros", expresó.

"En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado", agregó.

Como en el anterior ciclo, Telefónica y DAZN se consolidan como socios para LaLiga, ya que se adjudican los lotes de residencial/hogar por cinco temporadas para la emisión de cinco partidos cada uno de LaLiga EA Sports desde la temporada 2027/28 hasta la 2031/32.

"Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos. Además, el marco de comercialización a cinco años aporta estabilidad y certidumbre, favoreciendo la planificación e inversión a largo plazo de los operadores y reforzando la sostenibilidad de los clubes", resaltó el comunicado de la patronal.

LaLiga agradeció a ambos operadores "su apuesta renovada como por un producto 'premium' de referencia en su catálogo, también a DAZN más allá de España, como socio estratégico en numerosos mercados internacionales en todo el mundo".

"El éxito del proceso de comercialización responde a tres pilares: la mejora constante del producto audiovisual; la lucha integral contra el fraude audiovisual; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones. Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo", concluyó el comunicado.

Sports Illustrated

DAZN y Movistar Plus+ renuevan derechos de LaLiga por 6.135 millones de euros hasta 2032

El campeonato español alcanzará más de 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales en el próximo ciclo, un 9% más que el actual, tras cerrar su renovación con DAZN y Movistar Plus+.

Redacción SI México | 28.11.2025



La cadena DAZN y Telefónica, propietaria de Movistar Plus+, renovaron sus derechos de transmisión para LaLiga por cinco temporadas, de 2027 a 2032, en un acuerdo valorado en 6.135 millones de euros (unos 7.100 millones de dólares). El presidente de LaLiga, Javier Tebas, confirmó la operación.

“Telefónica y DAZN renovarán con cinco partidos por jornada, consolidándose como socios estratégicos”, celebró Tebas en X. Según añadió, LaLiga superará los 6.135 millones de euros en ingresos audiovisuales domésticos durante el ciclo 2027/28–2031/32, lo que representa un incremento del 9% respecto al periodo anterior.



Los derechos televisivos continúan como uno de los pilares económicos del futbol profesional. Para muchos clubes españoles y europeos, estos ingresos resultan esenciales para sostener sus presupuestos y competir en el mercado internacional.

Tebas destacó la importancia del acuerdo en un contexto de incertidumbre para otras ligas: “En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante”. También afirmó que el resultado refleja “la solidez” del producto y la confianza de los operadores.

DAZN y Movistar Plus+ ya comparten la emisión de los diez partidos de LaLiga cada fin de semana. El actual ciclo de derechos concluye en 2027, tras lo cual entrará en vigor este nuevo contrato que garantiza estabilidad audiovisual para el campeonato español durante un lustro más.

La Voz de Galicia

SOCIEDAD

Movistar+ y DAZN pagarán 5.250 millones para seguir emitiendo la Liga hasta el 2032

Óscar Bellot 28 nov 2025



La patronal del fútbol consigue vender los derechos televisivos de los partidos de Primera División un 6 % más caros de cara al ciclo que comenzará en el 2027, pero sigue lejos de las cifras de la Premier

Movistar+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos de Primera División hasta el 2032, después de que ambas operadoras se hayan hecho con los lotes que LaLiga sacó a concurso para las temporadas que van desde la 2027-28 hasta la 2031-32. La venta del nuevo ciclo de derechos televisivos se ha cerrado con los mismos adjudicatarios, pero con un importante incremento en el dinero que obtendrán los clubes por la emisión de los 1.900 partidos que se disputarán a lo largo de esas cinco campañas en la máxima categoría, el cual pasa de los 990 millones anuales que venían percibiendo actualmente, una cifra que se mantendrá vigente hasta el término de la temporada 2026-27, hasta los 1.050 millones que recibirán una vez entre en vigor el nuevo contrato al inicio del curso 2027-28.

Serán un total de 5.250 millones, un 6 % de incremento respecto a la cantidad estipulada en el anterior ciclo (2022-2027), los que Movistar+ y DAZN pagarán a LaLiga por la emisión de los partidos de Primera correspondientes a las cinco campañas que comprende el nuevo acuerdo, el cual consolida a ambas operadoras como socios estratégicos de la competición. A esa cifra hay que sumar 650 millones de euros en el segmento HORECA (hostelería), 175 millones por LaLiga Hypermotion y 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes.

A partir de la temporada 2027-2028, Movistar+ emitirá cinco partidos cada jornada y DAZN ofrecerá otros cinco, manteniéndose la fórmula que se implementó al inicio de la campaña 2022-23. La única novedad que ofrece el nuevo acuerdo en este sentido es que Movistar+ ya no dispondrá de ninguna jornada en exclusiva (actualmente tenía tres), por lo que el reparto queda totalmente equilibrado. Telefónica ya ha adelantado que trabajará en mantener el pacto que actualmente tiene con DAZN para que sus clientes puedan seguir accediendo a toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la empresa que encabeza Marc Murtra hasta el 2031.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de LaLiga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9 % respecto al período anterior teniendo en cuenta todos los conceptos. Una avance que se sustenta en el notable rendimiento de todas las categorías adicionales a los ya citados derechos residenciales: 30 % en el segmento HORECA, que pasa de 500 a cerca de 650 millones de euros; un crecimiento del 40 % en LaLiga Hypermotion, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de vídeo, consolidando así la trayectoria de sostenibilidad y expansión del modelo de comercialización de LaLiga.

Tebas reivindica el acuerdo

«En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros», se apresuró a señalar el presidente de LaLiga, Javier Tebas, que se había fijado la meta de superar la simbólica barrera de los 1.000 euros anuales por los partidos de Primera en un contexto de creciente dificultad.

«En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor

experiencia posible al aficionado», incidió Tebas tras cerrar un acuerdo que fue votado por el órgano de control de televisión de LaLiga EA Sports, del que forman parte Real Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna, y que contó con el único posicionamiento en contra del club que preside Florentino Pérez.

La venta de los derechos televisivos constituye la principal fuente de ingresos de los clubes españoles, por lo que ese 6 % de incremento logrado por los partidos de Primera supone un importante triunfo para Tebas. Con todo, y pese al avance experimentado, la cantidad obtenida por parte de LaLiga para el ciclo 2027/28-2031/32 sigue estando muy lejos de las desorbitadas cifras que maneja la Premier League. Cabe recordar que los clubes ingleses se aseguraron 7.800 millones de euros por la venta de los derechos de televisión para las cuatro temporadas comprendidas entre el 2025 y el 2029, a razón de 1.950 millones por curso, aumentando con ello el poderoso músculo económico que está estirando la brecha competitiva que les separa de las otras principales competiciones domésticas del Viejo Continente.

EXTRADIGITAL
El medio que influye sobre los influyentes



Telefónica y Dazn renuevan los derechos del fútbol español hasta 2032 por 5.250 millones

Cristina Sáenz
Ayer a las 5:06 pm

- Telefónica y Dazn vuelven a conseguir los derechos de LaLiga hasta 2032 por 5.250 millones

- LaLiga se va a embolsar también 650 millones por el canal Horeca, otros 175 millones por la segunda división y 60 millones más por otros conceptos sumando un total de 6.135 millones

LaLiga ha cerrado el nuevo ciclo de comercialización de los derechos audiovisuales para el periodo 2027/28-2031/32 y lo hace manteniendo intacto el reparto actual. Telefónica y DAZN seguirán emitiendo cinco partidos por jornada cada una, reforzando un modelo que ya funciona desde 2022.

Movistar Plus+ obtiene el paquete que le garantiza la primera elección en 19 jornadas y la emisión del Clásico de la segunda vuelta, un movimiento que consolida su apuesta por el fútbol como producto central. La teleco abonará 2.635,85 millones por las cinco temporadas, con un coste anual medio de 527,17 millones.

DAZN renueva el lote equivalente por 2.614,14 millones, lo que le permitirá mantener su presencia en el mercado español y sumar quince partidos más respecto al ciclo anterior por la reordenación de jornadas exclusivas. La plataforma seguirá impulsando su modelo OTT, que LaLiga considera clave para atraer nuevas audiencias.

El valor del mercado residencial asciende a 5.250 millones, un 6% más que en el ciclo previo, lo que convierte a LaLiga en la única de las grandes competiciones europeas que mejora sus ingresos. La patronal destaca que este incremento se consigue en un contexto internacional en el que otras ligas han visto caer el interés de los operadores.

Si se suman todos los segmentos, los ingresos domésticos alcanzan 6.135 millones, un 9% más. El avance se apoya en el crecimiento del segmento Horeca, que sube un 30%, pasando de 500 a unos 650 millones. También crece la Segunda División, que eleva su valor un 40% hasta los 175 millones.

Los derechos en abierto, los resúmenes y los clips superan los 60 millones, reforzando la estrategia de diversificación. LaLiga destaca que una estructura a cinco años ofrece estabilidad a operadores y clubes y facilita la planificación en un momento de fuerte competencia global.

Telefónica también ha cerrado una semana clave al asegurarse las competiciones europeas hasta 2031. La compañía pagará 1.464 millones por la Champions League, la Europa League y la Conference League, consolidando una oferta que cubre todas las grandes competiciones del fútbol continental.

La teleco sostiene que esta combinación de derechos garantiza que sus clientes mantengan acceso al 100% de los partidos, ya que volverá a activar acuerdos de distribución cruzada con DAZN, como ha hecho en los ciclos anteriores. El fútbol sigue siendo su principal reclamo comercial para crecer en televisión de pago.

El resultado del concurso confirma la estrategia de Javier Tebas, que lleva años defendiendo el modelo actual de comercialización. LaLiga subraya que el crecimiento del 9% es una señal de fortaleza en un momento en el que nuevos actores internacionales, como Amazon o Paramount, vuelven a quedarse fuera.

La anticipación del proceso también ha sido determinante para evitar el impacto del nuevo calendario UEFA, que podía encarecer las pujas. Con todo, LaLiga mantiene la estructura que ha marcado la última década y vuelve a situar el fútbol como el motor que mueve el mercado audiovisual de pago en España.

EL/INTERÉS

Empresas y Negocios

Telefónica y Dazn pagan 5.250 millones de euros por derechos de La Liga española de fútbol

La transmisión de las próximas cinco temporadas del campeonato de fútbol español seguirán en manos de Telefónica y Dazn

The Objective 28 de noviembre, 2025



Telefónica España y Dazn se han vuelto a quedar con los derechos de La Liga española de fútbol por 5.250 millones de euros para las próximas cinco temporadas (2027-2032), 1.050 al año y un incremento total del 6% respecto al ciclo anterior (2022-2027). De esta manera, se mantiene el statu quo en el mercado doméstico, ya que las dos compañías conservan los mismos paquetes que el ciclo anterior, es decir cinco encuentros por jornada cada uno.

El valor total de los derechos audiovisuales domésticos de La Liga ascenderá a 6.135 millones de euros en el ciclo 2027/28-2031/32, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al periodo anterior.

Este avance se sustenta en el alza del 6% del mercado residencial con Telefónica y Dazn pagando 5.250 millones; del 30% en el segmento Horeca, que pasa de 500 a cerca de 650 millones; un crecimiento del 40% en LaLiga HYPERMOTION, que eleva su valor de 125 a alrededor de 175 millones; y más de 60 millones derivados de los derechos en abierto y los resúmenes y clips de video.

En el caso del mercado residencial, Telefónica se ha quedado con cinco partidos por temporada y podrá tener ka primera elección en 19 jornadas de cada temporada, incluyendo El Clásico de la segunda vuelta, mientras que Dazn se ha quedado con otros cinco partidos por jornada. En términos netos, las dos compañías comparten el coste casi de manera equivalente aunque la operadora española deberá pagar entre unos cinco millones más para tener esta primera opción.

Telefónica y Dazn

Es así como la teleco ha comprometido 2.635,85 millones, a un precio medio de 527,17 millones, lo que implica un alza del 1,4%. Por su parte, la plataforma internacional ha pagado 2.614,14 millones y 522,83 millones por temporada, asumiendo el resto de la subida del 6% que La Liga ha conseguido. La diferencia respecto del ciclo anterior es que esta vez Telefónica no tendrá tres jornadas exclusivas de emisión al año, es decir tendrá quince partidos menos y Dazn quince partidos más.

Los acuerdos de colaboración de las dos plataformas abren la puerta a que compartan sus derechos y los emitan en conjunto como ya ha pasado en el ciclo anterior. De hecho, Telefónica ya ha indicado que dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de La Liga y «así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística», que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas a la operadora hasta 2031.

Otro año más, las nuevas plataformas como Amazon o Paramount se quedan fuera del reparto del fútbol en España. En el caso de Telefónica, esta oferta mantiene su hoja de ruta y objetivo de pagar menos 1.000 millones de euros por temporada (entre Liga y Champions), el mismo montante que llevan abonando durante los últimos ocho cursos.

La Champions también es de Telefónica

Telefónica también se adjudicó la semana pasada la Champions League por 1.464 millones, a razón de 366 millones por cada una de las cuatro temporadas adjudicadas. Y a diferencia de La Liga el aumento de precio se situó en el 14%, aunque en el campeonato europeo ahora hay más partidos en emisión.

En el caso de la puja de la Champions, la española ganó a Paramount. Y lo hizo a contracorriente ya que Alemania e Italia se quedaron en manos de los gigantes audiovisuales internacionales.

La estrategia de captación de abonados de Movistar+ se basa en gran medida en poseer Liga y Champions, una baza que ha explotado incluso para su plataforma de bajo coste con un partido a la semana de cada una de estas competiciones. Esto les ha permitido recuperar la senda de crecimiento de sus abonados de televisión (que ya llegan a los 3,67 millones) y acercarse a su récord histórico de 4,11 millones. Por ello, estas dos adjudicaciones son un gran triunfo para su estrategia.

Texto de Fernando Cano originalmente publicado en The Objective.

El Mundo DXT

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 55328 €
ÁREA: 552 CM² - 72%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 43337
OTS: 506000
SECCIÓN: ESPORTS

1 Diciembre, 2025



JAVIER TEBAS

PRESIDENTE DE LALIGA. **Miami, Superliga, Negreira... Son algunas de las guerras que libra un dirigente que nunca se calla. La venta de los derechos televisivos ha dado un gran espaldarazo a su gestión en la patronal**

«El Barça respeta más a LaLiga que el Madrid»

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁ MADRID

La pérdida de una escala en su viaje de vuelta de Johannesburgo casi impide que Javier Tebas, presidente de LaLiga, llegue al Consejo Superior de Deportes (CSD) para abrir los sobres de las ofertas de los derechos televisivos para el periodo entre que va de la temporada 2027/28 a la 2031/32. Lo logra in extremis y resulta vencedora la oferta de Telefónica y Dazn. Se sienta con EL MUNDO, casi sin poder descansar, para hablar del progreso de la competición y de las batallas en las que está inmerso.

Pregunta. ¿Está contento?

Respuesta. Sí, nunca eufórico, pero contento. Soy muy autoexigente y siempre se puede mejorar lo que uno hace, si no, ya me tendría que ir.

P. ¿Y los clubes?

R. He recibido muchas felicitaciones. Cada día los clubes tienen una mentalidad más a largo plazo, que es lo que corresponde, y ven que tenemos seis años por delante de estabilidad. Los derechos audiovisuales representan el 58% de nuestros ingresos.

P. Se hablaba de otros *players*, aunque han repetido Telefónica y Dazn.

R. Sí, como los que han pasado por la Champions, como Paramount o Amazon. Tenemos buenas relaciones, pero todavía no están maduros. Nuestro mercado es más reducido que los grandes de Europa como el alemán o el inglés y su penetración es menor que en esos países. Y el arco de lo que pagan sus ciudadanos es mucho mayor que en España.

P. ¿Es caro ver fútbol en España?

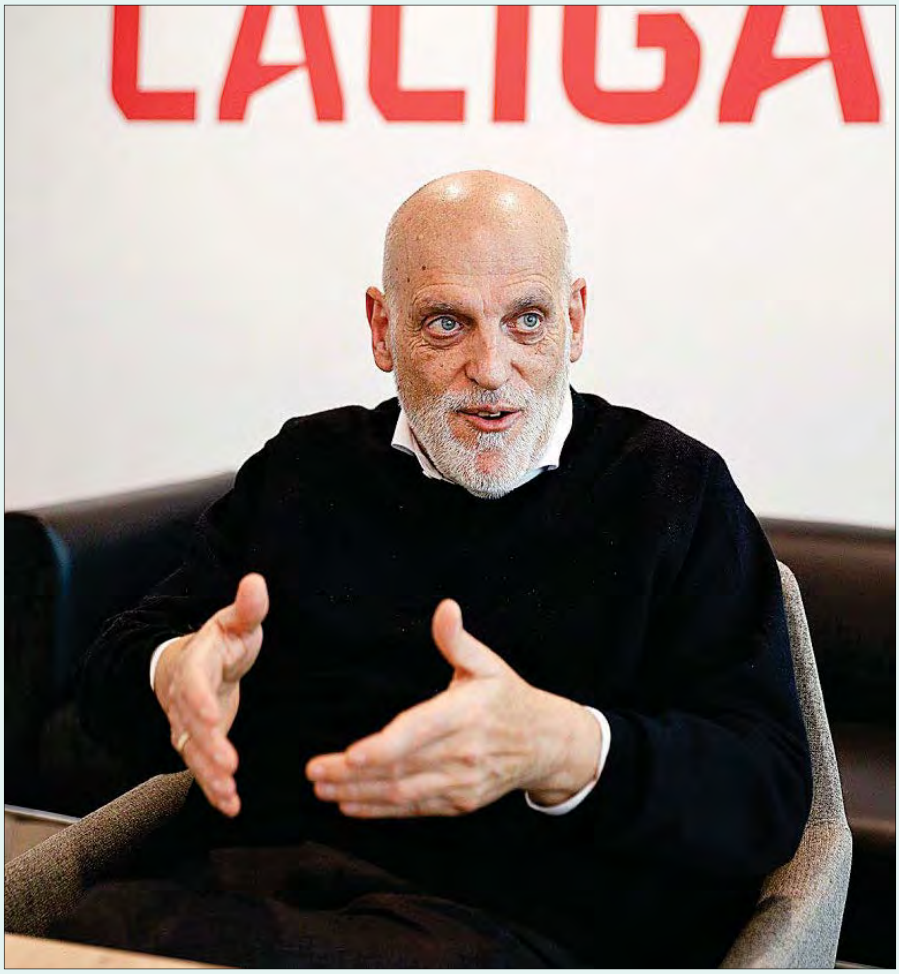
R. En mi opinión, no. El modelo en España está muy vinculado a las telecomunicaciones y para ver fútbol te dan muchos más servicios. Todo el mundo quiere tener móvil, banda ancha y fútbol, deporte o más contenido. Se compara con otros países de Europa y creo que no se hace bien.

P. En España, tenemos un salario medio muy inferior a países que ha mencionado antes como Reino Unido o Alemania.

R. Si haces el cálculo de renta per cápita está prácticamente igual. Luego si uno quiere ver Champions y Premier League creo que va a tener que pagar dos paquetes diferentes. LaLiga, el precio de un residencial, no supera los 35 euros, eso no llega a nueve euros por fin de semana. No sé, si uno sale por ahí...

P. La Premier suma 7.800 millones frente a los 5.250 de LaLiga, ¿qué se puede hacer para acortar ese *gap*?

R. Que tengamos más hijos (risas). Nos llevan 20 millones de habitantes. También la penetración de la televisión de pago: en España no llegamos a los 10 millones de abonados pero en Inglaterra son más de 20. A la gente le gusta comparar, pero cuando nos comparamos con la NFL son 300 millones de estadounidenses.



SERGIO ENRÍQUEZ- NISTAL / EL MUNDO

«En mi opinión no es caro ver el fútbol en España, porque hay más servicios incluidos»

«Florentino tiene actuaciones que dejan mucho que desear como persona»

P. ¿Qué tiene la Premier que le guste?

R. Es una gran liga. Tiene un sentido colectivo de competición mayor que nosotros, los clubes ingleses la sienten como propia. Los nuestros, la gran mayoría también, me queda alguno que todavía le falta... (risas)

P. ¿Con la venta de derechos se le ha quitado el disgusto del plan Miami?

R. Es diferente. El tema Miami es una cosa puntual que me ha dejado triste por cómo ha sido. Tener a los jugadores de un club con un relato constante de adulterada, adulterada...

P. ¿No cree que se adulterara?

R. En absoluto, ni a la mayoría de los clubes de la Liga. Es un ataque de *integritis* por no decir de *adulteritis*. Hay más factores que no se ponen en la mesa como los ingresos de los derechos televisivos, la Champions... que también influyen. Y luego la Supercopa nos la hemos llevado a Arabia y el público es mayoritariamente del Real Madrid. Además, en este caso, el FC Barcelona había ganado las seis últimas veces en Villarreal y los clubes estaban de acuerdo.

P. ¿Molestó el gesto de los jugadores?

R. Sí (rotundo), me molestó porque en el fondo y así se lo he dicho al sindicato, LaLiga trabaja para los clubes y para los jugadores. El 70% de lo que ingresan los clubes va al salario de los jugadores y este aumento de los derechos seguro que repercutirá en ellos. Trabajamos para que nuestra marca crezca, tenga más valor y ellos reciban una parte. No me parece que porque digan que hay falta de información, que la tenían, se haga ese número que se montó.

P. Entonces... ¿Qué falló? ¿Hubo una mano negra detrás?

R. Teníamos encima un tsunami y lo fácil era estar en contra, lo difícil era apoyarlo, y me consta que muchos jugadores lo hacían, pero es difícil que lo hagan público.

P. A De Jong, no le gustaba.

R. De Jong rectificó algo esas declaraciones. Estaba dentro de la corriente, pero es uno entre mil jugadores entre Primera y Segunda.

P. Sí, pero es uno de los capitanes de uno de los equipos que iban a ir.

R. No voy a desvelar nombres, pero había jugadores del FC Barcelona que querían ir y ya tenían las vacaciones. Pero hay muchas cosas que no se pueden hacer porque me gusten y a otros no, hay que hacerlas porque creemos que para la competición son necesarias en un país, que después de España, es del que más ingresamos en derechos audiovisuales. Si no crecemos como marca vendrán otras ligas, nos adelantarán y nos pisarán.

P. Ese tsunami que menciona ¿provino del Real Madrid?.

R. El que más soplaba era el Madrid.

P. Tampoco le gustó el discurso de Florentino en la Asamblea.

R. Tergiversó muchas cuestiones, mintió, como hizo en la del año anterior en lo referente a la reforma de la Ley del Deporte. Uno tendrá opiniones diferentes si la Superliga beneficia o no, para mi objetivamente perjudica. Y el tema de que el Mundial de clubes fue un éxito porque Dazn lo dio gratis o miente o no se entera de lo que pasó porque Arabia puso mucho dinero para que fuese rentable.

P. ¿Es imposible su reconciliación?

R. Si es a nivel ideológico, de lo que entendemos como fútbol profesional, imposible, porque son dos modelos absolutamente opuestos. Personalmente, no le tenía reparo, pero hace actuaciones por detrás que como persona dejan mucho que desear.

P. Con Laporta tiene buena relación.

R. Hay un mes que estamos bien y otro mal. Ahora estamos mejor porque el FC Barcelona respeta mucho más a LaLiga que el Real Madrid. Cree más en una competición global, que tiene que seguir creciendo y le ha hecho grande como club. El Madrid se ha hecho grande jugando en LaLiga y luego en la Champions, y ahora parece que LaLiga es él y 19 clubes porque ya el Barça tampoco.

P. Y con Negreira aún en el aire.

R. No se puede decir que está superado porque sigue judicializado. Pero las cosas las estamos cambiando. Aunque no lidere, me toca empujar.

P. ¿Seguirá en 2027?

R. No lo sé, ahora ni me lo planteo. Si las Superligas o Supercompeticiones siguen estando y no he conseguido pararlos me replantearía continuar. Si no me han echado antes, porque llevan tantas veces intentando inhabilitarme o aniquilarme, como dicen en algunas comidas...

LALIGA

Javier Tebas: "Florentino tiene cosas como persona que deja mucho que desear"

El presidente de LaLiga habla con EL MUNDO sobre el éxito en la venta de los derechos audiovisuales, Miami, Superliga, Negreira y todas las batallas que libra día a día... no son pocas



El dirigente entre los escudos del fútbol profesional. SERGIO ENRIQUEZ-NISTAL

- **Luis Núñez-Villaveirán | Madrid** 01/12/2025 01:57

La pérdida de una escala en su viaje de vuelta de Johannesburgo, casi impide que **Javier Tebas**, presidente de LaLiga, llegue al Consejo Superior de Deportes a abrir los sobres de las ofertas de los derechos televisivos para el periodo entre 2027/28 a 2031/32. Lo logra in extremis y luego presencia como el órgano de control aprueba la oferta de Telefónica y Dazn. Se sienta con EL MUNDO, casi sin poder descansar, para hablar del progreso de la competición y de todas las batallas en las que está inmerso.

¿Está contento con el acuerdo?

Sí, nunca eufórico, pero contento. Soy muy autoexigente y siempre se puede mejorar lo que uno hace, si no, ya me tendría que ir.

¿Y los clubes?

He recibido muchas felicitaciones. Cada día los clubes tienen una mentalidad más a largo plazo, que es lo que corresponde, y ven que tenemos seis años por delante de estabilidad. Los derechos audiovisuales representan el 58% de nuestros ingresos.

Se hablaba de otros players, aunque han repetido Telefónica y DAZN.

Hablamos de otros *players* que han pasado por la Champions, como Paramount o Amazon, con los que tenemos buenas relaciones, pero todavía no están maduros para entrar. Nuestro mercado es más reducido que los grandes mercados de Europa como el alemán o el inglés y su penetración es menor que en esos países. Y el arco de lo que pagan sus ciudadanos es mucho mayor que en España. Eso hace más complicado que puedan entrar además del alto valor de LaLiga.

¿Es caro ver fútbol en España?

En mi opinión, no. El modelo en España está muy vinculado al mundo de las telecomunicaciones y para ver fútbol te dan muchos más servicios. Todo el mundo quiere tener móvil, banda ancha y fútbol, deporte o más contenido. Se compara con otros países de Europa y yo creo que la gente no lo hace bien.

En España tenemos un salario medio muy inferior a países que ha mencionado antes como Reino Unido o Alemania.

Si haces el cálculo de renta per cápita está prácticamente igual que en otros lugares de Europa. Luego si uno quiere ver Champions y Premier League creo que va a tener que pagar dos paquetes diferentes. LaLiga en el precio de un residencial no supera los 35 euros, eso no llega a 9 euros por fin de semana. No sé, si uno sale por ahí...

No comparamos con irnos de copas, sino con el fútbol en otras partes de Europa.

También es entretenimiento irte de copas en España, ¿no? Yo creo que saldría casi más una copa que el fin de semana de Netflix.

HBO son 4,50 euros.

Sí, pero Netflix, que es el gran competidor, tienes que pagar 17, 18 euros. Cada uno que lo decida, pero yo no lo veo caro. A lo mejor a algunos les puede ser más caro porque quieren ver solo su equipo, pero nosotros paquetizamos porque consideramos que es el modelo adecuado. Es la manera de tener buenos jugadores, ingresando dinero. En nuestra liga, muchos equipos, más del 70% de sus ingresos dependen de la televisión.



Tebas, ante el logo de la institución. SERGIO ENRIQUEZ-NISTAL

La Premier suma 7.800 millones frente a los 5.250 de LaLiga, ¿qué se puede hacer para acortar ese gap?

Que tengamos más hijos (risas). Nos llevan 20 millones de habitantes. También la penetración de la televisión de pago: en España no llegamos a los 10 millones de abonados pero en Inglaterra son más de 20 millones. A la gente le gusta comparar, pero cuando nos comparamos con la NFL son 300 millones de estadounidenses.

¿Qué le parece su nuevo control económico?

Tenía que haber hecho más avances. Ellos ya tienen un regulador estatal aprobado por todos los partidos que a los clubes no les gusta, prefieren la autoregulación. Pero nuestro ADN también es el fair financiero, generar riqueza sostenible y manejar una economía sostenible. Yo creo que son francamente mejorables las normas de la Premier.

Este año en Champions nos van ganando en enfrentamientos 8-1.

Comparar competiciones por una sola temporada es un error. Si miramos el enfrentamiento global, estamos muy por encima, vamos a esperar cómo termina la temporada no corramos. El análisis puntual, muy típico de los españoles, nos lleva a cometer muchos errores en las decisiones a largo y medio plazo que son las que corresponden.

¿Qué tiene la Premier que le guste?

Es una gran liga. Tiene un sentido colectivo de competición mayor que nosotros, los clubes ingleses la sienten como propia. Los nuestros, la gran mayoría también, me queda alguno que todavía le falta por sentir (risas).



¿Con la venta de derechos se le ha quitado el disgusto del partido Miami?

Son cosas diferentes. El tema Miami es una cosa puntual, que me ha dejado triste por cómo ha sido la circunstancia. El tener a los jugadores de un club con un relato constante de adulterada, adulterada, adulterada...

¿No cree que se adulterara?

En absoluto, ni la mayoría de los clubes de la Liga. Es un ataque de integritis por no decir de adulteritis. Hay más factores que no se ponen en la mesa como los ingresos por el reparto de los derechos televisivos, por la Champions... que también influyen. Y luego la Supercopa nos la hemos llevado a Arabia Saudita y el público es mayoritariamente del Real Madrid. Además, en este caso, el FC Barcelona había ganado las seis últimas veces en Villarreal y los clubes estaban de acuerdo.

¿Le molestó el gesto de los jugadores?

Sí (rotundo), me molestó porque en el fondo y así se lo he dicho al sindicato, LaLiga trabaja para los clubes y para los jugadores. El 70% de lo que ingresan los clubes va al salario de los jugadores y este aumento de los derechos seguro que repercutirá en ellos. Trabajamos para que nuestra marca crezca, tenga más valor y ellos reciban una parte. No me parece que porque digan que hay falta de información, que la tenían, se haga ese número que se montó.

Entonces, ¿qué falló? ¿Hubo una mano negra detrás?

Teníamos encima un tsunami que lo fácil era estar en contra del partido de Miami, lo difícil era apoyarlo, y me consta que muchos jugadores lo hacían, pero es difícil que lo hagan público.

A De Jong, no le gustaba

De Jong rectificó algo esas declaraciones. Estaba dentro de la corriente, pero es uno entre mil jugadores entre Primera y Segunda.

Sí, pero es uno de los capitanes del equipo que iba a ir.

No voy a desvelar nombres, pero había jugadores del FC Barcelona que les gustaba ir a Miami y ya tenían las vacaciones previstas con su familia. Pero hay muchas cosas que no se pueden hacer porque me gusten y a otros no, hay que hacerlas porque creemos que para la competición son necesarias en un país, que después de España, es del que más ingresamos en derechos audiovisuales. Si no seguimos creciendo como marca vendrán otras ligas de fútbol, nos adelantarán y nos pisarán.

Ese tsunami que menciona ¿provino del Real Madrid?

El que más soplaba era el Real Madrid.

Tampoco le gustó el discurso de Florentino en la Asamblea.

Tergiversó muchas cuestiones, mintió, como hizo en la del año anterior en lo referente a la reforma de la Ley del Deporte. Uno podrá tener opiniones diferentes si la Superliga beneficia o no beneficia al fútbol español eso es opinable, para mi objetivamente perjudica. Y el tema de que el Mundial de clubes fue un éxito porque Dazn lo dio gratis o miente o no se entera de lo que pasó porque Arabia Saudi puso mucho dinero para que fuese rentable.

¿El fútbol gratis es imposible que sea rentable?

El propio CEO de Dazn lo dijo en una entrevista. Habló de un modelo de pago. La publicidad no da esa rentabilidad. En la Superliga si vamos leyendo ya empiezan con un negocio híbrido: va a ser gratis y algo de pago... ¿o va a ser al revés, va a ser de pago y algo gratis? Le darán la vuelta en el momento que puedan, cuando hayan conseguido el objetivo de organizar esa competición, que no lo van a conseguir.

¿No fueron los derechos televisivos lo que inició su mala relación?

Es otra historia que Florentino tergiversa. Dice que él colaboró y lo que hizo fue poner zancadillas. LaLiga genera más valor por la propia competición no porque el Madrid sea un gran equipo, que lo es. Además, esto me sirve para recordar que el Real Madrid se ha hecho grande jugando en LaLiga y luego en la Champions y ahora parece que LaLiga es él y 19 clubes porque ya el Barça tampoco.



Florentino, en su discurso de la Asamblea. Rodrigo Jiménez

¿Es imposible la reconciliación?

Si es a nivel ideológico, de lo que entendemos como fútbol profesional, imposible, porque son dos modelos absolutamente opuestos. Personalmente, no le tenía reparo, pero hace actuaciones por detrás que como persona dejan mucho que desear.

Sin embargo, con Laporta ahora su relación es inmejorable.

Con Laporta hay un mes que estamos bien y otro mal. Ahora estamos mejor porque el FC Barcelona respeta mucho más a LaLiga que el Real Madrid. Cree más en una competición de global, que tiene que seguir creciendo y le ha hecho grande como club.

¿Ya se ha olvidado el tema Olmo?

A nosotros no, porque sigue en los tribunales, pero él sabe que defendemos la ley y ellos tienen respeto a la institución porque es muy importante para ellos a nivel tanto deportivo como económico. Tienen muchísimo cariño por la competición, por ganarla y también porque les genera muchísimos recursos y no la quieren ver debilitada.

Pero un socio culé y Galán le han denunciado al TAD, ¿está preocupado?

Fue Galán quien buscó a uno para hacer un fraude de ley. No me preocupa porque tengo claro lo que pasó y haremos las alegaciones que correspondan. A mi me preocupa esta injerencia que veo algunas veces del Consejo Superior de Deportes en ámbitos disciplinarios.



Laporta junto a Ceferin y Al Khelaifi. Emilio Morenatti

¿Vivió Rocha esa injerencia que dice?

Fue inhabilitado por una cuestión que le dijo el secretario de Estado que tenía que hacer. Eso me preocupa, son circunstancias que uno puede aprovechar cuando no tiene razón. Me consta que hay mucha gente que presiona al secretario de Estado para intentar que por cualquier forma me inhabiliten.

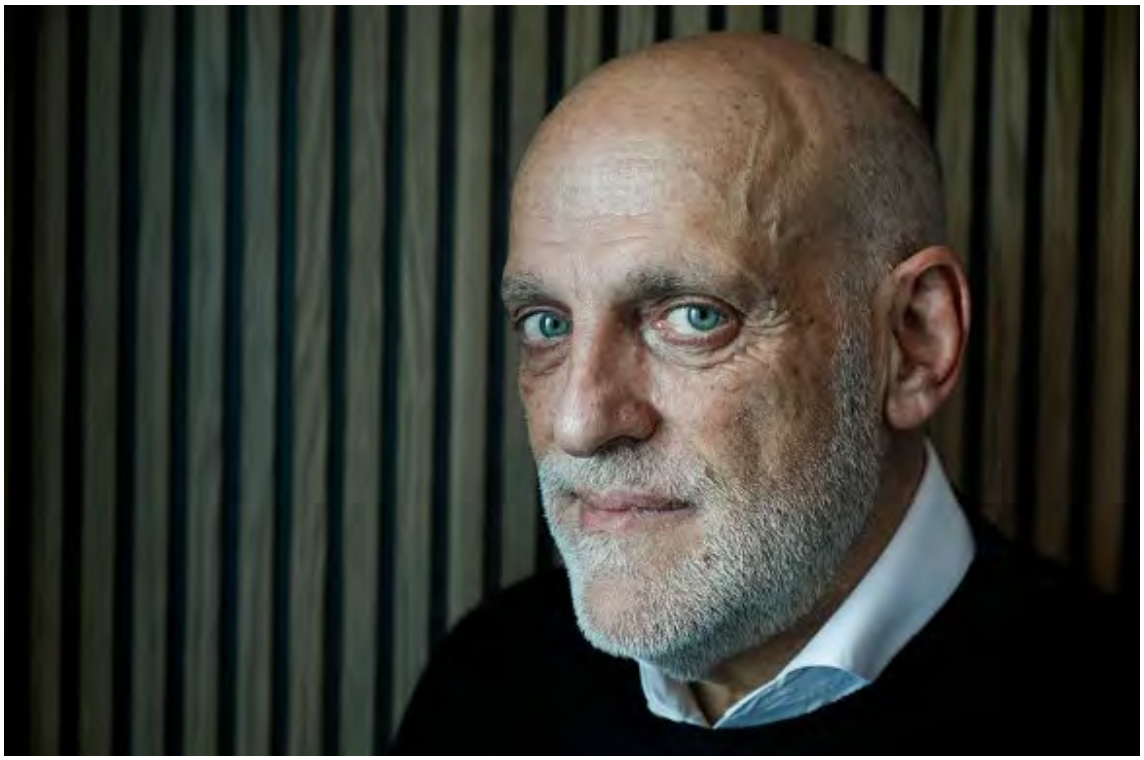
¿Cree que fue un error publicar los datos de los palcos del Barcelona?

No, el caso Olmo fue un tema público y notorio y conforme los números que dio el Barcelona, lo único que hizo LaLiga, no Javier Tebas, fue comunicar que aquello no estaba bien y si fue público en enero creo que los ciudadanos y mucha gente se merecían unas explicaciones.

Sí dependen de usted el tema de la piratería y la violencia, temas capitales desde que preside la institución.

Desde hace 18 meses hemos conseguido resoluciones judiciales y tecnológicamente hemos avanzado mucho. Es la primera vez que aumenta en los últimos 10 años los abonos a la televisión de pago. Y el tema del racismo, estamos reduciendo de forma considerable los gritos racistas ya no solo en el estadio sino fuera del estadio y tambien en redes sociales.

Usted, compara siempre la piratería con robar, pero quizás la sociedad no lo percibe como tal.



Cada vez hay más concienciación pero no es todavía un criterio mayoritario. Lo equiparo al tema de fumar o el alcohol en la conducción. La gente se quejaba, pero llegará un momento en que también pensará que la piratería en robar, que estás haciendo daño al fútbol.

Hablando de robos, ¿cada fin de semana algún árbitro no se libra de esa queja? Sigue estando Negreira en el imaginario.

Más que la gente en general, un sector, ¿no? (ríe) No se puede decir que el caso Negreira está superado porque hay un tema judicial en curso. Pero, y aunque a mí me gustaría hacerlo más rápido, las cosas las estamos cambiando. Aunque no me toca a mí liderarlo, pero sí empujarlo.

Negreira, Miami, Superliga... ¿continuará en 2027?

No lo sé, ahora ni me lo planteo. Si las Superligas o Supercompeticiones siguen estando y no he conseguido pararlos me replantearía continuar. Si no me han echado antes, porque llevan tantas veces intentando inhabilitarme o aniquilarme... como dicen en algunas comidas. El que ha tenido querellas por parte de los dirigentes del Real Madrid soy yo. O sea, buscan inhabilitarme, aunque a alguno de ese club le guste decir aniquilarme.

2Playbook

Tebas, sobre los acuerdos entre DAZN y las telecos: "Creo que en el próximo ciclo será diferente"

En conversación con 2Playbook, el presidente de LaLiga celebra el aumento del 9% en los derechos de TV, lo que "dará estabilidad" a los clubes, e insiste en la importancia de luchar contra la piratería: "Este concurso demuestra que hacerlo da resultados".



Marc Menchén 28 de noviembre de 2025

Javier Tebas es hoy un hombre feliz. En un contexto complejo para el mercado audiovisual deportivo, con varias de las grandes ligas congelando o ajustando el valor de sus derechos nacionales, LaLiga ha conseguido elevarlos un 9% y garantizarse 6.135 millones de euros para el ciclo 2027-2032. Es decir, 1.225 millones por temporada.

El 85% de ese montante –1.050 millones anuales para un total de 5.250 millones de euros– corresponde a los derechos domésticos de LaLiga EA Sports. La Primera División española se podrá seguir viendo en Movistar Plus+ y DAZN, que se repartirán a partes iguales los 10 partidos de cada jornada. Eso sí, en el próximo ciclo, ya no habrá tres jornadas en exclusiva para la plataforma audiovisual de Telefónica.

De esta novedad relevante, del propio concurso y de las consecuencias que tendrá en los clubes y los aficionados el nuevo contrato audiovisual ha conversado el presidente de LaLiga con 2Playbook pocas horas después de conocerse la noticia.

Aunque entiendo que esta pelota está más en el tejado de Telefónica y DAZN, como tenedores de los derechos, uno puede presuponer que este incremento del valor de los derechos podría traer consigo una subida de precios para los aficionados. ¿Qué opinas de esto?

Entiendo que el hecho de que suba el valor de los derechos no tendría que traducirse necesariamente en un aumento del precio de las suscripciones para ver el fútbol español en nuestro país.

¿Qué supondrá para los clubes esta renovación con Telefónica y DAZN?

Les dará estabilidad para su planificación. Pensemos que, al final, esta partida (audiovisual) representa una partida muy importante de los ingresos de muchos clubes, y estos nuevos acuerdos les permitirán trabajar en su crecimiento con visión a medio y largo plazo.

"Estos nuevos acuerdos audiovisuales darán estabilidad a los clubes y les permitirá trabajar en su crecimiento con visión a medio y largo plazo"

¿A qué atribuyes que hayan crecido un 6% los derechos domésticos nacionales, cuando en el anterior ciclo se logró un +1%?

Ha habido un aumento importante de las audiencias y del tiempo de visionado de los aficionados tanto en el prepartido como en el pospartido, lo que se traduce en que los fines de semana se consume fútbol desde, prácticamente, las dos de la tarde hasta las once de la noche. Esto es atribuible al trabajo que se ha hecho con los clubes en cuanto a permitir el acceso de las cámaras y hacer un contenido exclusivo para los broadcasters diferente a lo que es la retransmisión. Pero también a la inversión que se ha venido realizando, históricamente, en la producción de las retransmisiones de los partidos de LaLiga y, especialmente, a la lucha contra la piratería, que ha hecho que el consumo ilegal se haya reducido en un 60% en el último año.

¿Una de las claves de la revalorización ha sido que en este último tender ya no se ofertaban tres jornadas en exclusiva? ¿Esto ha podido tener una influencia positiva, al haber un broadcaster que podría optar a más partidos, como ha sucedido con DAZN?

Sin duda. El tender se diseñó escuchando a todos los broadcasters y había plataformas que nos transmitían que tenían vocación de retransmitir muchos más partidos y así ha sido finalmente.

¿Crees que el hecho de mantener la colaboración con los mismos dos broadcasters ayudará a consolidar la tendencia alcista en las audiencias, en tanto que el aficionado no tendrá que cambiar de plataformas para seguir viendo el fútbol español?

Toda estabilidad ayuda a que el consumidor entienda dónde puede ver el fútbol, algo relevante en un entorno especialmente fragmentado de contenidos. Ahora entramos en la fase de negociación entre operadores, ya que venimos de un ciclo en el que DAZN mantiene hoy acuerdos con Telefónica, MásOrange y algunos otros players. Creo que en este próximo ciclo vamos a encontrarnos con un panorama diferente.

"Este concurso demuestra que la lucha férrea contra la piratería acaba dando resultados"

¿Esta fortaleza mostrada en el concurso nacional crees que ayudará a los tenders internacionales que están por venir?

Especialmente, los resultados de este tender nos van a ayudar a reforzar el mensaje de que combatiendo la piratería se puede elevar el valor de nuestro producto audiovisual. Este concurso demuestra que la lucha férrea contra la piratería acaba dando resultados.

Rodríguez Uribes anunció este jueves que el CSD trabaja en una reforma del Real Decreto-Ley que regula los derechos audiovisuales de LaLiga. ¿Qué opinas al respecto?

Me sorprende que hiciera un anuncio de este tipo el día en el que los broadcasters debían presentar sus ofertas económicas en el CSD, y un día antes de la apertura de sobres. Me sorprende, también, porque una semana antes estuvo compareciendo en el Congreso de los Diputados y no realizó ningún tipo de comentario al respecto. Habría que preguntarle a él qué le ha llevado a realizar ahora este anuncio.

Tebas: "Uribes debería hablar con los dueños de los derechos audiovisuales, los clubes"



EFE / IUSPORT Sábado, 29 de Noviembre de 2025

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, se mostró muy satisfecho por la venta de los derechos audiovisuales de LaLiga EA Sports de 2027 a 2032 a Movistar y DAZN, que superará los 6.135 millones de euros, un 9 % más en total, y dijo a EFE que "el factor diferencial en este caso ha sido el producto y la lucha contra la piratería".

"El producto y la lucha contra la piratería nos ha hecho diferenciarnos del resto de competiciones europeas. Nosotros tenemos unas buenas resoluciones judiciales y además somos muy activos con tecnología en la lucha contra la piratería. Eso ha hecho que por primera vez en 10 años los abonados a la televisión de pago del fútbol suban y por lo tanto eso también se ha reflejado en nuestro tender", señaló.

En comparación con las otras principales ligas europeas, Tebas recordó que "Italia bajó en el último ténder, que Alemania subió un 2% y que a la 'Premier' le permitieron renovar a un valor similar y cuando ha sacado 230 partidos más ha subido un 4 %", y destacó la continuidad de Telefónica en la liga española después de cerrar recientemente la compra de Liga de Campeones, la Liga Europa y otras competiciones europeas hasta la temporada 2030-2031 por 1.461 millones de euros.

"Una de las estrategias fue que hubiese una moderación de precios para todos y es lo que ha ocurrido. La 'Champions' crece un 14 %, pero un 14 % sobre 320 millones no es lo mismo que un 6 % sobre 990 (por temporada). Es mucho más dinero cuantitativamente el 6 % que el 14", apuntó tras la adjudicación este viernes a Movistar y DAZN de los derechos residenciales/hogar de Liga EA Sports en España, que alcanzan un valor total de más de 5.250 millones €, con un incremento 6 % respecto al ciclo 2022-2027 (4.950 millones €).

La cifra total de 6.135 millones de euros de los derechos audiovisuales domésticos supone un 9 % más que el periodo anterior y corresponde a la suma de 5.250 millones de euros para LaLiga EA Sports, 650 millones en HORECA , 175 millones de LaLiga Hypermotion y 60 millones por derechos en abierto y resúmenes.

Ante la presentación solo de ofertas de Movistar y DAZN y la ausencia de plataformas del perfil de Amazon, Tebas apuntó que este tipo de plataformas necesitaría compartir lotes con otros operadores y también que su penetración en España es inferior a la que tiene en países como Inglaterra o Alemania, donde lo que paga cada ciudadano es más que en España.

"Hay que proteger el producto. Todo el fin de semana, desde un sábado a las 2 y hasta las 11 de la noche hay muchísimos espectadores continuamente viendo fútbol. Los previos y los post los ven más de un 30 % de la audiencia que hay un partido y lo que hemos hecho ha sido aumentar los minutos de visualización de los espectadores", señaló.

Ante la posible modificación del Real Decreto-ley 5/2015 que regula la comercialización de los derechos del fútbol profesional avanzada el jueves por el presidente del Consejo Superior de Deportes (CSD), José Manuel Rodríguez Uribes, Tebas consideró que hacer el anuncio el día anterior a conocerse el ténder "no era lo más conveniente".

"Me sorprende que lo haya dicho el día anterior. Estuvo hace un par de semanas en el Congreso y no dijo nada. Hay que preguntarse qué ha pasado ahí en medio. No parece lo más apropiado para anunciar un cambio de un Real Decreto que ha dado seguridad jurídica y crecimiento al fútbol español", opinó.

Tebas sostuvo que gracias a esta normativa se ha repartido mucho dinero al deporte español, "casi tanto entre las federaciones españolas como el Consejo Superior de Deportes".

También cuestionó que Uribes "no hable con los dueños de los derechos audiovisuales del fútbol, que son los clubes, porque la gran mayoría está muy contento y considera que hay muy buena gobernanza".

as

LALIGA

El decreto ley para la venta de los derechos de TV del fútbol cambiará

Uribes, secretario de Estado para el Deporte, ha anunciado en el Senado que pretende reformar la norma. Una normativa que ha cumplido 10 años y supuso un hito para los clubes de LaLiga.



Ruby Arés 27 de noviembre de 2025 14:48 CET

Rodríguez Uribes, secretario de Estado para el Deporte, ha comparecido este jueves en el Senado y ha anunciado un cambio que afectará al fútbol. El presidente del Consejo Superior de Deportes (CSD) ha propuesto modificar el Real Decreto Ley para la venta centralizada de los derechos audiovisuales de LaLiga. El dirigente ha señalado a mejoras de gobernanza y también ha puesto la mira en el fútbol femenino y el Mundial 2030.

El RDL 5/2015 supuso un hito en el fútbol español. Hace pocos meses se cumplió una década de la entrada en vigor de la norma que estipula que los derechos de televisión de todos los equipos de Primera y Segunda División se vendan de manera conjunta para aumentar su valorar y la norma, además, estipulaba cómo debía realizarse el reparto de los ingresos derivados de esa comercialización. Ahora Uribes ha abierto la puerta a modificar el Decreto Ley, cuyo nuevo texto debería ser aprobado en el Congreso y el Senado.

“Esto es bastante novedoso porque no lo habíamos dicho hasta ahora. Yo creo que fue un buen decreto en su momento. Un decreto que hizo algo parecido a lo que en el ámbito de la cultura tiene que ver con los derechos de autor, que fue establecer esa gestión colectiva de los derechos. Eso fue bueno, porque permitió a los clubes salir de una situación complicada en la que estaban con la Seguridad Social”, apuntó Uribes.

Acto seguido, explicó algunas de las novedades que quiere incluir: “Diez años después, algunas novedades no existían entonces, por ejemplo, el fútbol femenino, que no está ahí recogido, a Liga F y el fútbol femenino en general, o por ejemplo el horizonte que tenemos para los próximos años del Mundial 2030”. Y añade sobre otros cambios: “Mejorar algunas dimensiones de la gobernanza del modelo y que haya más transparencia y más controles previos. Que haya un órgano colegiado donde participen distintas instituciones en la toma de decisiones. Me gustaría que contar en su momento con la colaboración de ustedes para hacer un buen decreto que actualice el de 2015 a los tiempos que nos están tocando ahí”.

El Confidencial

POR LA LIGA Y LA CHAMPIONS

El corazón partido de Carlos Ocaña: entre los intereses opuestos de Telefónica y el Real Madrid

El mundo del dinero encierra claves de poder y de intereses que explican el sentido de muchas operaciones y movimientos. Ibex Insider ofrece pistas para entender a sus protagonistas



Foto de familia con el presidente del Gobierno y el equipo de la serie 'Anatomía de un instante'. (Moncloa/Borja Puig de la Bellacasa)

Por **Agustín Marco** 01/12/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO

Los gobiernos de Pedro Sánchez han tomado o reforzado posiciones en algunas de las empresas más relevantes del Ibex 35, como es el caso de Telefónica o Indra. Pero el mayor peso e influencia que esto le otorga viene con costes asociados, como una mayor exposición pública y un nivel de exigencia aún más riguroso para

gestionar el creciente cruce de intereses públicos y privados. Bien lo saben los hermanos Escribano, dueños de EM&E, el mayor accionista privado de Indra y sobre el que Indra planea una oferta de compra.

Es en este contexto en el que este noviembre ha aflorado un dilema latente en la particular situación de Carlos Ocaña, director general adjunto del Real Madrid y, a su vez, vicepresidente de Telefónica. Ocaña, amigo del presidente del Gobierno y coautor del libro de su tesis doctoral, fue el elegido para representar a la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales) después de que hace ahora dos años decidiera comprar el 10% de la operadora de telecomunicaciones por 2.100 millones de euros. Ahora le han surgido dos conflictos, derivados de ese doble rol, uno en la cúpula de una empresa estratégica del Estado y otro en la del club de fútbol más laureado del mundo.

Primer conflicto

El 20 de noviembre, Telefónica anunció a bombo y platillo que renovaba los derechos para ofrecer la Champions League en Movistar+ hasta 2031. Toda una victoria para la empresa presidida por Marc Murtra, que durante el verano había perdido los concursos para mantener la NBA, la ACB y hasta la NFL en su parrilla. Un gol que le metió Dazn, el Netflix de los deportes, que antes le quitó las motos y la Fórmula 1.

Tres días más tarde del anuncio de Telefónica, Florentino Pérez reiteró ante la asamblea de socios compromisarios del Real Madrid su gran apuesta por la Superliga, esa nueva competición con la que quiere sustituir a la citada Champions. Un torneo, promovido por Anas Laghrari, su banquero de confianza, que tiene como gancho para los aficionados que los partidos se podrán ver gratis a través de su plataforma de *streaming*, bautizada como Unify. La tesis de Laghrari, socio exprés del club blanco, es que el fútbol que cobra Movistar+ y el resto de plataformas es muy caro.

"¿Por qué pagar 40 €, 50 €, 60 € o 170 € como en España al mes para poder ver fútbol cuando puedes hacerlo gratis? He escuchado aseverar que vamos a tener un partido por día que será gratis o que será tres meses gratis y luego habrá que pagar. No. Todos los partidos serán gratuitos y para siempre", explicó el directivo sobre las condiciones de la plataforma de TV de la Superliga.

La posición de Ocaña es bastante incómoda. Como alto directivo de Florentino Pérez, está contribuyendo a un proyecto que va contra los intereses de Telefónica, de la que en 2024, primer año con asiento en su consejo, percibió 149.000 euros. Si la Superliga sale adelante, la operadora se quedará sin la gallina de sus huevos de oro. Y, aunque todos los equipos fundadores han renunciado a continuar con

la idea por la oposición de los gobiernos de Inglaterra, Francia, Italia y Alemania y, sobre todo, de los aficionados, el Madrid sigue empeñado en sacarlo adelante, como demuestra el anuncio de una demanda de 4.500 millones contra la UEFA, dueña de la Champions y sus derechos.

Segundo conflicto

Este pasado viernes, Movistar+, filial presidida no ejecutivamente por Javier de Paz, comunicó que también ha conseguido quedarse con la mitad de los partidos de LaLiga hasta 2032, compartiendo la otra mitad con su principal rival, Dazn. Un empate que sabe a victoria porque el fútbol es su principal cebo para retener a los cerca de 3,6 millones de clientes de la plataforma de pago. Los cuales a su vez tienen que contratar internet en casa y el móvil. Sin el deporte rey, muchos se irían a otros operadores como Masorange, que paga a Telefónica por poder ofrecer LaLiga en su servicio televisivo. Vodafone hace tiempo que dejó de hacerlo.

¿Qué club, el único, se opuso a esta concesión? Correcto: el Real Madrid de Florentino, Anas y Ocaña. El resto de los miembros del órgano de control de la televisión apoyaron la adjudicación a Telefónica y a Dazn, que se temían la amenaza de Amazon (ya se ha quedado con parte de NBA) y hasta de Netflix, que no termina de decidirse por pujar por el deporte. En otras palabras, el vicepresidente de Telefónica, en su otro trabajo como directivo de Florentino, pone su talento a disposición de un proyecto que amenaza dos contratos de 4.100 millones (2.635,85 millones por la Liga y 1.464 millones de la Champions).

> El Real Madrid, del que Ocaña es ejecutivo, ataca el negocio mollar de Telefónica

La carrera de Ocaña en el Real Madrid está menos vinculada a la resiliencia de Pedro Sánchez de lo que está su cargo como representante de la SEPI en Telefónica. Si el presidente cae, lo de Telefónica habrá sido un partido de pretemporada. Especialmente reveladora fue la reciente foto de familia con el presidente del Gobierno y con Javier de Paz, con quien las ha tenido tiesas, en la presentación de la serie de Movistar+ 'Anatomía de un instante', sobre la transición española.

Por eso personas de mucha confianza le han recomendado buscar asesoramiento para independizar su perfil personal del del PSOE. El mismo partido que le situó como consejero de Paradores y de Red.es cuando trabajaba en el Gobierno de Zapatero, pero que ahora está acumulando escándalos políticos y de corrupción de Champions, con secretarios de organización en la cárcel.

De hecho, como parte del plan para cuidar su imagen pública, Ocaña, que también forma parte del comité de estrategia del Grupo Prisa, ha estado varias semanas haciendo guantes con un consultor de comunicación de prestigio para que le susurre qué se dice de él por Madrid y sus centros de poder. Toda preparación puede ser poca si el viento político cambia de sentido.

El Confidencial ha intentado conseguir la versión de Ocaña y de Telefónica sobre esta información. La operadora indica que "cuando un consejero de Telefónica tiene cualquier conflicto de interés se excusa de la reunión del consejo". Y, añade que, en el caso de Carlos Ocaña, "cuando ha habido discusiones que le afectaban, como las relativas a los derechos del futbol, no ha participado en las discusiones del consejo".

En Indra se está gestionando el conflicto de interés con una comisión *ad hoc* para sortear el evidente conflicto de interés, según ha reconocido su consejero delegado, José Vicente de los Mozos.

LaLiga se asegura 5.250 millones por TV en España entre 2027 y 2032 con Telefónica y DAZN

La competición logra una revalorización del 6%, acelerando el ritmo de crecimiento tras el ligero estancamiento en el ciclo actual. Movistar Plus+ se queda con 5 partidos por jornada, mientras que la OTT británica crece y asegura otros 5 partidos.



2Playbook 28 de noviembre de 2025

LaLiga salva uno de los matchballs más importantes a los que se enfrentaba en el medio plazo. La competición decidió adelantar varios meses el tender de los derechos de televisión en España, y la jugada le ha salido bien. Movistar Plus+ y DAZN pagarán 1.050 millones de euros anuales a partir de 2027-2028, para un total de 5.250 millones de euros entre las cinco temporadas que van hasta 2031-2032. Esto supone una mejora interanual del 6% respecto al anterior ciclo, en el que apenas se logró una subida del 1%.

Telefónica ha comunicado que abonará una media de 527,17 millones de euros por temporada (2.635 millones en total), lo que supondría una subida de entre el 1% y el 2% respecto al anterior ciclo.

Su competidor, por lo tanto, se entiende que pagará una media de 522,83 millones, frente a los 470 millones que aproximadamente pagaba, para completar los 1.050 millones comunicados por LaLiga.

La razón de esta subida por parte de DAZN es que el gran cambio en el próximo ciclo es que Telefónica renuncia a tres jornadas en exclusiva como hasta ahora. Y es que cada una de las compañías mantendrá cinco partidos en exclusiva, incluido uno de los dos El Clásico (el primero la ida y el segundo la vuelta) y la opción de elegir el primer partido en 13 jornadas.

Se desconoce si, a partir de aquí, la televisión de pago sublicenciará el lote de la OTT británica para poder ofrecer todo el fútbol español a sus clientes. Ahora bien, en su comunicado ya avanza que "dará los pasos necesarios para que los clientes de Movistar Plus+ sigan accediendo al 100% de los partidos de LaLiga y así puedan disfrutar de toda la oferta futbolística, que también incluye las competiciones europeas recientemente adjudicadas"

Este es uno de los tres escenarios principales que dibujaba Javier Tebas con el concurso, en el principalmente se buscaba fomentar una disputa entre dos operadores con esa división de 9+1, 7+3 o 5+5; este último es el formato que ha funcionado en el ciclo vigente y el que continuará, si bien con Telefónica emitiendo todos los partidos a través de un acuerdo de sublicencia con la OTT británica.

"En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros Clubes y para el futuro del fútbol profesional español", ha señalado Tebas. "En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería".

"Seguiremos trabajando junto con LALIGA para brindar a los aficionados una experiencia accesible, flexible e innovadora, que les permita disfrutar como nunca de la liga de fútbol que más aman", ha comentado Óscar Vilda, CEO de DAZN Iberia y cuya oferta explica en buena parte la revalorización que se ha producido en este ciclo.

LaLiga ha querido poner en valor el trabajo de los dos broadcasters, destacando que "su cobertura y programación de máxima calidad han impulsado de forma decisiva las audiencias y la asistencia en las últimas temporadas. Su apuesta por la innovación y por adaptarse a los nuevos hábitos de consumo permite a LaLiga seguir ampliando su alcance entre públicos actuales y nuevos".

Segunda División, horeca e internacional

Más allá de la Primera División, LaLiga factura también por la televisión de LaLiga Hypermotion, el fútbol en abierto, los resúmenes y el canal horeca. En total, la organización presidida por Javier Tebas calcula que en España ya tiene garantizados un total de 6.135 millones de euros para todo el próximo ciclo. Eso da unos 1.225 millones por temporada, lo que supondría una revalorización del 9% respecto al actual ciclo si se cumplen sus objetivos para los próximos tenders.

La competición espera una revalorización del 40% para LaLiga Hypermotion, pasando de 25 millones 35 millones de euros anuales entre el ciclo 2022-2027 y el 2027-2032, mientras que LaLiga Bares pasaría de 100 millones a 130 millones de euros por campaña. A eso se sumarían los 1.050 millones que ya se ha asegurado.

Estos datos acercarían a la competición al objetivo de los 2.000 millones de euros en ingresos audiovisuales a nivel global. Si se incluye la venta de derechos en el extranjero, la gestora ingresó 1.857,4 millones de euros en 2023-2024, un 1,8% más interanual.

En esta mejora fue clave la venta internacional, que creció a un mayor ritmo (3,5%) y ya rozaba los 745 millones de euros hace dos temporadas. En este pool de socios del extranjero destaca ESPN, que tiene la exclusiva de LaLiga en Estados Unidos con un contrato de 175 millones de dólares (151 millones de euros) anuales, para un total de 1.400 millones de dólares (1.211 millones de euros) en el ciclo 2021-2029. El contrato incluye los partidos en inglés y en español. ESPN es propiedad de Disney, que está acelerando su apuesta por los derechos deportivos para su OTT. Un ejemplo, Disney+, que emitirá el partido del sábado por la noche en Reino Unido hasta 2028.

En cuanto a LaLiga Hypermotion, la gestora del fútbol profesional español trabaja desde la temporada pasada con un modelo de distribución en no exclusiva que permite a telecos, OTTs y diferentes servicios de entretenimiento a incluir en su oferta el canal lineal de la categoría con todos los partidos. Actualmente, la categoría tiene una treintena de ventanas audiovisuales, incluyendo DAZN, Movistar Plus+, GOL, TEN, Prime Video, Digi y algunas televisiones autonómicas (Canal Sur, Aragón TV, Radio Televisión Canaria y TVG).

Por su parte, el canal horeca, dirigido a bares, restaurantes y demás establecimientos públicos, lo comercializa la propia competición desde 2022-2023. "Desde entonces, viene generando unos ingresos brutos mayores a los obtenidos en ejercicios anteriores en su comercialización en exclusiva", aseguró LaLiga en sus últimas cuentas públicas, de 2023-2024, cuando facturó 90 millones por esta vía. Un servicio que, eso sí, tiene unos costes asociados de 25,9 millones.

El negocio de la TV en el resto del 'Big-5'

¿Y cómo se sitúa el nuevo contrato de LaLiga en comparación con las otras grandes ligas europeas? El conocido como Big-5, en el que, además de la competición española, se incluyen la Premier League, la Bundesliga, la Serie A y la Ligue 1, el caminar del negocio audiovisual es muy dispar.

En lo más alto aparece la liga inglesa, escapada del resto desde hace décadas. En su caso, el recién iniciado ciclo 2025-2029 le reportará 1.676 millones de libras (1.915 millones de euros) anuales. La Premier se ve en dos canales, Sky y TNT Sports (Discovery), mientras que la BBC emite los resúmenes y mantiene su icónico programa Match of the Day. Para lograr una revalorización del 4%, el contrato pasó de tres a cuatro años y ha sumado 70 partidos más por temporada. Por lo tanto, esto reduciría en un 25% el valor teórico por retransmisión.

Por su parte, en la Bundesliga, la liga más próxima a la española en términos de negocio, la revalorización con sus derechos nacionales fue del 2%, hasta 1.121 millones por temporada. Sus socios audiovisuales son Sky y DAZN por segundo ciclo consecutivo. Entre 2025 y 2029, ambas plataformas se repartirán los derechos, si bien ambos querían hacerse con la exclusividad de la liga, que, por primera vez, se abría al comprador único.

Aunque muy diferentes en su gestión y fútbol, la Bundesliga y la Serie A comparten televisión. En el calcio, la máxima categoría también se ve en Sky y DAZN, aunque el valor de los derechos es menor: 900 millones de euros anuales. Los clubes italianos cobrarán menor en este ciclo, de cinco años, y que se extenderán hasta 2028-2029. La Serie A confía en llegar a los 1.000 millones en el último año del contrato gracias a los variables por suscriptores. Y es que DAZN emite los diez partidos –siete en exclusiva–, a cambio de 700 millones. Por ahora, el contrato sufre un ajuste del 3% respecto al anterior ciclo, y del 17% respecto a los 1.050 millones que buscaba la liga en el mercado.

Finalmente, mención aparte merece la Ligue 1. Con diferencia, la liga francesa es la más inestable del Big-5. Una crisis galopante que tiene relación directa con la televisión. Desde que Mediapro rescindiera su contrato anticipante en pandemia, por la negativa de la LFP a renegociar un acuerdo de récord –830 millones de euros por temporada–, el valor de sus derechos no han dejado de caer. Ya la temporada pasada firmó sobre la campana un contrato de 500 millones, un 40% inferior, con DAZN y beIN Sports, que emite un partido en exclusiva. La OTT sólo ha durado un año y el grupo catarí, que comparte presidente con el Paris Saint-Germain (PSG), amenaza con dejar el contrato si no recibe mayor libertad de elección de sus partidos.

El motivo, en parte, es que Ligue 1 tiene hoy un alto interés en sumar suscriptores para su innovadora OTT propia, lanzada tras no conseguir ofertas para una competición dependiente de tres clubes: PSG, Olympique de Marsella y Olympique de Lyon. La Ligue 1+ alcanzó el millón de abonados ya el primer mes de vida, y distribuye partidos con telecos y plataformas –incluyendo DAZN–. Ha ganado visibilidad, pero repartirá apenas 5 millones de euros esta temporada a muchos clubes de la categoría, con lo que ello implica en sus presupuestos.

MARCA

LaLiga EA Sports

Tender 2027-2032: importante crecimiento de LaLiga, que supera los 1.000 millones por temporada

Movistar Plus+ y DAZN seguirán emitiendo los partidos, cinco cada uno todas las jornadas



Pedri, Lamine Yamal, Mbappé, Vinicius y Lewandowski se saludan en un Clásico.

MANUEL MALAGÓN Actualizado 28/11/2025 - 15:15CET

LaLiga ha adjudicado a Telefónica y DAZN los derechos audiovisuales para emitir los partidos de LaLiga EA Sports durante las cinco temporadas que van desde la 27-28 a la 31-32. El concurso se cerraba este mismo viernes, momento en el que se han abierto en la sede del CSD los sobres con las ofertas. Después, el órgano de control de LaLiga ha decidido según lo que ha creído que era más rentable para los clubes. Según ha podido saber MARCA, la operación se ha cerrado con un importante crecimiento y en más de 1.000 millones por temporada. En el anterior tender, eran 990 por cada campaña. En total son 5.250 millones de contrato (1.050 millones por temporada) por los partidos de LaLiga EA Sports a clientes residenciales, por los 4.950 millones del tender anterior.

La cifra supone un 6% de incremento respecto a esos 4.950 millones del tender anterior. Si se suman los 650 millones en HORECA, los 175 millones de LaLiga Hypermotion y los 60 millones correspondientes a derechos en abierto y resúmenes (todas las categorías suben respecto al tender anterior), la cifra supera los 6.135 millones, lo que supone un 9% más que el período anterior (según Telefónica han pagado un 1,4% más).

Un acuerdo histórico, ya que la nueva Champions, con más partidos, ha supuesto una competencia durísima para las ligas nacionales a la hora de vender sus derechos. Para hacerse una idea de la satisfacción de LaLiga, en el anterior tender se creció un 1%. LaLiga cree que el hecho de que las ofertas sean a cinco años contribuye a una mayor estabilidad a medio plazo y crea una mayor certidumbre entre los adjudicatarios para invertir en el contenido.

El crecimiento en esas categorías son de un 30% en HORECA (pasa de 500 a 650 millones de euros) y un 40% en LaLiga Hypermotion (de 125 millones a 175).

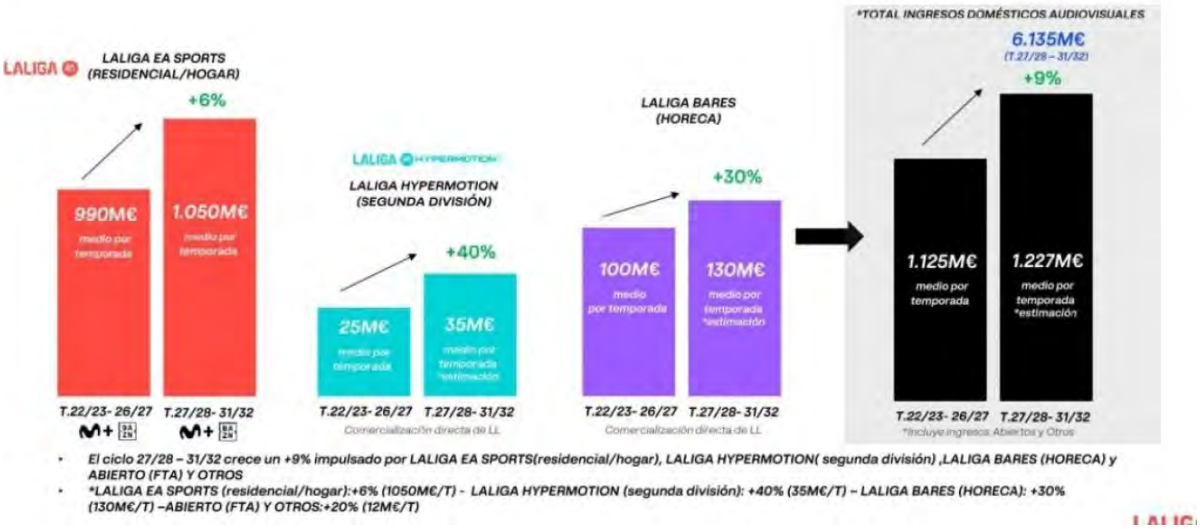


Gráfico comparativo del anterior tender y el próximo.

Cinco partidos Movistar Plus+, cinco DAZN

Hay que recordar que, hasta la temporada 26-27, cuando acaba el actual tender, los adjudicatarios ya son Movistar, con cinco partidos por jornada más tres jornadas completas y DAZN, con otros cinco partidos por jornada. Ahora seguirá el formato de cinco y cinco, pero 'quitando' la exclusividad que tenía Movistar en tres jornadas. Cada adjudicatario emitirá cinco partidos por jornada durante toda la temporada.

Movistar Plus+ refuerza ‘La Casa del Fútbol’ para los próximos años tras adjudicarse hace una semana los derechos de la Champions League, Europa League y Conference League.

Voto en contra del Madrid y felicitación del Atlético

La decisión fue votada por el órgano de control de televisión, del que forman parte en LaLiga EA SportsReal Madrid, Atlético, Barcelona y Osasuna. El Atlético felicitó a LaLiga por el acuerdo, que considera que da estabilidad y visibilidad al fútbol español, mientras que el Real Madrid votó en contra y se manifestó en el mismo sentido. El resto de votos fueron a favor.

El dinero por los derechos audiovisuales supone la mayor fuente de ingresos de la gran mayoría de los clubes de LaLiga, llegando en algunos casos a representar un 80% de los mismos.

La valoración de Tebas: "Es una excelente noticia"

En la nota que LaLiga emitió tras el acuerdo, Javier Tebas lo valoró con satisfacción. "En un contexto nacional e internacional complejo, haber asegurado un crecimiento en conjunto de un 9%, que supone más de 500 millones que el ciclo anterior, es una excelente noticia para la sostenibilidad económica de nuestros clubes y para el futuro del fútbol profesional español, que obtendrá un ingreso por los derechos domésticos superior a los 6.135 millones de euros. En un momento en el que muchas ligas están perdiendo valor, que LaLiga siga creciendo y alcance máximos históricos es especialmente relevante. Este resultado refleja la solidez de nuestro producto y la confianza de los operadores, impulsada en gran medida por nuestra lucha decidida contra la piratería, que ha permitido aumentar el número de usuarios de los operadores, y por el esfuerzo de los clubes en la mejora continua de los contenidos audiovisuales, ofreciendo la mejor experiencia posible al aficionado".

LaLiga apunta en su nota tres claves para el crecimiento experimentado en esta negociación: "La mejora constante del producto audiovisual, que gracias a la inversión tecnológica y a la implicación de los clubes ofrece un contenido cada vez más atractivo; la lucha integral contra el fraude audiovisual, que ha protegido los ingresos y reforzado la credibilidad del ecosistema audiovisual español; y la anticipación al nuevo contexto de UEFA, que permitió adelantar el tender y evitar los efectos negativos que sí han sufrido otras competiciones. Esta combinación de innovación, protección del mercado y visión estratégica ha consolidado el liderazgo de LaLiga en un entorno altamente competitivo".

El fútbol se ha convertido en el ancla de las suscripciones de las operadoras. Y LaLiga está ganando más dinero que nunca

LaLiga alcanza la mayor cifra doméstica de su historia: 6.135 millones de euros

El fútbol ya no es solo entretenimiento, es el ancla de las suscripciones de las operadoras

Telefónica y DAZN repetirán como socios, asegurando la emisión del contenido

Javier Marquez 28 Noviembre 2025, 19:10



No hace falta consultar informes para entender que, para muchos, la vida se ha encarecido más rápido que los salarios. Muchos lo comprobamos al hacer la compra, buscar vivienda o renovar un seguro. Aun así, hay pocas decisiones de consumo que resisten tanto como el fútbol.

No solo seguimos viéndolo, sino que está más presente que nunca en los paquetes de televisión, en los bares, en las plataformas y en las suscripciones que contratamos.

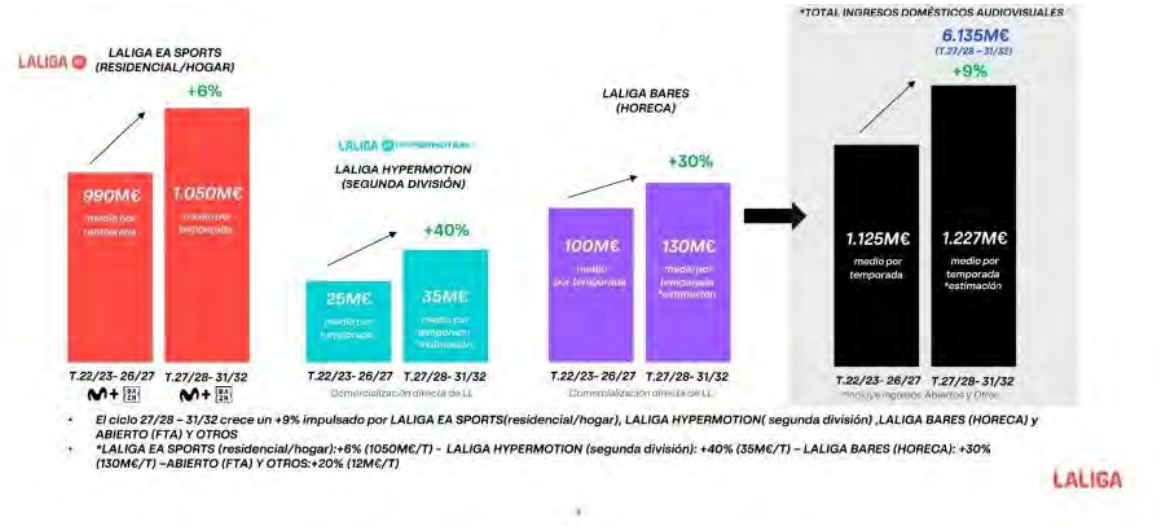
Ese protagonismo no solo se refleja en nuestra forma de consumirlo, también en cómo se valora como producto. LaLiga, la organización que gestiona las competiciones profesionales en España, ha adjudicado los derechos audiovisuales domésticos del nuevo ciclo, que cubrirá de 2027/28 a 2031/32. El resultado marca un máximo histórico: 6.135 millones de euros, un 9% más que el ciclo anterior. Telefónica y DAZN repetirán como socios, asegurando la emisión y explotación del contenido durante cinco temporadas más.

De dónde salen los 6.135 millones. La cifra récord no se explica solo por los hogares, sino por la diversificación del producto. El bloque residencial representa 5.250 millones de euros, pero el segmento HORECA, que engloba bares, locales públicos y establecimientos de hostelería, se acerca a los 650 millones. LaLiga Hypermotion, que es la Segunda División y toma su nombre de la tecnología Hypermotion utilizada en los videojuegos de fútbol, aporta unos 175 millones. A ello se suman más de 60 millones en derechos en abierto y resúmenes. El fútbol ya no se vende en un único formato.

El fútbol como ancla de las suscripciones. Para las operadoras y plataformas de streaming, el fútbol se ha convertido en el producto capaz de sostener sus modelos comerciales. Ya no se trata solo de ganar usuarios, como advierten PwC y Simon-Kucher Consulting, porque el mercado empieza a mostrar signos claros de saturación, sino de obtener más ingresos de cada suscriptor. Y ahí el fútbol es decisivo. Telefónica, con Movistar Plus+, y DAZN han apostado por mantener los derechos porque les permite mantener clientes, justificar precios y construir paquetes que no se entienden sin este contenido.

Que el fútbol siga formando parte de nuestra vida social se refleja en la cifra del segmento HORECA: cerca de 650 millones de euros, frente a los 500 del ciclo previo. Los bares y restaurantes que contratan el servicio no solo ofrecen el contenido, ofrecen un lugar para vivirlo en compañía. LaLiga sabe que el valor no está solo en la emisión, sino en el entorno que la acompaña.

Segunda división, marca HYPERMOTION y valor añadido. Con Hypermotion, LaLiga ha convertido su Segunda División en un producto audiovisual con entidad propia. No solo cambia el nombre: cambia la forma de presentarlo y explotarlo. Este bloque, como decimos, aportará alrededor de 175 millones de euros, un 40% más que en el ciclo anterior.



La cruzada contra las emisiones ilegales. Una parte del aumento de valor se explica porla cruzada de LaLiga contra las emisiones ilegales. La organización ha intensificado el control sobre las plataformas que distribuían contenido sin autorización, con acciones legales que han generado debate, como el caso de Cloudflare. Javier Tebas defiende que esta estrategia ha permitido "aumentar el número de usuarios de los operadores" y reforzar la confianza en el producto. No ha estado exenta de polémica, pero LaLiga sostiene que ha tenido un impacto real en el mercado.

El acuerdo no solo aporta ingresos, también tiempo. LaLiga señala que un ciclo de cinco años ofrece a clubes y operadores margen suficiente para planificar, renovar contratos, invertir en tecnología y reforzar la estructura audiovisual. Al adelantar el tender y desvincularlo del nuevo marco UEFA, la competición evitó los efectos negativos que sí han afrontado otras ligas europeas. El mensaje que se quiere transmitir es de estabilidad, seguridad jurídica y continuidad del modelo.

Qué significado tiene todo esto. Este modelo tiene un vínculo directo con los hábitos de consumo. Cada vez más, las plataformas diseñan sus paquetes pensando en quién está dispuesto a pagar más por determinados contenidos, y el fútbol encaja en esa categoría. No se limita a atraer usuarios, los retiene y les da motivos para quedarse. Ese comportamiento explica por qué el fútbol mantiene su posición central en el catálogo y por qué las empresas lo consideran una pieza estratégica.

EL ESPAÑOL



Javier Tebas, presidente de LaLiga, durante la World Football Summit EFE

FÚTBOL

LaLiga sigue sin hacerle sombra a la Premier: brecha de 1.700 M€ en el mercado nacional pese a vender 110 partidos menos

- La patronal española presume de subir un 9% sus ingresos domésticos, pero la Premier League ingresa casi un 60% más al año.

David Vicente 29 noviembre 2025

LaLiga ha anunciado este viernes con entusiasmo su nuevo contrato de derechos televisivos para el ciclo 2027/28 - 2031/32, que volverán a repartirse Telefónica y Dazn por un valor total de 5.250 millones de euros en el mercado residencial.

El acuerdo representa un incremento del 6% respecto al anterior ciclo y eleva los ingresos audiovisuales nacionales hasta los 6.135 millones, incluyendo bares, Segunda División y otros paquetes complementarios.

Sin embargo, la celebración queda rápidamente opacada cuando se observa la realidad comparativa: la Premier League sigue jugando en otra liga económica, con una diferencia de 1.700 millones de euros por temporada a pesar de vender 110 partidos menos al año en su país.



La fórmula de LaLiga

El nuevo reparto de LaLiga mantiene la fórmula ya conocida: cinco partidos por jornada para cada operador, durante cinco temporadas.

Telefónica pagará 2.635,8 millones (527,1 por curso), mientras que Dazn desembolsará 2.614 millones (552,8 por curso), con una subida del 11,2% respecto al ciclo anterior.

El contrato contempla también mejoras en el mercado HORECA (bares y restaurantes), que sube un 30%, y un crecimiento del 40% en el valor de la Segunda División.

Pese a ello, la liga española sigue lejos de competir con su principal rival internacional.

Mientras en España se emitirán los 380 partidos de cada temporada, en el Reino Unido solo se televisan 270 encuentros por el conocido blackout de las 15:00 h.

Es decir, LaLiga vende más partidos pero cobra mucho menos por cada uno de ellos.

La Premier, mina de oro

Según los datos oficiales, el actual contrato doméstico de la Premier League para el ciclo 2025-2029 está valorado en 6.700 millones de libras (unos 7.800 millones de euros), lo que se traduce en unos 1.950 millones por temporada.

Por su parte, LaLiga, incluso con su nuevo acuerdo ya proyectado, alcanzará solo 1.227 millones anuales, lo que deja una diferencia cercana a los 723 millones de euros por curso.

Más llamativo aún es el cálculo por partido: mientras cada encuentro emitido en la Premier se vende a más de 7 millones de euros, en LaLiga el precio medio ronda los 3,2 millones.

Una diferencia que, lejos de acortarse, se ha consolidado como una brecha estructural desde hace más de una década.

	LaLiga (2027-2032)	Premier (2025-2029)
Ingresos totales domésticos	6.135 M€	7.800 M€
Duración del contrato	5 años	4 años
Ingresos por temporada	~1.227 M€	~1.950 M€
Partidos emitidos al año	380	270
Precio medio por partido	~3,2 M€	~7,2 M€

El peso de Madrid y Barça

LaLiga continúa apoyando gran parte de su atractivo comercial en Real Madrid y FC Barcelona, dos gigantes que siguen siendo claves para captar operadores, audiencias y anunciantes.

Sin embargo, la dependencia de estos dos clubes evidencia las limitaciones estructurales de una competición que ha sido incapaz de generar más interés colectivo.

La diferencia con la Premier no solo es cuantitativa, sino también cualitativa.

En Inglaterra, equipos (a priori fuera del foco) como Newcastle, Aston Villa, Brighton o Crystal Palace son capaces de mantener audiencias estables y cotizaciones millonarias gracias a una cultura de consumo audiovisual profundamente arraigada y un interés mucho más significativo de todos los equipos.

La base de abonados británica multiplica por dos la española, y la oferta es más accesible: en Reino Unido hay compromisos con otros paquetes o productos.

Brecha deportiva

La superioridad financiera de la Premier League no se limita a los despachos ni a las hojas de cálculo. En el césped, los clubes ingleses también han pasado por encima de los españoles en la presente edición de la Champions League.

Hasta el momento, el marcador acumulado es de 8 victorias inglesas frente a solo una española, con un preocupante balance goleador: 19 tantos de la Premier por solo 4 de LaLiga.

Desde que el Barça venció al Newcastle en la segunda jornada, ningún otro equipo español ha logrado batir a un rival británico.



Los jugadores del Barça, cabizbajos tras el segundo gol del Chelsea

El Atlético, el Villarreal, el Athletic y el Real Madrid han sido incapaces de marcar en los últimos seis encuentros ante Chelsea, Arsenal, Tottenham o Liverpool.

Un dato que resume no solo un bajón deportivo, sino también la pérdida de competitividad de los equipos y de la competición doméstica.

Modelo que se resiente

El nuevo contrato de LaLiga mejora los ingresos totales, pero lo hace a costa de firmar compromisos a largo plazo.

Mientras la Premier renueva cada cuatro años, aprovechando posibles subidas de mercado, Tebas ha optado por blindar a los operadores durante cinco temporadas.

Una estrategia que busca la estabilidad, pero reduce el margen de maniobra ante futuros cambios tecnológicos o nuevos competidores.

La diferencia entre ambas ligas no es nueva. En 2015, con la entrada en vigor del Real Decreto-ley 5/2015, LaLiga buscaba un salto de calidad con la venta centralizada.

Pero mientras LaLiga consolidaba una mejora general, la Premier ya estaba en otra fase: la de los contratos récord.

En 2016, Sky y BT se enzarzaron en una puja histórica que llevó el valor de los derechos en Reino Unido a máximos nunca vistos. Aquel contrato -más de 5.000 millones de libras- fue el punto de no retorno.

Desde entonces, Inglaterra ha mantenido su ventaja y la ha ampliado, mientras LaLiga ha entrado en una fase de estancamiento relativo, en la que los ingresos solo crecen con acuerdos de mayor duración o paquetizaciones más agresivas.

Los efectos son visibles cada verano. Mientras los clubes de la Premier gastaron más de 3.500 millones en fichajes durante el último mercado, LaLiga se quedó en apenas 684 millones.

Y lo que es peor: España cerró con saldo positivo (vendió más de lo que compró), mientras Inglaterra acumuló un gasto neto superior a los 1.200 millones.

Esto convierte al campeonato español en una liga exportadora, incapaz de retener a jóvenes como Yeremy Pino, Mosquera o Fer López, que prefieren cruzar el Canal de la Mancha antes que esperar una oportunidad en un ecosistema económicamente asfixiado.

Un círculo vicioso que empieza en los derechos de televisión, pasa por el mercado de fichajes y termina afectando al prestigio de los clubes.

Mientras tanto, la Premier amplía su ventaja. Gana más, compra mejor y rinde mejor en Europa. LaLiga sigue sin hacerle sombra pese a que Javier Tebas venda como un gran éxito la última adjudicación de los derechos televisivos.

SPORT

PAÍS: España
PÁGINAS: 39
AVE: 7752 €
ÁREA: 670 CM² - 81%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11514
OTS: 203000
SECCIÓN: OPINION

29 Noviembre, 2025



OPINIÓN



Pedri, quejándose en una imagen del clásico // VALENTÍ ENRICH

El fútbol se hace con el control de la TV

Cada vez va a haber menos espacio para otros deportes en televisión. Al menos, dentro de las plataformas audiovisuales de pago con mayor penetración de mercado. La razón es sencilla: el fútbol es la disciplina que realmente mueve la aguja de las altas y bajas a gran escala, y los resultados de los concursos de esta semana así lo confirman. UC3 ha conseguido una revalorización del 14% con la Champions League, mientras que LaLiga se ha sobrepuesto al estancamiento del anterior ciclo con una mejora garantizada del X%. Avances que contrastan con las rebajas de precio y las dificultades para encontrar una franja propia con las que se están encontrando otras competiciones.

Los torneos de UEFA se han garantizado 360 millones por temporada entre 2027 y 2031, para un total de 1.464 millones que acabará abonando Movistar Plus+. La televisión de Telefónica también se ha quedado con uno de los dos lotes de cinco partidos por jornada de LaLiga EA Sports por 527 millones anuales entre 2027 y 2033, para un total de 2.635,8 millones de euros. Es decir, que la teleco ya ha comprometido para el esférico más de 4.000 millones de euros. Y a eso se suman la Supercopa de España y la Copa del Rey, esta última en colaboración con RTVE.

¿Margen para más? Quizás sí, pero ya renunciando a la exclusividad y entendiendo que puede usar su posición de fuerza con DAZN y el resto de los canales temáticos que emiten deporte. Pero incluso en ese ámbito, la plataforma británica también ha lanzado un mensaje fuerte de cuán relevante va a ser el fútbol: va a pagar 522 millones de euros por curso, un 11% más. Y, eso inevitablemente, solo se compensa si hay un aumento del mercado o, aunque parezca contradictorio, se suben los precios. Ay, el reto de la piratería.

La percepción de un servidor es que nos aproximamos a una fuerte polarización del mercado, en el que el fútbol cada vez va a absorber una mayor cuota de mercado en la inversión en derechos deportivos. El reto va a ser probar si el resto de deportes tienen nichos de aficionados suficientes para sostener el valor de sus derechos en el medio y largo plazo. Nunca fue tan caro pelear por los presupuestos familiares para ocio y entretenimiento, y cada vez es más claro que el volumen solo lo da el fútbol.

La compañía y el club han encontrado el escenario ideal para cruzar universos

Al resto le queda trabajar en un posicionamiento premium que lo haga relevante en términos de marca (ahí están el tenis y el golf) o aventurarse a lo que muchas federaciones ya hacen de forma más humilde: retransmisiones en YouTube de forma gratuita, confiando en que la visibilidad será la que les permita volver a poner en el centro a los patrocinadores que históricamente han apoyado.



MARC MENCHÉN

Oxígeno para el fútbol español

El anuncio de ayer de LaLiga supone un balón de estabilidad importante para el conjunto de los clubes de Primera División.

La devolución de fondos a CVC y el aplanamiento del valor de los derechos en el ciclo actual han provocado que muchos equipos estén anunciando que su cifra de negocio se resintió parcialmente la temporada pasada por un menor reparto de dinero por televisión. Ahora bien, es reseñable la tranquilidad con la que clubes como RCD Espanyol, Valencia CF o Real Betis han logrado dar con la rentabilidad mientras avanzan en sus proyectos de transformación.

También se agradece ver proyectos como los de Celta y RCD Mallorca, donde la propiedad está asumiendo pérdidas temporales para no perder la competitividad deportiva mientras se completan los proyectos patrimoniales en los que ambos andan inmersos.

El dinero de CVC llegó rápido, pero hay que entender que los frutos de esa inversión no son inmediatos.

elDiario.es
Política Internacional Economía Opinión Cultura Clima Desalambre Igualdad Vertele Juegos

ANÁLISIS

La refundación de Telefónica y los modelos de Airbus e IAG

La operadora apuesta por integrarse con otras compañías europeas para construir un gigante que compita con sus colegas de EEUU y China. Quizás antes debería separar la infraestructura (Telefónica Infra) de la comercializadora (Movistar)

Aurelio Medel Vicente @AurelioMedel 30 de noviembre de 2025 22:21 h



Marc Murtra, en la presentación del plan estratégico de Telefónica

El expediente de regulación de empleo del grupo Telefónica en España, que va a suponer la pérdida de unos 6.000 empleos, ha causado shock. Que un gestor prescinda de uno de cada cuatro trabajadores rompe con la percepción de empresa ancla y admirable. La realidad es que Telefónica pertenece a la familia de viejos dinosaurios de las telecomunicaciones, una especie tan esencial como amenazada por las plataformas surgidas en el nuevo ecosistema digital, compañías que han crecido sobre la infraestructura de estas compañías centenarias a las que vampirizan.

Marc Murtra lleva menos de un año a los mandos de Telefónica; ha tomado ya varias decisiones que la compañía llevaba años aplazando, como es salirse de todos los países de Latinoamérica, excepto Brasil, y volcarse en Europa (España, Reino Unido y

Alemania). Es entendible que su predecesor, José María Álvarez-Pallete, arrastrara los pies en la decisión de sacar a la compañía de Argentina, Perú, Uruguay, Ecuador, Colombia, Venezuela, México y Chile. Él fue en gran medida el autor de esa expansión y nadie derriba su propia obra. "Aversión a tomar decisiones difíciles" y "lentitud en la ejecución" es como se denomina en el plan "Transformar y Crecer" recientemente presentado por Murtra.

El giro estratégico que está dando Murtra a Telefónica, sea por convicción o mandato, engarza con la necesidad imperiosa que tiene Europa de construir un líder en el mercado de las telecomunicaciones, una compañía que sea capaz de competir con sus pares de Estados Unidos y China. Estos países tienen tres grandes operadores, mientras que Europa suma 38. La forma más rápida de construir ese líder europeo es mediante la integración de las compañías de los grandes países de la UE y Reino Unido, y Telefónica quiere asiento en esta partida.

Telefónica es una compañía estratégica, lo que justifica que el Estado haya tomado un 10% a través de la SEPI, y cuanto antes saquen a Arabia Saudí del capital, mejor. Las infraestructuras que maneja esta compañía son esenciales para la actividad económica general y para la seguridad del país, y lo que no tiene sentido es que ande vendiendo parte de sus activos clave para amortizar deuda y sostener los resultados. "Divergencia entre la visión estratégica y el contexto de negocio" y "escasa flexibilidad financiera", dice el plan 2026-2030.

Por eso quizás el sector aéreo europeo, tanto en la fabricación de aviones (Airbus) como en las aerolíneas (IAG), puede servir de modelo para construir la operación europea en las telecomunicaciones y España debe ser un gran jugador. En el último tercio del siglo pasado, Europa fue capaz de crear Airbus, el fabricante de aviones civiles y militares, y superar en menos de 50 años al líder mundial (Boing) en fabricación y venta de aeronaves comerciales. El accionariado de Airbus ha ido evolucionando desde su creación en 1967. Desde 2013 cotiza en Bolsa y siguen siendo claves Francia y Alemania, cuyos estados mantienen sendas participaciones del 10,8%, y España (SEPI) cuenta con el 4%.

Pero además de levantar un potente fabricante de aviones, Europa está construyendo tres consorcios de compañías aéreas competitivas y rentables. Es el caso del grupo IAG, que aglutina las compañías de bandera de Reino Unido (British Airways), España (Iberia) e Irlanda (Aer Lingus); de la alemana Lufthansa, que ha ido absorbiendo líneas aéreas en Italia (ITA Airways), Bélgica (Brussels Airlines), Austria (Austria Airlines) o Suiza (Swiss), y de Air France-KLM, que ha integrado las operadoras enseña de Francia y Países Bajos. Estos tres consorcios se disputan ahora la portuguesa TAP.

> Cómo se va a concretar el giro de Telefónica hacia Europa y cuál va a ser el diseño del campeón europeo de las telecomunicaciones está por ver, pero es una cuestión de Estado"

Precisamente, las tripas de Telefónica son lo más estratégico, lo que permite que sobre esas capacidades se construya una oferta comercial y de servicio de la operadora y de otras empresas. La sala de calderas es Telefónica Infra, el holding que aglutina las infraestructuras de la operadora en los diferentes países: Bluevía y Fiberpass (España), FiBrasil (Brasil), UGG (Alemania) y Nexfibre (Reino Unido). En todas estas sociedades tiene socios con el 50%, a excepción de España donde Telefónica conserva el 55%. Además, controla Telxius, la empresa que gestiona 100.000 kilómetros de cable submarino, y en la que tiene de socio a Pontegadea, sociedad patrimonial de Amancio Ortega, fundador y accionista mayoritario de Inditex. Sobre esa capa corre Telefónica Tech, cuyas capacidades en ciberseguridad, nube e inteligencia artificial van a ser claves para la seguridad y defensa de España y Europa. Esta tupida red es la que hace posible la actividad de los gigantes tecnológicos americanos, Google, Apple, Amazon o Meta.

Telefónica ha hecho caja incorporando socios financieros a estas sociedades propietarias de la infraestructura básica, igual que vendió sus centros de procesos de datos. Quizás en un futuro Telefónica acabe por agrupar estas y otras infraestructuras que están fuera de estas sociedades y las comparta con otros competidores europeos, como ya está haciendo con Vodafone en España. Siguiendo con el símil aéreo, esta parte de Telefónica, las infraestructuras, sería el equivalente a Airbus, mientras que Movistar se asemejaría a IAG.

El Estado español tiene, a través de la SEPI, un 10% de Telefónica, al igual que el italiano tiene un 10% en TIM, el francés un 23% en Orange o el alemán un 30% en Deutsche Telekom. Cómo se va a concretar el giro de Telefónica hacia Europa y cuál va a ser el diseño del campeón europeo de las telecomunicaciones está por ver, pero es una cuestión de Estado. Lo relevante es que Telefónica juegue un papel efectivo, de manera que España tenga peso en las decisiones de la nueva compañía europea. Este sector va a requerir una ingente inversión (750.000 millones, dice Murtra) en la próxima década. Si Telefónica juega, en España habrá empresas y empleos de valor añadido en los sectores de futuro, como la IA. De lo contrario, seremos el parque de atracciones más grande del mundo y el geriátrico de Europa. No cabe duda de que un país con sueldos de tecnológicas vive mucho mejor que uno de servicios.

El duro ERE de Telefónica: la IA es solo una parte de un problema que viene de lejos

Renovar una plantilla con roles que se van quedando obsoletos y reducir gastos para competir en igualdad de condiciones: los objetivos del ERE



Plokiko 1.12.2025

Es tentador caer en el titular fácil y culpar a la inteligencia artificial de todos los males laborales actuales. Cuando una gran tecnológica anuncia despidos, la narrativa habitual apunta a que los algoritmos están reemplazando a las personas. Sin embargo, en el caso del reciente Expediente de Regulación de Empleo (ERE) de Telefónica, la realidad es mucho más compleja y espinosa. La IA juega un papel, sí, pero es solo la punta del iceberg de una transformación estructural que la operadora lleva postergando y gestionando durante años.

Lo que está en juego aquí no es solo la reducción de una plantilla, sino la supervivencia y adaptación de un gigante histórico en un mercado que ha cambiado las reglas del juego por completo. Para el usuario de a pie, esto puede parecer un movimiento corporativo lejano, pero explica por qué su factura de teléfono ha cambiado tanto en la última década y por qué la calidad del servicio ya no depende de un técnico que sube a un poste, sino de un software en la nube.

Telefónica se enfrenta a la paradoja de seguir siendo rentable mientras carga con una estructura heredada de otra época, intentando competir con rivales que nacieron ligeros y digitales.

La pesada mochila de quien pone los cables



Para entender por qué Telefónica necesita adelgazar, primero hay que mirar su cuenta de resultados y compararla con la de sus vecinos. Telefónica sigue ganando dinero, pero la tendencia de las últimas décadas muestra una erosión constante de los márgenes. Los inversores exigen rentabilidad y la única forma de mantenerla, cuando los ingresos por cliente se estancan debido a la guerra de precios, es reducir drásticamente los gastos operativos (Opex). Aquí es donde la operadora juega en desventaja: mientras competidores como Digi tiran los precios al suelo, lo hacen con una estructura de costes mínima, alquilando redes y sin la responsabilidad histórica de mantener una infraestructura nacional crítica.

Esta competencia asimétrica ha hecho mucho daño. Aunque la fusión de MasOrange prometía estabilizar el mercado, la realidad es que la guerra del "low cost" se ha cronificado. Telefónica, como antiguo monopolio, soporta una carga de inversión en infraestructura (despliegue nacional de 5G, fibra rural) que otros operadores simplemente no tienen.

Mantener una plantilla dimensionada para los tiempos de bonanza, con salarios y beneficios sociales superiores a la media del sector, se ha vuelto insostenible para competir en igualdad de condiciones con empresas nativas digitales que operan con una fracción de ese personal.

No se trata solo de que ganen menos, sino de cómo se gasta. La estrategia detrás del ERE es aligerar esa "mochila" de costes fijos para poder ser más ágiles. En la práctica, es como intentar correr un maratón contra velocistas; por mucho que entrenes, si llevas una armadura pesada, estás destinado a perder a menos que te despojes de ella.

Cuando la tecnología necesita menos manos



Más allá de la economía, hay una realidad técnica ineludible: la red de telecomunicaciones moderna se "cuida" casi sola. El gran cambio de paradigma ha sido el paso del cobre a la fibra óptica. El cobre era una tecnología "activa" y caprichosa, sensible a la humedad, al calor y al desgaste físico, lo que requiera un ejército de técnicos para su mantenimiento constante. La fibra, en cambio, es una tecnología pasiva. Se estima que la fibra genera aproximadamente la mitad de incidencias que el cobre.

El apagado de las centrales de cobre, que coincidió con el centenario de la compañía, supone el cierre de miles de centrales físicas que ya no son necesarias. Esto tiene una traducción directa en el empleo: si no hay cobre que mantener ni centrales que vigilar, el personal dedicado a estas tareas deja de tener una función productiva dentro de la nueva estructura. Además, la digitalización ha permitido que muchos procesos que antes requerían la visita de un técnico o una gestión manual en una oficina, ahora se resuelvan mediante software en remoto o autogestión del usuario.

La automatización y la digitalización han entrado de lleno también en áreas administrativas y de gestión. No es solo que la IA pueda atender una llamada básica, es que los sistemas de gestión de red (Sistemas OSS/BSS) son cada vez más autónomos. Lo curioso es que, aunque esto mejora la eficiencia y reduce errores para el usuario, inevitablemente genera un excedente de personal en roles tradicionales de soporte y administración que la empresa ya no puede justificar.

Una plantilla del siglo XX para retos del siglo XXI

El tercer gran factor es el desajuste de talento. Telefónica se encuentra en una situación paradójica: le sobra gente, pero a la vez le falta gente. La plantilla de la operadora en España tiene una media de edad elevada y una antigüedad considerable. Estos empleados son, en muchos casos, expertos en tecnologías que están desapareciendo (como la red telefónica conmutada o el mantenimiento de líneas de cobre), pero la empresa necesita desesperadamente perfiles nuevos: expertos en ciberseguridad, arquitectos de la nube, analistas de Big Data e ingenieros de Inteligencia Artificial.

El problema de fondo es la dificultad del reciclaje profesional (reskilling). Convertir a un experto en redes físicas de 55 años en un especialista en ciberseguridad no es imposible, pero es un proceso costoso, lento y con resultados inciertos. Ante este escenario, la empresa ha optado por la vía traumática pero efectiva a corto plazo: facilitar la salida de los trabajadores más veteranos (que además tienen los costes salariales más altos) a través del ERE, para abrir hueco (aunque sea en menor número) a perfiles digitales más jóvenes y baratos.

Es una decisión dura que refleja la crudeza de la transformación digital. No es que los trabajadores actuales no sean válidos, es que sus habilidades han dejado de casar con las necesidades urgentes de una "telco" que aspira a convertirse en una "TechCo" (una compañía tecnológica). La IA generativa acelerará este proceso, sin duda, pero el ERE actual responde más a la limpieza del legado analógico que a la irrupción del futuro algorítmico.

De hecho, Telefónica ya carga a sus espaldas con varios EREs desde 1999 que acumulan cerca de 50.000 despidos en momentos en los que la IA no existía.

Este ERE debe interpretarse no como un simple recorte por crisis, sino como el final de una era industrial en las telecomunicaciones. Telefónica está soltando lastre para intentar garantizar su viabilidad futura en un mercado que ya no perdura a los gigantes lentos. La duda que queda en el aire es si, tras este doloroso ajuste, la compañía logrará, de una vez por todas, la agilidad necesaria para liderar los servicios digitales o si seguirá siendo vista por el mercado simplemente como la dueña de las tuberías por las que pasan los datos de otros.



Harper's BAZAAR



Eduardo Casanova, sobre ir a Hollywood: "Si me fuera no me gustaría que me cambien porque quiero mantener mi esencia, aunque no sé cuál es"

Entretener, divertir y concienciar son los tres objetivos que el director se ha propuesto y ha logrado con *Silencio*, la serie de Movistar Plus+ protagonizada por Leticia Dolera, Lucía Díez y Ana Polvorosa, en la que aprovecha la figura del vampiro para hablar del estigma que sufren las personas enfermas de SIDA.

POR MARÍA AGUIRRE Y FOTOGRAFÍA: IRENE MARTINEZ / ESTILISMO: CARMEN AZOGUEPUBLICADO: 28/11/2025

Rechaza la **etiqueta del 'nuevo Pedro Almodóvar'** porque afirma que el manchego es "absolutamente incomparable e irreemplazable". También porque dice tener muy claro quién es él y quién quiere ser, algo que lleva mostrando de manera única desde hace años a través de su cine. Ahora, uno de esos universos tan personales de **Eduardo Casanova** lo ha llevado a una miniserie, *Silencio*, en la que refleja la historia de unas hermanas vampiras condenadas al ostracismo y cómo una de sus descendientes se enfrenta a esa misma oscuridad años después en plena pandemia del VIH. Tres capítulos que se estrenarán en Movistar Plus+ el próximo 1 de diciembre coincidiendo con el Día Mundial de la lucha contra el SIDA y sobre los que hablamos largo y tendido con su artífice, Eduardo Casanova.

¿Cómo surge la idea de rodar una serie tan ambiciosa como *Silencio*?

Soy un fan del cine fantástico y del terror clásico. Mi primera incursión con monstruos clásicos del cine de terror fue con los zombies en mi tercer cortometraje, *Amor de Madre*. Luego traté los extraterrestres con *Lo siento mi amor,* pero la de los vampiros era la figura que más me gustaba y a la que le quería dedicar no solamente un cortometraje. Al mismo tiempo me parecía muy complicado hacer una película sobre vampiros porque es una figura muy poética. A través del vampiro puedes hablar de muchísimas cosas como la longevidad o la eternidad, el contacto con la sangre, la herencia… y el vampirismo siempre ha sido una obsesión para mí.

Por otro lado, existe una ONG que se llama Apoyo Positivo con la que había colaborado porque son muy inteligentes y que desde hacía tiempo venían invirtiendo en hacer proyectos culturales como cortometrajes para concienciar de su mensaje. Accedían a más gente desde un lugar mucho más fácil. Me propusieron hacer uno, pero les dije que teníamos que ir a lo grande. Así nació la idea de hacer una serie que tuviera un punto cómico, rápido, fácil de ver, pero que a la vez tenga conciencia.

Cuéntanos un poco más sobre ese paralelismo que has querido hacer entre las vampiras y las personas con VIH.

La figura del vampiro da *para todo, da para chistes y da para drama, da para miedo y da para concienciación a la vez de que te ríes entiendes una cosa y entiendes que el silencio que viven las vampiresa de silencio, valga la redundancia, es terrorífico. No les puede dar el sol porque si no mueren ardiendo o, por ejemplo, necesitan sangre para vivir pero también tienen sentimientos.*



Imagínate una vampira que tiene sentimientos y necesita sangre y no quiere matar a nadie tiene que elegir entre envenenarse o no beber, ese gran conflicto de matar a alguien o alimentarse. Ese monstruo mítico redefinido en silencio enlaza a la perfección con la situación de las personas seropositivas, en concreto de las mujeres. Actualmente no hay referentes seropositivos vivos. Cuando hablamos de VIH o SIDA, que son dos enfermedades diferentes como hay que puntualizar, nos vienen a la cabeza escasas tres personas como, por ejemplo, Freddie Mercury, que se supo de su enfermedad cuando ya estaba muerto. Sin embargo, el número de personas con VIH es enorme y viven en una oscuridad. Su relación con la sangre o con las relaciones sexoafectivas es parecida a la de las vampiras, tienen que esconderse cuando conocen a alguien por el miedo al rechazo. La serie lo que hace es que da la vuelta a muchas cosas. Lo que suele ser temido tanto en la ficción como en la vida real, aquí son los vulnerables, los protegidos; y lo mismo sucede con las personas con VIH que a día de hoy también son temidas y rechazadas por la serofobia. Se crea una metáfora didáctica sin ser panfletaria y que tiene una gran parte de comedia porque así he decidido contarlo.

¿Qué te gustaría que el público sintiera al verla?

Me encantaría que se divirtiese y que se entretuviese porque el entretenimiento y la risa son la excusa perfecta para concienciar de la problemática. Yo estoy en un momento muy diferente al de mis anteriores películas, he trabajado mucho en publicidad, he hecho también una serie por encargo y lo que me apetece realmente es entretener al público. Por supuesto sin dejar al lado la autoría, los momentos trágicos, el humor negro o la estética que me representa.

¿Ha sido muy distinto el reto de crear y dirigir para una serie en lugar de para el cine?

No lo sé porque no me imagino mi vida sin hacer ficción. Para mí, el cine en cualquier formato es mi forma de ver el mundo. Aunque parezca que sea una persona que se comunica bien o que es sociable, la verdad es que no es real. A través del cine expreso mis ideas, mis gustos, mis secretos o las cosas que me atormentan. Estamos viviendo un momento donde las series son lo más consumido por el público y yo quería llegar a él porque siento que mis historias no son tan de nicho como mi primera película. Quiero llegar a más gente y me da igual el formato.

Leticia Dolera contó a *Harper's Bazaar* lo estimulante que era participar en ese mundo propio que eres capaz de generar en tus trabajos, los cuales son reconocibles con un solo fotograma, ¿cuáles son tus principales referencias?

No sé si está feo que lo diga pero mis referencias vienen de mi vida. Si vienes a mi casa parece el decorado de una película. La gente no se lo cree cuando yo digo que hago cine social pero lo que veo es el mundo. Mis ojos tienen una especie de radar para fijarse en esa peste rosa, en esa belleza extraña o en esa belleza no normativa. Aun así, quiero recalcar que cierro el ciclo cromático rosa, me despido ya de este color.

En este sentido, ¿qué papel juega la moda en *Silencio* y en tus otros proyectos?

La moda es un arte increíble. Para mi el diseño de producción, la moda, la dirección de arte, el maquillaje, la música, etc, son un personaje más. Se habla mucho de mi que yo controlo mucho todo lo que ruedo ya no solo la dirección de actores o el guion o la dirección sino todo lo demás, pero es que me parece que todo forma parte de lo mismo. He tenido la fortuna y la suerte de colaborar con Fernando Bolaño que me parece uno de los mejores diseñadores de este país, y hemos podido mostrar un nivel de vestuario al que es muy difícil llegar en el cine y en las series porque contamos con recursos limitados. Por ejemplo, en el primer capítulo de *Silencio* son todo vestidos de época de alta costura hechos a mano por Manuel Bolaño con mucha intervención mía, muy dirigidos, los cuales son un verdadero espectáculo. Siento que es como ver un desfile. Cuando se viste a una mujer vampira se la tiende a sexualizar y se tiende a tirar a colores negros, aquí hemos podido contar a vampiras en colores pastel en vestidos románticos en vestidos de época, en alta costura, algo que las resignifica y da otra lectura. Eso es a lo que me refiero con que forma parte del guión y de la narrativa, no tenerle miedo a una vampira precisamente porque va vestida en unos colores amables en unos vestidos que tú mismo sin ser una vampira o ser una persona invisibilizada que querrías poner. Por eso es tan importante la moda, porque la moda hace eso, la moda es un universo muy cruel pero también es un universo profundamente poético y que hace pensar.

A parte de Bolaño, también hemos podido colaborar con Betto García que es el mejor sombrerero que hay en España y también tiene un sentido muy narrativo. Por ejemplo, en el cartel oficial el personaje de Lucía Díez lleva un sombrero con cortina para poder esconderse, por eso es tan importante para mí la moda, porque la moda habla de los personajes.

Hemos mencionado a Leticia Dolera pero en *Silencio* también están Ana Polvorosa y María León, entre otras. ¿Cómo fue el proceso de casting?

En mi caso, los procesos de casting son muy fáciles porque tengo la suerte de trabajar con mis mejores actrices. No quiere decir que estén porque sean mis amigas, quiere decir que están porque son las mejores actrices y a la vez, al ser mis mejores amigas, entienden y conocen lo que yo quiero contar y como lo quiero contar, es todo mucho más fácil. Las dos nuevas incorporaciones digamos a este 'universo Casanova' son Omar Ayuso, que también es mi amigo pero no había trabajado nunca con él pese a que hizo el casting para La Piedad, fíjate o sea que también le conocía también sabía que me iba a entender; y Carolina Rubio, que me parece que tiene una vis comica increíble que era necesaria. Además, no puedo dejar de nombrar a la gran protagonista de esta película que posiblemente sea la actriz menos conocida pero que yo ya siento un amor por ella para siempre y quiero trabajar con ella para siempre que es Lucía

Díez. Para mí es el nuevo icono del terror español, es la Linda Blair española porque me parece que tiene una fotogenia y una sensibilidad increíble. Era un riesgo porque yo normalmente deposito todo el peso en las actrices que yo conozco, pero en este caso tenía necesitaba a una chica más joven y encontré a Lucía Díez de una forma muy intuitiva a través de una foto. La vi y dije 'es ella', lo sentí, no le hice ni prueba. Ahora estoy muy obsesionado con Lucía Díez, creo que es una actriz soberbia increíble y si ella quiere yo le doy la bienvenida a mi universo para cuando ella quiera, todo el rato que quiera.



Volviendo a tu faceta como creador, tus proyectos suelen dividir opiniones. ¿Te interesa provocar? ¿crees que el arte debe incomodar?

En algunos momentos he pensado que es importante que el arte incomode. Más que incomodar a la audiencia, tiene que provocarte, bien sea risa, miedo o lágrimas. La verdad es que no me apetece en este momento incomodar absolutamente a nadie porque cuando estoy incómodo me siento muy mal y, aunque no lo parezca, intento no incomodar a nadie y que todo el mundo viva en paz y tranquilo. Lo que más me apetece en este momento es entretener y hacer reír.

¿A qué dirías que se debe este cambio?

Creo que tiene que ver con este proyecto pero también con que mis tres anteriores películas –*Pieles, La Piedad* y *Al Margen*– hablan de personajes silenciados, en la marginalidad. Aquí esos personajes silenciados rompen el silencio que es lo que no pasaba en las anteriores películas. Ver a mis personajes romper ese silencio me hace

descubrir lo que hay después, y lo que hay es comodidad y risas, entonces yo creo que tiene mucho que ver el proyecto en sí. Quiero dejar claro que nada en mi trabajo nada es excesivamente pensado, te lo prometo. No digo 'voy a girar hacia aquí para contentar a no sé quién o voy a girar hacia aquí porque entonces ahora quiero hacer más festivales de autor o voy a girar aquí porque quiero'. No es así la verdad, a lo mejor debería ser así, sería más inteligente, pero al final, cuando eres autor y escribes tus propias películas o tus series, tus obras te dejas guiar bastante por lo que sientes en el momento y olvidas por un momento al público. Luego ya dices 'ah mira voy a pensar en el público y voy a ponérselo fácil'. Ese cambio es natural porque, como diría Marisa Paredes que en paz descanse cuando interpretaba el personaje de Leo en La flor de mi secreto, 'evoluciono y supongo que evoluciono porque estoy vivo'.

Ahora que hablas de *La flor de mi secreto*, resulta inevitable pensar en Pedro Almodóvar, con quien se te compara en muchas ocasiones. ¿Qué sientes cuando sucede?

Me parece que la gente está desubicadísima. Lo primero porque me hacen pasar una vergüenza horrible al compararme con el mayor genio que tiene España a nivel cinematográfico. Lo siento incluso como una falta de respeto hacia el maestro Pedro Almodóvar. Él es absolutamente incomparable y absolutamente irreemplazable. No soy el nuevo nada, lo que soy es Eduardo Casanova y siempre seré Eduardo Casanova. Pedro Almodóvar es uno de mis directores favoritos pero yo no quiero ser Pedro Almodóvar quiero ser yo mismo. Ser Pedro Almodóvar es imposible por su genialidad. Nos ha ofrecido a toda España y a todo el mundo obras maestras a las que yo, honestamente, siento que nunca llegaré. Soy un humilde fan única y exclusivamente, pero un humilde fan también muy consciente de quién soy yo y de lo que quiero ser y por muchísimo que admire al maestro Pedro, yo soy yo.

¿Es Hollywood una meta para Eduardo Casanova?

En absoluto, para nada. Hollywood no es ninguna meta, la meta es seguir escribiendo y dirigiendo y que el destino, que es sabio, me coloque donde quiera siempre y cuando ninguno de esos destinos coarte mi creatividad. He tenido conversaciones con gente, con productores de fuera, pero la verdad es que la libertad y la artesanía que tiene el cine europeo es incomparable. También es verdad que no digo que no a nada porque soy muy conformista aunque no lo parezca y voy donde me quieran. Si de repente Hollywood me quiere, pues voy allí pero espero no me cambien porque quiero mantener la esencia. Aunque tampoco se cual será dentro de 3 años mi esencia porque cambio más que el tiempo, no se cual va a ser mi esencia dentro de un año. Me vendría bien sentarme, estarme quietecito un tiempo.

Donde sí te hemos visto es en realities como *Masterchef* y *Maestros de la costura*, ¿qué has aprendido de ambas experiencias?

De *Masterchef* nada porque el catering de mis rodajes de momento no lo hago. A lo mejor llamo a Samantha [Vallejo-Nájera] para que lo haga, pero yo no lo hago porque como haga yo el catering la gente va a comer muy mal; pero de *Maestros de la Costura,* muchísimo. Ahora soy todavía más pesado y perfeccionista con el vestuario de mis películas. Ya era importante para mí, pero ahora no me engañan con una tela u otra o con un bordado bien dado o mal dado. Soy hasta capaz de hacer de figurinista, que en *Silencio* ha sido Carolina Galeana, quien es una maestra en decirme esta tela no me fotografía bien o esta puntada no está bien dada y se va a ver. Me ha enseñado muchísimo.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 33
AVE: 32274 €
ÁREA: 187 CM² - 42%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43337
OTS: 506000
SECCIÓN: PAPELES

1 Diciembre, 2025



EDUARDO CASANOVA
"MEZCLÉ VIH Y VAMPIRAS PARA CREAR DEBATE"

Serie. En el Día Mundial de la Lucha contra el Sida, Movistar Plus+ estrena 'Silencio', la nueva ficción del actor y director protagonizada por María León, Mariola Fuentes y Leticia Dolera

Por ***Borja R. Catela*** *(Madrid)*

Eduardo Casanova encabeza, junto a Javier Calvo y Javier Ambrossi, la nueva generación de jóvenes directores españoles que aportan su particular visión a sus proyectos. Y eso es lo que ha hecho el madrileño con *Silencio*, su nueva serie, que se estrena hoy en Movistar Plus+: darle su toque especial. «La idea de este proyecto nació de Apoyo Positivo, una ONG y productora que quería trasladar su mensaje a través de la cultura y el entretenimiento. Este año buscaban dar un salto colectivo y llegar a un público más amplio. Coincidió con una etapa en mi vida en la que lo que escribo es cada vez para más gente, y por eso *Silencio* se estrena el 1 de diciembre, Día Mundial de la Lucha contra el Sida», nos explica Casanova.

No obstante, su argumento podría chocar con la definición que hace el director sobre su trabajo: una comedia donde unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de sangre humana limpia debido a la peste negra, pero donde el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del sida en España, y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y también, que el amor entre enfermos y sanos, humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?

«Al principio puede sonar extraño mezclar comedia, vampiras y VIH para abrir un debate, pero funciona. Las vampiras son invisibilizadas, temidas, con una relación peculiar con la sangre, igual que las personas con VIH han sido invisibilizadas desde siempre. El paralelismo es claro. Además, he tenido la suerte de ver cómo reacciona el público en festivales. La gente se ríe muchísimo, y eso era justo lo que pretendía: que se divirtieran mientras se concienciaban», destaca.

Pese a los rumores de que todavía no había cobrado por la serie, Casanova nos dice que sí, que ya está todo en orden gracias al apoyo incondicional de Movistar Plus+: «Nos ha ayudado a levantarla al comprarla y les estoy muy agradecido». Y es que el apoyo directo de las plataformas a los creadores en los últimos años está impulsando el aumento de producciones. «El cine vive una etapa extraña porque todos tenemos en casa móviles, televisores o tabletas con acceso a múltiples plataformas. Eso ha multiplicado el consumo audiovisual y es positivo. Pero no quita el esfuerzo que supone levantar una serie como *Silencio*», asegura.

Precisamente, de ese rodaje destaca que hacer una comedia es paradójico, ya que hay muchos momentos de tensión y de drama. Casanova recuerda que el primer día, por ejemplo, estuvieron siete horas con el maquillaje de las vampiras, con cuatro maquilladores por actriz. «El último plano era con Mariola Fuentes colgada como un jamón, porque las vampiras duermen boca abajo, con prótesis, lentillas, dientes larguísimos y uñas imposibles [risas]».

También resultaba curioso y gracioso ver todo descontextualizado. Por un lado, vampiras vestidas del siglo XIV en un palacio que estaba en plena calle Hortaleza de Madrid en el siglo XXI. «Cuando alguna de las actrices salía a la calle, como no se podían quitar y poner el maquillaje, veías el contraste con la vida real, que era increíble. Era tan extraño que pensaba: 'Dios mío, ¿en qué momento me ha salido a mí esto de la cabeza?'», asegura entre carcajadas el director.

Casanova no se muerde la lengua, pero al hablar sobre la política actual se muestra cauto: «He aprendido es que es muy fácil cargarte la promoción de tu película o serie si tocas ciertos temas. Pero lo que más quiero ahora es hablar de *Silencio*, porque trata un asunto muy significativo para la sociedad», afirma.

SERIES

Eduardo Casanova: "Quería mezclar comedia, vampiras y VIH para abrir un debate"

En el Día Mundial de la Lucha contra el SIDA Movistar Plus+ ha decidido estrenar Silencio, la nueva serie dirigida por Eduardo Casanova y protagonizada por Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera y Omar Ayuso, entre otros.



Eduardo Casanova, en una escena de Silencio. MOVISTAR PLUS+

Borja R. Catela Madrid Domingo, 30 noviembre 2025 - 21:41

Eduardo Casanova encabeza, junto a Javier Calvo y Javier Ambrossi, la nueva generación de jóvenes directores españoles que aportan su particular visión a sus proyectos. Y eso es lo que ha hecho el madrileño con Silencio, su nueva serie, que se estrena este lunes en Movistar Plus+: darle su toque especial.

"La idea de hacer este proyecto nació de Apoyo Positivo, una ONG y productora que quería trasladar su mensaje a través de la cultura y el entretenimiento. Este año buscaban dar un salto colectivo y llegar a un público más amplio. Coincidió con una etapa en mi vida en la que lo que escribo es cada vez para más gente y por eso Silencio se estrena el 1 de diciembre, Día Mundial de la Lucha contra el SIDA", nos explica Casanova.

No obstante, su argumento podría chocar con la definición que hace el director sobre su trabajo, calificándola como una comedia donde unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de sangre humana limpia debido a la peste negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del SIDA en España, y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y también que el amor entre enfermos y sanos, humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror: ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?

"Al principio puede sonar extraño mezclar comedia, vampiras y VIH para abrir un debate, pero funciona. Las vampiras son invisibilizadas, temidas, con una relación peculiar con la sangre, igual que las personas con VIH han sido invisibilizadas desde el inicio de la pandemia. El paralelismo es claro. Además, he tenido la suerte de ver cómo reacciona el público en festivales como Locarno, Austin, Mar del Plata o Sitges. La gente se ríe muchísimo, y eso era justo lo que pretendía: que se divirtieran mientras se concienciaban", destaca el director sobre su obra.

"Yo no sé si hago buenas pelis o no, espero que sí, pero creo que elijo buenos títulos"

Además, los tres capítulos que cuentan con un título muy significativo cada uno. "El primero se llama Las flores del infierno, que me parece precioso y que además habla de Baudelaire y su homenaje a las flores del mal. Y el segundo capítulo se titula como la canción de Rocío Jurado, Muera el amor; y el último, como la serie, Silencio", apunta el madrileño. "Yo no sé si hago buenas pelis o no, espero que sí, pero creo que elijo buenos títulos", añade.

Casanova tenía muy claros los nombres de los capítulos, aunque la serie, en un principio se iba a llamar Indetectable, que fue el primer nombre que barajó el director, pero que le parecía demasiado obvio para hablar del SIDA. "Silencio es un título potente y define con exactitud la problemática actual: las personas con VIH que viven en silencio. Además, es un título con cierta maldición, porque Almodóvar iba a llamar así a Julieta y lo descartó porque Scorsese ya había usado Silencio. Yo decidí romper esa maldición".

Es curioso como alguien que tiene "auténtica fobia a las agujas y a las analíticas" no la tenga a la sangre, elemento que utiliza en sus obras porque "me flipa" y, precisamente, por eso introduce las agujas en sus series y películas, para intentar perder ese miedo porque "cuando tengo que hacerme un análisis necesito ir acompañado".



Escena de Silencio MOVISTAR PLUS+

Pese a los rumores de que todavía no había cobrado por la serie, Casanova nos dice que sí, que ya está todo en orden gracias al apoyo incondicional de Movistar Plus+ "que nos ha ayudado a levantarla al comprarla y les estoy muy agradecido". Y es que el apoyo de las plataformas en los últimos años está colaborando al aumento de producciones.

"Creo que es un buen momento. El cine vive una etapa extraña porque todos tenemos en casa móviles, televisores o tablets con acceso a múltiples plataformas. Eso ha multiplicado el consumo audiovisual y es positivo. Pero no quita el esfuerzo que supone levantar una serie como Silencio. Yo me siento orgulloso de estar en Movistar Plus + porque tienen un catálogo diverso en el que hay de todo, documentales, thrillers, drama, comedia, terror... una línea editorial clara que es un sello de calidad, con un gran respeto al autor. Estar ahí me hace sentirme muy orgulloso después de lo que ha costado sacar adelante el rodaje y la serie", comenta el madrileño.

Precisamente, de ese rodaje destaca que hacer una comedia es paradójico, ya que hay muchos momentos de tensión y drama. Casanova recuerda que el primer día, por ejemplo, estuvieron siete horas con el maquillaje de las vampiras, con cuatro maquilladores por actriz. "El último plano era con Maríola Fuentes colgada como un jamón, porque las vampiras duermen boca abajo, con prótesis, lentillas, dientes larguísimos y uñas imposibles (risas)".

"En el rodaje se podían ver vampiras vestidas de siglo XIV en un palacio que estaba en plena calle Hortaleza de Madrid en el siglo XXI"

También resultaba curioso y gracioso ver todo descontextualizado. Por un lado, vampiras vestidas de siglo XIV en un palacio que estaba en plena calle Hortaleza de Madrid en el siglo XXI, entonces, cuando "alguna de las actrices salía a fumar o salía a la calle, como no se podían quitar y poner el maquillaje, veías el contraste con la vida real, que era increíble. Era tan extraño que pensaba: Dios mío, ¿en qué momento me ha salido a mí esto de la cabeza?", asegura entre carcajadas el director.

Pese a que ya han pasado muchos años, a Eduardo Casanova le siguen recordando su papel de Fidel en la serie Aída, algo que, por otra parte, no le molesta, es consciente de forma parte de su vida. "Es cierto que hace años que me dedico a dirigir, aunque a veces actúe, pero es inevitable que la gente me hable de la serie de Telecinco. Estuve allí 11 años y era un niño cuando empecé".

Eso sí, de aquel Eduardo de 2005 en el de 2025 queda "la rebeldía, el atrevimiento, el punk. Eso me enorgullece, porque al crecer solemos perder radicalidad y volvemos más complacientes. Yo he aprendido y soy más cauteloso, pero sigo siendo un poco rebelde y me gusta que eso siga ahí". También señala que aquella serie le dio la posibilidad de dedicarse a su pasión, dirigir cine. "Sin Aída seguramente también lo haría, pero en otras condiciones y con otra relevancia. Gracias a esa etapa hoy estoy rodeado de un elenco increíble en Silencio. Nada te quita, todo te da. Incluso lo malo te conforma y te hace aprender. Forma parte de mi vida y de lo que soy ahora", afirma.

Casanova es un director que no se muerde la lengua, y al hablar sobre la política actual se muestra cauto, ya que "he aprendido que es muy fácil cargarte la promoción de tu película o serie si tocas ciertos temas. Pero lo que más quiero ahora es hablar de Silencio, porque trata un asunto muy significativo para la sociedad", asegura. Aun así, el madrileño concluye diciendo que "es político no restarle importancia a una problemática tan grande como la pandemia del VIH y los derechos LGBTQ+. Eso también es política".

EL PAÍS

SERIES TELEVISIÓN

Eduardo Casanova feminiza a los vampiros en su nueva serie: “El silencio que viven hoy las personas con VIH es terrorífico”

Con su debut creativo en una producción televisiva, el director retoca un subgénero icónico para abordar, entre el drama y el humor, el estigma del sida



El actor y director, Eduardo Casanova, en su casa de Madrid, junto a su gata 'Maricarmen'. Foto: Pablo Monge | Vídeo: Movistar Plus+

Aser García Rada Madrid - 01 DIC 2025 - 05:30 CET

Eduardo Casanova (Madrid, 34 años) se disculpa desde la entrada. Le habría gustado, dice, tener algo más ordenada y ambientada su casa-oficina-museo-decorado, donde recibe a EL PAÍS en una mañana de noviembre. Aunque lleva año y medio instalado con su pareja en este pequeño adosado a las afueras de Madrid, su actividad imparable apenas le deja tiempo. Cuesta creerlo porque su universo, tan reconocible, lo invade todo.

En las paredes y hornacinas del sótano donde trabaja conviven modelos anatómicos, dibujos de enfermedades venéreas, un pato disecado de dos cabezas, claquetas y carteles de sus proyectos, su colección de dentaduras, figuras vintage de La familia Monster y la prótesis de látex que Ana Polvorosa lució en Pieles (2017). Maricarmen, una gatita con cara de ewok, se esconde bajo un sofá rosa, color del que Casanova admite estar algo cansado. "Estoy en una fase más verde y sesentera", comenta mientras se viste para la sesión de fotos, cuyo set montará con mimo su compañero. "La estética es fundamental", insiste quien se define como "un guionista y director que a veces actúa por sus amigos".

Atento y afectuoso, conversa después en el mirador de la cocina, en una mesa tomada por muñecos antiguos, para hablar de Silencio, su primera incursión como creador en la ficción seriada. Esta miniserie vampírica que Movistar Plus+ estrena este 1 de diciembre, Día Mundial del Sida, aborda el estigma del VIH con una mezcla de humor, fantasía y mirada social que Casanova reivindica como parte del nuevo tono que atraviesa su trabajo. Lo hace siguiendo a una familia de vampiras desde la peste negra medieval —que inutiliza la sangre humana—, al estallido del sida en los ochenta y hasta la actualidad.

Pregunta. ¿Esta es su casa-oficina?

Respuesta. Sí, me he mudado aquí de alquiler. Tengo otra casa con hipoteca, que ojalá pueda terminar de pagar, pero me fui del centro porque quería un poco de campo sin aislarme. Las Navidades en el centro me dan pánico. Aquí estoy tranquilo; tengo mi museo de los horrores, mis fricadas que solo entiendo yo, y el espacio donde escribo, preproduzco y vivo. Vivo un poco aislado en un decorado mío. Necesito un entorno así para encerrarme en mis películas e inspirarme al escribir, estar rodeado de mis fricadas, cositas de colección y eso. Pero este último año y medio ha sido una locura de trabajo y aún no he podido decorar la casa y el despacho como me gusta.

P. Bastante han hecho.

R. Uy, me encantaría que vinieses el año que viene. Dirías: "Ahora entiendo lo que quería hacer este loco con la casa". Me encanta la decoración y la estética, en mis trabajos se ve, ¿no? Y me reivindico como raro porque aceptarse como raro es político. Y me gusta vivir en una casa donde las cosas no tienen un precio altísimo. Estos muñecos de bebés de los sesenta para mí son coleccionismo, igual que las dentaduras o la anatomía humana, que me flipa.

P. Abrir un espacio tan personal como su casa para hacer promoción es infrecuente.

R. Es raro, pero lo suelo hacer. Poca gente lo entiende, pero cuando se hacen este tipo de entrevistas, viene un fotógrafo y tiene que buscar un sitio bonito. A mí me gusta ofrecérselo. Y también es una forma de mostrar mi mundo sin engaños: mis películas son así y yo soy así. Mi cine no es una fachada ni una provocación; estéticamente es completamente real. Raro, pero real.



Eduardo Casanova, en su casa de Madrid.
PABLO MONGE

P. En Sitges dijo que Silencio marcaba el fin de una etapa “más pedante” y el inicio de otra con más humor. Además, es su primera serie.

R. Mi primera serie como showrunner, guionista y director. Ya dirigí una serie por encargo (Nacho, sobre Nacho Vidal) , donde pude poner mi sello, pero esta es completamente mía. Así que sí, es mi primera serie mía.

P. ¿Por qué este cambio de tono y de formato ahora?

R. Aunque suene repetitivo, cada vez que terminas un trabajo sientes el fin de una etapa, pero en Silencio el cambio es más evidente: es la primera vez que me decido a hacer una serie y es comedia pura, aunque con contenido social, porque mi trabajo siempre lo tiene. En este caso habla del estigma de las personas con VIH, haciendo un paralelismo con la fantasía de las vampiras.

> El VIH parece un tema olvidado y no debe serlo".
>
> **Eduardo Casanova**

Estoy en un momento más ligero y menos atormentado. No he estado mucho tiempo atormentado, pero con que lo estés una vez ya es muchísimo. Y no es que me apeteciera hacer una comedia, me ha salido así.

Cuando escribes, te sale lo que tienes dentro. Y me parecía un tema que puede ser denso y triste, y sobre el que nos falta mucha información, así que meterle fantasía y comedia ayuda a que llegue mejor.

P. En Romería, Carla Simón también aborda el estigma del VIH. ¿Por qué cree que coinciden ahora dos obras sobre un tema tan inusual?

R. Fíjate que son solo dos obras, pero si analizamos la historia del cine sobre sida o VIH (que son conceptos diferentes), las narrativas siempre son las mismas: memoria, hombres homosexuales, hombres drogadictos, catástrofe y muerte. Y creo que estamos a punto de vivir una revolución. El VIH parece un tema olvidado y no debe serlo.

Cuando empezó la pandemia en los ochenta, los enfermos y enfermas de sida tenían que gritar para sobrevivir. Gracias a esos gritos se buscó una solución, aunque tardía por estigmas como la homofobia o la fobia a las personas que usaban drogas. Llegó una medicación que, yéndome al lenguaje vampírico, convierte a las personas en indetectables, e intransmisibles. A nivel médico es muy positivo, pero socialmente el discurso sigue siendo el de entonces. Y el silencio que viven hoy las personas con VIH es terrorífico.

P. En la serie saca el cartel “silencio = muerte” de los ochenta.

R. Es el primer eslogan que usan los activistas del grupo Act Up (Actúa). Para hacer esta serie me he tenido que documentar mucho y en este caso una de las productoras es Apoyo Positivo, que es una ONG. El avance médico ha sido increíble: con una pastilla al día o un pinchazo cada dos meses no desarrollas sida, eres intransmisible y la medicación no tiene efectos secundarios, como antes. Pero lo que sucede hoy con quienes viven con VIH en silencio son muchísimos problemas de salud mental: ansiedad, depresión… Y eso sí es mortal. Una infección tratada no supone ningún peligro para nadie, pero el silencio sí lo es.

Además, todos conocemos a personas con VIH, pero no sabemos que lo tienen. A cualquiera que lea esta entrevista le puede pasar con un familiar, un mejor amigo o incluso una pareja sexoafectiva. Vivir así es tremendo; creo que es algo que está a punto de reventar y que debe reventar. Y además quiero dejar claro que ni Silencio ni el VIH son un tema exclusivo LGTB, es una enfermedad que nos puede atravesar a todos y todas.

P. ¿Cree que persiste el estigma porque el sexo sigue siendo tabú?

R. Ese es el motivo. Esto que voy a decir no es para infravalorar ninguna otra, pero hay enfermedades que te convierten en héroe al superarlas. El VIH, por venir del sexo, y en gran medida del sexo homosexual, sigue siendo tabú y te hace culpable de haberlo adquirido, cuando la culpa no existe.

P. ¿Ha cambiado su propia percepción tras hacer la serie?

R. Claro. Me he concienciado muchísimo sobre salud sexual y la falta de información; hacer cine implica empaparte del tema para tratarlo con respeto. Y quiero incidir en algo: aunque este sea el eje, la serie es ligera, entretenida y de comedia. No tiene nada que ver con mis trabajos anteriores más densos, es una serie fácil de ver.



El actor y director, Eduardo Casanova, en su casa de Madrid.
PABLO MONGE

P: Vuelve a trabajar con varias de sus actrices fetiche. ¿Existe ya el concepto de "chicas Casanova"?

R. No, eso es para Pedro [Almodóvar], que es el maestro; los demás somos aprendices. Y lo de fetiche me suena raro, como si cosificara a actrices que también son mis amigas. No son mías, trabajan con mucha gente y tienen carreras increíbles. Pero sí, suelo trabajar con las mismas porque nos entendemos a la perfección, son muy amigas y, además, tengo la suerte de que son, creo, las mejores actrices de este país; en concreto, Ana Polvorosa.

P. Sin desmerecer a ninguna, María León hace un trabajo sobrecogedor.

R. Es espectacular.

P. ¿Cómo logra el nivel de confianza y compromiso necesarios para que eso ocurra?

R. Porque María es mi hermana y Paco [León] es mi hermano. Conozco a María desde antes de que fuese actriz, cuando trabajaba en Cortefiel doblando ropa. Hay una entrega y una confianza enormes para los desnudos o los temas complejos, los

tratamos desde un lugar muy familiar. Yo quedo con María, le cuento cosas y le pregunto cómo lo ve. A veces ella o Ana me dicen: "¿Esto por qué no lo hacemos así?". Me siento un poco estafador, porque los personajes de Silencio, en concreto los de María y Ana, deberíamos firmarlos juntos. La construcción de esos personajes es mía y de ellas.

Con las demás actrices sí tengo más responsabilidad, pero el personaje de María viene de Sevilla. Cuando María habla de su madre, que no es en absoluto Carmina [Barrios] en la serie, tiene una fuerza distinta a cuando Lucía Díez, que está increíble y es la verdadera protagonista, habla de la suya. Tengo una conexión increíble con mis amigas y con estas actrices. Me siento afortunado y en deuda.



Imagen promocional de la serie 'Silencio', de Eduardo Casanova.
MOVISTAR PLUS+

P: Si existiera una segunda temporada ¿qué le gustaría desarrollar?

R: Ya está escrita. No está confirmada, pero rogaré a la plataforma que me deje hacerla. Aun así, la decisión final es de los verdaderos jefes y jefas, el público.

Hay muchísimas cosas que me gustaría desarrollar: la problemática del VIH es muy amplia, el vampirismo, que es poético, y cada personaje, que daría para un spin-off. Lo que sí puedo decir, y quienes vean las fotos de esta entrevista lo notarán, es que estoy obsesionado con los años sesenta. Me planteo qué pasaría entonces con esas vampiras tan divertidas. Habría que revisar qué pasó en esa época en la historia para saber por dónde va el tema. También te digo, el público la está pidiendo a gritos. La serie ha tenido un recorrido increíble por festivales de clase A, como Sitges, Locarno, Mar del Plata o Austin, y todo el mundo dice: "¿Ya? Queremos más".

> “No soy actor, no me siento a la altura. Yo lo que soy es director de cine”.

P. El personaje que le situó en la esfera pública fue Fidel, en Aída, hace justo 20 años. ¿Qué le diría ahora a ese chico que tuvo esa oportunidad, y qué cree que le diría él a usted?

R. Le diría que no se agobie, que va a lograr por lo que lleva trabajando desde antes de los 12 años, cuando empecé: dirigir cine. Que no sufra tanto, que lo va a conseguir, porque lo necesita para expresarse; sin eso, lo habría tenido muy difícil. Y ese chico me diría: “¡Venga, rápido, corre, más, todo ya!” Y fíjate, esa parte sigue ahí.

P. Varias veces ha dicho que no es actor. Cuando hacía Aída, ¿ya tenía al director en mente?

R. Yo hice Aída porque no podía dirigir. Recuerdo a los cámaras y los directores Jacobo Martos o Nacho García Velilla gritándome “¡deja la cámara, deja el zoom!”, porque veían en realización que me iba a grabar a los figurantes con las cámaras de la serie. Yo no soy actor, aunque a veces actúe por diversas circunstancias. Es una profesión que admiro mucho, que me parece muy compleja y no me siento para nada a la altura. Yo lo que soy es director de cine.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 36
AVE: 20295 €
ÁREA: 122 CM² - 33%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: MEDIA

1 Diciembre, 2025



El 'Silencio' que rodea al VIH

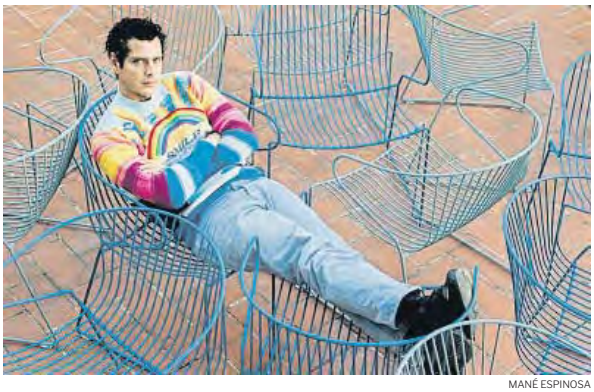
Eduardo Casanova estrena una serie vampírica y reflexiva en Movistar Plus+

PERE SOLÀ GIMFERRER
Barcelona

Quedamos con Eduardo Casanova en la terraza de un hotel del Eixample de Barcelona para hablar de *Silencio*, la serie que ha creado para Movistar Plus+. Es una reflexión sobre cómo es convivir con el estigma del VIH y se estrena hoy, el día mundial del Sida. El fotógrafo le indica en qué rincones puede posar, pero, por defecto de profesión, el autor de películas como *Pieles* o *La piedad* toma las riendas de la sesión. Empieza a colocar sillas y más sillas porque le interesan las formas que crean y después se tumba en ellas. Es una demostración simple de una mente estética que esta vez intenta hacer algo más comercial: "He tenido el privilegio de hacer cosas más autorales, pero *Silencio* es una comedia con una historia de amor: no hay nada más *mainstream* que una historia de amor con un beso final".

Esto no quiere decir que *Silencio* sea una obra convencional en ninguna de sus acepciones. La organización sin ánimo de lucro Apoyo Positivo, que ayuda a las personas con VIH, le contactó para hacer algo juntos: "Siempre me ha parecido muy interesante su trabajo, pero temía hacer algo panfletario, así que le dimos una vuelta y decidí hablar del virus a través del vampirismo y de la comedia, evitando las narrativas que ya se habían hecho". No quería un *Filadelfia* o un *120 pulsaciones por minuto*, películas escritas "siempre desde un lugar homosexual, de memoria, de lo que se sufría antes y no del problema real actual, que es el silencio".

"No puede ser que unas enfermedades te conviertan en un héroe y otras te conviertan en un apestado"



MANÉ ESPINOSA

De actor de comedia a cineasta autoral e incómodo

Como indica Casanova, la medicación permite vivir con una carga viral indetectable, intransmisible y sin efectos secundarios, pero muchos afectados prefieren no contar a sus seres queridos que tienen VIH: "Este silencio es un lugar muy incómodo en el que vivir y muy injusto: no puede ser que haya enfermedades que te conviertan en un héroe y otras que te conviertan en un apestado".

En *Silencio*, que solo tiene tres episodios de apenas veinte minutos, tres hermanas vampiras y su madre se enfrentan a la escasez de "sangre humana limpia" debido a la peste negra. Viven recluidas con miedo a ser descubiertas y asesinadas. Siglos después, una de sus descendientes vive en España, subsistiendo a base de sangre sintética, enamorada de una mujer con sida. Las dos amantes tienen algo en común: conviven con el miedo y la ignorancia de la sociedad que las rodea.

El maquillaje prostético, pensado por Óscar del Monte, es extraordinario: "No había un referente de una vampira como la que queríamos construir, siempre habían sido muy sexualizadas". Actrices como Lucía Díez, Leticia Dolera, Mariola Fuentes, Carolina Rubio y Ana Polvorosa están irreconocibles. "En el primer día de rodaje, Mariola llevaba lentillas, litros de silicona en la cara y dientes: no podía ver, oír, hablar o comer bien. La parafernalia es impactante, pero esa sensación de opresión que han vivido las actrices las ha ayudado a entender lo que significa vivir encorsetado, en silencio, en el armario, ya sea el del vampirismo o el de una mujer seropositiva en la actualidad", reflexiona.●

La Vanguardia - Catalán

1 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 36
AVE: 20295 €
ÁREA: 122 CM² - 33%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



El 'Silencio' que envolta el VIH

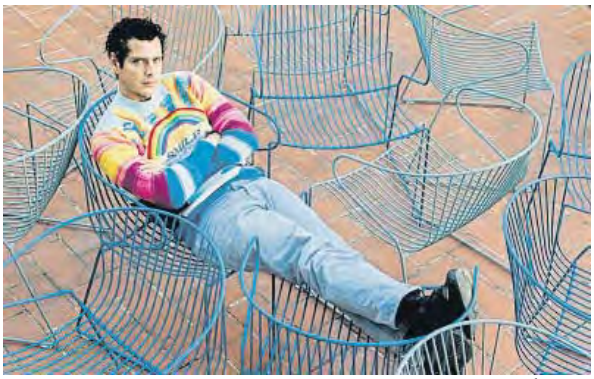
Eduardo Casanova estrena una sèrie vampírica i reflexiva a Movistar Plus+

PERE SOLÀ GIMFERRER
Barcelona

Quedem amb Eduardo Casanova a la terrassa d'un hotel de l'Eixample de Barcelona per parlar de *Silencio*, la sèrie que ha creat per a Movistar Plus+. És una reflexió sobre com és conviure amb l'estigma del VIH i s'estrena avui, el dia mundial de la Sida. El fotògraf li indica a on es pot fotografiar, però, per defecte de professió, l'autor de pel·lícules com ara *Pieles* o *La piedad* agafa les regnes de la sessió. Comença a col·locar cadires i més cadires perquè li interessen les formes que creen i després s'hi estira. És una demostració simple d'una ment estètica que aquest cop intenta fer una cosa més comercial: "He tingut el privilegi de fer obres més autorals, però *Silencio* és una comèdia amb una història d'amor: no hi ha res més *mainstream* que una història d'amor amb un petó final".

Això no vol dir que *Silencio* sigui una obra convencional en cap de les seves accepcions. L'organització sense ànim de lucre Apoyo Positivo, que ajuda les persones amb el VIH, va contactar amb ell per col·laborar-hi: "Sempre m'ha semblat molt interessant la seva feina, però temia fer una cosa pamfletària, o sigui que hi vam rumiar i vaig decidir parlar del virus per mitjà del vampirisme i de la comèdia, evitant les narratives que ja s'havien fet". No volia un *Filadèlfia* o un *120 pulsacions per minut*, pel·lícules escrites "sempre des d'un lloc homosexual, de memòria, del que es patia abans i no del problema real actual, que és el silenci".

"No pot ser que unes malalties et converteixin en heroi i d'altres et converteixin en un empestat"



MANÉ ESPINOSA

D'actor de comèdia a cineasta autoral i incòmode

Com indica Casanova, la medicació permet viure amb una càrrega viral indetectable, intransmissible i sense efectes secundaris, però molts afectats s'estimen més no explicar als éssers estimats que tenen el VIH: "Aquest silenci és un lloc molt incòmode en què viure i és molt injust: no pot ser que hi hagi malalties que et converteixin en heroi i d'altres que et converteixin en un empestat".

A *Silencio*, que només té tres episodis de vint minuts, tres germanes vampires i la seva mare s'enfronten a l'escassetat de "sang humana neta" a causa de la pesta negra. Viuen recloses amb por de ser descobertes i assassinades. Segles després, una de les descendents viu a Espanya, subsistint amb sang sintètica, enamorada d'una dona amb sida. Les dues amants tenen això en comú: conviuen amb la por i la ignorància de la societat que les envolta.

El maquillatge prostètic, pensat per Óscar del Monte, és extraordinari: "No hi havia un referent d'una vampira com la que volíem construir, sempre havien estat molt sexualitzades". Actrius com Lucía Díez, Leticia Dolera, Mariola Fuentes, Carolina Rubio i Ana Polvorosa estan irreconeixibles. "El primer dia de rodatge, la Mariola portava lents de contacte, litres de silicona a la cara i dents: no podia veure-hi, sentir-hi, parlar o menjar bé. La parafernàlia és impactant, però la sensació d'opressió que han viscut les actrius les ha ajudat a entendre el que significa viure encotillat, en silenci, a l'armari, ja sigui el del vampirisme o el d'una dona seropositiva a l'actualitat", reflexiona.●

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 11374 €
ÁREA: 586 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43672
OTS: 229000
SECCIÓN: GENTE

1 Diciembre, 2025



«'Silencio' es mi obra más asequible, pero eso no quiere decir que me haya domesticado»

Eduardo Casanova Director y guionista

El autor de 'La piedad' se acerca por primera vez a la comedia en su primera serie, una historia de vampiras con la que traza agudos paralelismos con los enfermos de sida



Ana Polvorosa y Eduardo Casanova, durante el rodaje de 'Silencio'. VIVA / EFE

IKER CORTÉS

MADRID. Audaz, inquieto e inclasificable. Son tres adjetivos que le vienen como anillo al dedo a Eduardo Casanova (Madrid, 34 años). Después de romper todos los esquemas con sus dos primeros largometrajes, 'Pieles' y 'La piedad', y de emocionar al público más 'underground' con su primer documental, 'Al margen', el director, guionista y actor se lanza a crear 'Silencio', su primera serie, disponible en Movistar Plus+ a partir de hoy, Día Mundial del Sida. Estructurada en tres capítulos de apenas veinte minutos de duración y protagonizada por María León, Ana Polvorosa, Leticia Dolera, Lucía Díez y Mariola Fuentes, la ficción sigue los pasos de una familia de vampiras, desde el siglo XIV hasta el año 2066, en una historia que traza agudos y sugerentes paralelismos entre sus personajes y las mujeres enfermas de sida.

– ¿Se pone muy nervioso con los estrenos?

– Me da pena ya no ponerme tan nervioso, la verdad. Cuando estrené mi primera peli, una persona muy importante para mí en ese momento me dijo que lo disfrutara mucho porque primera película o primer proyecto solo hay uno. Y no lo disfruté. Ahora que ya he rodado cuatro pelis y estreno mi primera serie, más que nervios estoy como en un modo trabajo. Sí está la ilusión, pero no están esos nervios. Es un poco triste, ¿no?

– Bueno, tiene lógica, es su profesión.

–Sí, y creo que hay una parte positiva de empezar a entender esto como una profesión en la que nos dedicamos a hacer cosas para entretener, para divertir o para concienciar, en algunos casos, al público, que es a quien nos dirigimos. Al principio es todo más como para alimentar el ego, luego te das cuenta de que se trata de más cosas, aunque el ego también esté.

– ¿Qué resortes mentales le llevaron a crear 'Silencio'?

– Bueno, el resorte de ponerme a escribir es continuo. Lo hago en todo momento y es cuando siento que estoy diciendo exactamente lo que quiero decir. Así que nace de ahí y de rescatar en el cajón cosas de las que siempre he querido hablar como es el vampirismo. Me apetecía mucho hablar de vampiras.

– ¿Cómo fue organizando la estructura? Porque son tres capítulos, cada uno en una época distinta, pero que van autorreferenciándose.

– El primer planteamiento fue: voy a escribir una historia por cada época. Voy a escribir en el año 1350, con la peste bubónica, una historia, en el futuro, otra historia, y en el pico álgido de la pandemia del sida, en el 86, otra historia. Pero me di cuenta de que narrativamente funcionaba mucho mejor si echábamos en la olla las tres épocas y las mezclábamos porque explicaba muy bien la evolución o, más bien, la no evolución del ser humano respecto al silencio. El ser humano siempre ha tenido que guardar silencio para no ser rechazado y, en concreto, con la pandemia del VIH y del sida.

– El miedo al estigma.

– Sí. El estigma surge de la falta de información, que provoca rechazo, y ese rechazo lleva a las

EL TEMA DE LA SERIE

«La ficción habla de la necesidad de romper el silencio. Vivir en él no se lo merece nadie, y menos por una enfermedad»

EL OFICIO DE CONTAR HISTORIAS

«Entender esto como una profesión implica hacer cosas para divertir o concienciar al público»

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 11374 €
ÁREA: 586 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43672
OTS: 229000
SECCIÓN: GENTE

1 Diciembre, 2025



personas seropositivas a guardar silencio por miedo y es precisamente de lo que habla la serie, de la necesidad de muchas personas de romper ese silencio y de gritar, porque vivir en el silencio es parecido a vivir en una mentira continua, en el fingir, en el estar escondido, algo que creo que no se merece nadie, y muchísimo menos por una enfermedad. Nadie es culpable de tener una enfermedad. Pero lo que quiero dejar claro es que todo esto da como resultado una serie rápida, de 20 minutos por capítulo, que es perfectamente consumible y pura comedia.

– Es que el comienzo, con esas cuatro vampiras conversando en una mesa camilla, es divertidísimo.

– Cuando terminé 'Silencio' y la vi, dije, qué fuerte, he escrito una comedia. Eso también refleja el momento en el que me encuentro yo, de transición, de hablar para un público más amplio y de hacer reír y entretener, que es lo que me apetece a mí como espectador y como autor. Creo que es también lo que el público necesita para entender este conflicto tan pesado desde un lugar mucho más fácil y divertido.

– ¿Diría que es su obra más asequible? ¿Se ha domesticado?

– Es mi obra más asequible a nivel del público, pero esto no quiere decir, en absoluto, que me haya domesticado. A mí no me domestica nadie, me domestico yo a mí mismo, cuando mi cuerpo y mi edad me lo van pidiendo, y sobre todo cuando me enfrento a escribir un guión que habla de unas cosas o de otras. Cuando estamos hablando de un tema tan universal y de un conflicto tan importante como es la pandemia del sida en los 80 o del VIH en la actualidad, hay que acercarse al público de una forma diferente a como yo me he acercado al público en otras de mis películas. Y también ese es el motivo por el que decido que sea una serie, porque son lo que más se consumen. 'Silencio' es muy diferente a lo que yo he hecho antes, es comedia, es serie, es rápida, no es densa... No prevalece por encima de todo el color rosa, pero eso no quita que la veas y la puedas identificar como algo mío. Es una serie que te hace reír, pero que te toca el corazón.

EUROPA PRESS

Eduardo Casanova presenta 'Silencio': "Hay miedo a posicionarse en cosas obvias como el genocidio en Gaza"

-La serie de vampiros, protagonizada por María León, Leticia Dolera, Ana Polvorosa y Omar Ayuso, llega este lunes a Movistar Plus+



Eduardo Casanova presenta 'Silencio': "Hay miedo a posicionarse en cosas obvias como el genocidio en Gaza" - EUROPA PRESS

MADRID, 28 Noviembre 2025 (EUROPA PRESS) -

Este lunes 1 de diciembre llega a Movistar Plus+ 'Silencio', miniserie creada, escrita y dirigida por Eduardo Casanova ('Pieles', 'La piedad'). A lo largo de tres episodios donde una familia de vampiras vive en siglos marcados por la peste y el sida, esta comedia negra denuncia, con "humor y gamberrismo", que el estigma en torno al VIH y el temor a las represalias por "exponer tu propia voz" persisten como formas de "violencia estructural por parte del sistema".

"Hay cierto miedo que estamos desarrollando los personajes públicos a romper el silencio y a posicionarnos en cosas que son obvias como el genocidio en Gaza", señala Casanova en una entrevista concedida a Europa Press, donde subraya que la decisión de permanecer callado ante problemas "extremadamente evidentes" tiene una naturaleza estructural. El cineasta lo atribuye al "miedo a la cancelación", que a su vez "es pánico a la pérdida de trabajo", que a su vez solo es "es terror a la pérdida de dinero".

Para el responsable de 'Silencio', ese pavor colectivo a pronunciarse surge de "un truco maquiavélico del sistema para convertirnos en personas con un discurso extremadamente blanco". Casanova defiende que en una sociedad con dinámicas que buscan "quitarnos la personalidad y silenciarnos hay que romper el silencio en cuanto a lo que a ti te atormente o te perturbe".

María León amplía la idea expuesta por el director indicando que concibe la serie como una llamada a "exponer tu propia voz por un bien no solo individual, sino global": "Espero que la sociedad capte el mensaje de que no hay que callarse". Casanova apunta que el personaje de la actriz no es una de las vampiras que ocultan su condición por posible rechazo, sino una humana con sida que también refleja que un estigma que te fuerza a "callar te convierte en una persona muy triste".

Para Mariola Fuentes, mantenerse en silencio no siempre es causa de presiones externas, también es una muestra de la indiferencia de un mundo que sufre de "pérdida de empatía". "Ha llegado un momento en el que la gente ve a un niño muerto en una orilla de una playa o en una guerra y le da lo mismo", condena la intérprete, a quien le preocupa más los casos de "gente a la no solo les da igual, sino que dicen que el niño está bien matado porque es un futuro peligro".

VAMPIRAS FUERA DEL CLICHÉ

"Socialmente, y en toda la historia del cine, hay una idea preconcebida de cómo tienen que ser las vampiras", reflexiona Carolina Rubio, que da vida a una de estas criaturas en 'Silencio'. Para demostrar lo arraigada que está en la sociedad la imagen patriarcal de la mujer vampiro, la actriz cuenta una anécdota cotidiana alejada de cualquier tipo de pretensión: "Le conté a mi padre que iba a interpretar a una vampira y lo primero que me dijo fue 'entonces, ¿qué haces, de vampira sexy?'".

Frente a esa norma, Rubio celebra que la ficción tome una de las figuras más cosificadas del terror para plasmar que "realmente podemos ser mucho más que malas y sexys". Fuentes comparte el júbilo de su compañera de reparto ante la decisión de desmarcarse del simple erotismo: "No somos solo muñecas hinchables con colmillos y un chorrito de sangre súper sexy cayendo haciendo alegoría a un poquito de semen".

"No, cariño, tenemos vida y nos pasan cosas", reivindica la actriz, que no se olvida del esfuerzo de 'Silencio' por dar profundidad a estas criaturas planteadas. León opina que se logra esa complejidad gracias a unas "vampiras muy terrenales con mucha humanidad real y con ganas de vivir".

Casanova tenía claro su nula predilección por "los vampiros hombres, que están ya muy vistos": "A mí me interesa una vampira mujer y, además, sin los pechos fuera, sino hablando de sus problemas".

Entre esos obstáculos, 'Silencio' aborda por qué ciertos personajes siempre se han narrado como amenaza. "Es interesante intentar empatizar o intentar comprender que las personas que se dicen que son las malas igual no lo son", observa.

ESTIGMA DEL VIH

Ese es, según sus responsables, uno de los puentes más claros con la metáfora central de 'Silencio', donde el rechazo que sufren las personas con VIH y sida dialoga con el odio de la humanidad a los vampiros. Y es que, aunque Casanova defiende que "el silencio es una condena" en la mayoría de ámbitos, concreta que la miniserie habla "sobre el estigma y sobre el silenciamiento de las personas con VIH".

Durante la fase de documentación, el autor se encontró con un paralelismo entre enfermedades que le "llamó mucho la atención": En sus inicios, a la pandemia del sida se le llamaba la peste rosa, estableciendo directamente una conexión con la peste negra". Para Lucía Díez, que la humanidad haya repetido patrones de estigmatización en enfermedades tan alejadas en el tiempo entre sí es una muestra de que "existe una violencia estructural por parte del sistema".

Casanova lamenta que, aunque quieran, muchas personas con VIH "no pueden hablar de ello" porque conlleva "muchísimas limitaciones" en la vida. Entre ellas, el también actor nombra exclusiones estructurales "muy fuertes" como que "no pueden viajar a más de 48 países" sin tener complicaciones en visados de trabajo, estudio o residencia o como que en España "no se legalizó hasta 2023 que tener VIH" no pudiese ser un motivo automático de no aptitud para obtener licencia de armas.



EFE:



Eduardo Casanova estrena su primera serie, "Silencio". EFE/Ballesteros

Eduardo Casanova estrena la serie 'Silencio': "Todo lo que te callas te mata por dentro"

Estefanía Medina Manzano | 30 noviembre 2025

Madrid (EFE).- Eduardo Casanova debuta como director de una serie con 'Silencio', una coctelera en la que agita el humor negro, las vampiras y el estigma social, con la pandemia del VIH de trasfondo y con la que pretende reivindicar la necesidad de dar voz a aquellas víctimas invisibles que se esconden "por miedo al rechazo".

La miniserie (Movistar Plus+, 1 de diciembre) se estrena el Día Mundial del VIH para recordar a las víctimas y supervivientes de la enfermedad con una transgresora y nada convencional historia de vampiras, interpretadas por un reparto de lujo ocultas bajo kilos de maquillaje.

"'Silencio' está enmarcada en la pandemia del VIH, mezclada con la fantasía del vampirismo y del cine de terror, en tener que callarnos cosas por miedo a la cancelación, al qué dirán, al rechazo. Yo lucho por que no me silencien. A mí es difícil silenciarme", asegura Casanova (Madrid, 1991).



Historia de unas hermanas vampiras

De este modo la serie, de tres episodios, cuenta la historia de unas hermanas vampiras que sobreviven ocultas durante siglos ante el desafío de encontrar sangre sana con la que alimentarse, primero ante la amenaza de la Peste Negra, y luego del SIDA.

“La serie habla de una cosa muy clara, y es que el silencio conlleva la muerte. Todo lo que te callas te mata por dentro y estamos viviendo un momento en el que creo que es muy importante no guardarse nada por ningún miedo a las consecuencias”, detalla.

Casanova (director, guionista y productor ejecutivo) se rodea de un reparto de lujo que dan vida, ocultas detrás de un maquillaje elaboradísimo, Lucía Díez, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio.

“Creo que lo más divertido es eso. Porque la verdad es que no se las reconoce. Para mí el maquillaje era muy importante, haber decidido hacer vampiras que usan prótesis ayudaba mucho a esa idea de que las propias actrices se sintieran silenciadas”, apunta.

Para ello, transformó a las actrices con “kilos” de pesada silicona, lentillas de colores que les hacían ver borroso, prótesis en orejas y dedos que no les permitían escuchar bien o que las obligaba a que fueran acompañadas al baño: “Eso las ayudaba a entender lo que se puede sufrir cuando no tienes la capacidad de poder expresarte de forma libre”, añade.

Humor y terror

Una serie que mezcla humor con escenas terroríficas, no tanto por el hecho de contar con vampiras en el reparto, sino por la crudeza de escenas de sexo y drogas en ese camino a los infiernos al que lleva la enfermedad, y con las que pretenden hacer reflexionar al espectador.



En la imagen, Eduardo Casanova. EFE/Ballesteros

“Puede ser que mis trabajos en algún momento sean incómodos, pero es que creo que en la cultura, el arte o incluso en el entretenimiento es importante que se incomode porque nos genera nuevas formas de pensar, nuevos discursos y nos hace evolucionar. Pero me he esforzado en que ‘Silencio’ incomode lo justo, porque me apetecía hablar a un público más amplio”, apunta.

Un rechazo que él mismo denuncia desde su juventud, no solo por parte de la sociedad sino de instituciones como la Iglesia, ahora tendencia gracias al nuevo disco de Rosalía, 'Lux': "Me parece absolutamente horrible que la religión y la institución de la Iglesia estén de moda. Una institución que ha rechazado a personas como yo que soy homosexual o las personas con VIH".

La miniserie reivindica la visibilidad de las mujeres seropositivas y la ruptura del silencio en torno a la enfermedad, con el discurso provocador y la estética rompedora de otras de sus obras como 'La Piedad' o 'Pieles', que le han valido todo tipo de ataques homófobos en redes sociales.

"Vivimos en un momento de extrema sensibilidad donde hablar puede provocar daño a muchas personas. Entonces, uno no sabe si callar por miedo o por proteger a otros. Esto acaba haciendo que los discursos sean planos, y en la cultura y el arte no debemos conformarnos con discursos totalmente políticamente correctos", concluye.

ABC CULTURAL

Eduardo Casanova: vampiras, lesbianismo, VIH y comedia para contar la «historia de la que hay que hablar en este momento»

Dice que 'Silencio' es su proyecto «más honesto». Llega a las pantallas el próximo 1 de diciembre



MIRIAM GONZÁLEZ RUIZ



SEGUIR AUTOR

28/11/2025 a las 18:55h.

Eduardo Casanova regresa a la pequeña pantalla con 'Silencio', una serie que, aunque intenta llegar a un público más amplio, sigue inmersa en su universo particular. Para su director, este trabajo trata sobre la pandemia del VIH y del sida que «sigue activa a día de hoy, y que hace tanto daño a las personas que lo viven en silencio». Para contar esta realidad «tan dramática» utiliza la metáfora del vampirismo para «quitarle densidad y meterle humor». Una comedia entremezclada con terror e imágenes extravagantes.

Esta es la primera serie de Casanova como director, guionista y showrunner, pero a su vez considera que es su proyecto «más honesto» gracias a que ha contado una historia «de la que hay que hablar en este momento». Para explicar esta narrativa ha contado con la ayuda de la productora Apoyo Positivo, además de Gamera Studios y Antonio Abeledo S.L., quienes le han dado datos específicos. Algunos ejemplos que puso a lo largo de la entrevista son que: «Las personas seropositivas no pueden hacerse trasplantes capilares; adquirir seguros de vida era ilegal; hasta hace tres meses, no podían donar órganos; hasta 2023 no podían portar armas; y actualmente hay más de 48 países a los que no pueden viajar».

El creador de piezas como 'Pieles' o 'La piedad', película que estuvo envuelta en polémicas por su financiación de más de 300 mil euros, para pocos meses después pedir durante los premios Goya más financiación para el cine español, asegura que usa «la comedia, a las vampiras y este circo para que riéndote puedas concienciar». El madrileño también confía en que de esta forma, mostrando «la problemática de algo de lo que se habla poco, de algo que es tabú», se inicie un debate y que explote una revolución donde todo el mundo que vive el estigma pueda pueda vivir más tranquila».

En 'Silencio' se observa a vampiras que solo pueden alimentarse de sangre limpia y se juntan con los humanos sanos para procrear. Una mirada peculiar sobre la maternidad cuando en el pasado habló de la problemática de traer nuevas personas a este mundo, visión que se puede observar en el rechazo de Malva –interpretado por Lucía Díez– a tener hijos. La serie equipara la peste negra con el VIH. Un proyecto pensado para visibilizar a aquellas mujeres que cayeron en el olvido de esta pandemia. Para la situación actual, Eduardo Casanova considera que hay que «legislar de otra forma» porque los avances para las personas seropositivas «van llegando, pero llegan tarde».

«La institución de la Iglesia lo nombraba como una pandemia, como una plaga divina para acabar con la homosexualidad»

«El silencio como la gran pandemia». Casanova habla de que, en el pasado, la realidad era muy diferente: «La institución de la Iglesia lo nombraba como una pandemia, como una plaga divina para acabar con la homosexualidad; Ronald Reagan no hizo absolutamente nada, discriminó muchísimo más». El madrileño considera que se necesita «una educación sexual exhaustiva para que las personas puedan tener relaciones sexuales sin miedo, porque el miedo paraliza y el miedo genera rechazo a una persona que no tiene culpa absolutamente de nada, es terrorífico».

Casanova ha contado con un pequeño, pero potente elenco, entre las que se encuentran Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio. Para el director, «'Silencio' es tan relevante a nivel actoral porque han sabido darle vida a cosas que no tienen vida, han sabido darle voz a elementos y a personas silenciadas».

Además, han contado con un maquillaje muy peculiar. Las vampiras no parten desde la típica representación, en este caso las prótesis creadas para la miniserie les marcan los pómulos, dientes afilados, larguísimos dedos y orejas puntiagudas. Lucía Díez asegura que estas prótesis «dan una inspiración brutal porque cuesta hablar y el simbolismo, está ahí, es real y te inspira». Aunque confirma que la libertad expresiva se limita un poco.

Esta extravagante combinación de vampiras, VIH, peste negra y lesbianismo llega a Movistar ÷ el próximo 5 de diciembre.

CINEMANÍA

Entrevista Eduardo Casanova revela los secretos de 'Silencio', su nueva serie: vampirismo, 'chemsex' y el desnudo integral de Omar Ayuso



Eduardo Casanova

Miguel Ángel Romero 28 nov 2025 - 07:00

Al ritmo de Rocío Jurado, Eduardo Casanova ('Pieles') estrena su nuevo trabajo, donde sus vampiras se visten de rosa para denunciar el estigma del VIH y el sida. Estreno el 1 de diciembre.

Tras los pasos de películas como El ansia (Tony Scott, 1983) o The Addiction (Abel Ferrara, 1995), el cineasta Eduardo Casanova (Pieles, La Piedad) vincula el vampirismo con el VIH y el sida (el virus de la inmunodeficiencia humana y la enfermedad que puede llegar a generar) en Silencio, la nueva serie que llega a Movistar Plus+.

A través de tres episodios, esta ficción protagonizada por Ana Polvorosa, Lucía Díez, Leticia Dolera, María León y Omar Ayuso, entre otros tantos, ahonda en la tragicomedia de unas hermanas vampiras en búsqueda de sangre y amor en el siglo XIV, así como su vida al margen de la sociedad a través de los siglos.

"Soy un coleccionista. Desde mi cortometraje Lo siento mi amor, donde hablaba de Jackie Kennedy y los extraterrestres, hasta Amor de madre, que contaba con zombies, siempre he sentido pasión por el cine de terror. Me faltaban los vampiros y las momias, pero es cierto que las vampiras siempre me han obsesionado", confiesa Casanova.



"Más allá de Elvira, reina de las tinieblas y Maila Nurmi, no existen grandes ejemplos. Cuando pensaba en ellas lo hacía en esa Victoria Beckham con pánico al ajo, pero ellas con alergia al sol. Se las culpaba de transmitir la Peste Negra y no podían mantener relaciones sexoafectivas, ya que necesitaban sangre. Me parecía que no eran las antagonistas de la historia, sino que eran las buenas", agrega Casanova.

Silencio se aleja así de la eterna imagen sexualizada de las 'nosferatas', para lo que cuenta en los efectos especiales con Óscar del Monte. Con nueve horas de un complejo maquillaje, que impedía que las intérpretes apenas vieran con lentillas o hablaran con colmillos, el rodaje se volvió un infierno para algunas de sus protagonistas, como Ana Polvorosa, quien sufrió una reacción cutánea y tuvo que descansar unos días sin maquillaje.

Esto provocó que Casanova reescribiera sobre la marcha el guion para cuadrarlo con una producción que no podía paralizarse. Unas grabaciones que, pese a los contratiempos, se llevaban mejor al ritmo de la música de Rocío Jurado, que acompaña a una de las secuencias más icónicas de esta ficción.



'Silencio' Movistar Plus+

Entre vampiras, la más grande

"La canción Muera el amor es parte del compromiso con la fantasía, con elementos completamente anacrónicos sobre vampiras del siglo XIV con micrófonos y teclados. En mi cabeza, muchas de las canciones de Rocío Jurado siempre han hablado sobre el vampirismo, al igual que la canción de Mari Trini Una estrella en mi jardín me parece que habla de los extraterrestres. Así funciona mi mente, pero no se trata de una serie musical como han dicho muchos", afirma el director entre risas, quien también se pronuncia sobre el desnudo integral de Omar Ayuso en la misma secuencia.

"Los dos éramos conscientes de que Omar nos enseña todo lo mejor que tiene, que es su interpretación y todo lo demás", alaba Casanova. "Si su desnudo sirve para que la gente vea la serie, pues bienvenido sea. Se van a encontrar en su trabajo muchas más cosas que les va a encantar aparte, porque es un actor increíble y muy entregado. Es una persona inteligentísima, así como la respuesta y la verificación a toda esta nueva oleada de actores que salieron de Élite y de muchas otras series".

Con esta y otras escenas que darán de qué hablar, entre las que también encontramos otra aplaudida en la que la protagonista acude a un banco de sangre sintética, con reminiscencias a Twin Peaks (de David Lynch) o a ¿Qué he hecho yo para merecer esto? (de Pedro Almodóvar), el realizador madrileño hila fino.

"Me parecía que la metáfora del vampirismo tiene mucho en común con la sangre y los fluidos, y sobre todo con vivir escondido en la oscuridad. Esto es muy propio de las personas seropositivas, con esa nueva oleada del chemsex [consumo de sustancias, vinculado a la cultura sexual], donde personas acuden a estas fiestas por dificultades

con la propia serofobia y por tener que mantener relaciones sexuales en lugares oscuros. Esto convierte a esas vampiras en silencio y a las personas con VIH o sida en discriminadas. Aquí lo que da miedo es el silencio que impone la sociedad y que se autoimponen los y las protagonistas", revela Casanova.



La serofobia y el silencio

Con ocho nuevos diagnósticos de VIH al día en España, lo que supone alrededor de unos 3.000 al año, son cientos de miles de personas los que conviven con el virus actualmente en nuestro país, lo que explica la necesidad de visibilizar lo que realmente ocurre.

"Hay una cosa que me empeñé en hacer, y es que la serie no fuese una serie panfletaria ni explicativa de una problemática social. Mi principal ejercicio era que la serie fuera divertida, pero aborda un tema que es de rabiosa actualidad, como es el VIH y la pandemia que actualmente no ha acabado. Quería que la gente de cualquier ideología o color comprendiera que afecta absolutamente a todos. No entiende ni de género, ni de sexo".

"A día de hoy, el porcentaje de mujeres con sida es mayor al de hombres. El VIH está siendo transmitido a muchísimas mujeres de 50 o 60 años, porque sus maridos mantienen relaciones con prostitutas a escondidas, y el aumento de personas con VIH en mujeres adolescentes está siendo altísimo y, por supuesto, también en parejas heterosexuales" desmitifica Casanova sobre el virus y la enfermedad asociados históricamente al colectivo LGTBI por el boom que sufrió entre sus miembros en los 80.

A estas palabras también se suman las de la gran protagonista de la serie, Lucía Díez (Su majestad), quien interpreta a la revolucionaria vampira Malva, interés amoroso de la lesbiana seropositiva Triana (María León). "No estaba muy encima del tema de la serofobia, el silencio alrededor y las estadísticas. Ni sabía que es intransmisible si te medicas. Fue una verdadera hostia de realidad. Hay que empezar a verbalizarlo mucho más en general, porque nos callamos todo", confiesa la actriz.



'Silencio' Movistar Plus+

Unas palabras a las que se añaden las de Leticia Dolera (REC 3: Génesis), quien da vida a una de las tías vampiras de Díez. "Me resulta apasionante la metáfora con la que juega la serie, con el vampirismo y el tabú de estas vampiras que son estigmatizadas y que viven en la sombra, en el silencio. Ese silencio que pesa sobre las personas que tienen VIH y toda la serofobia que padecen.

"Nos hemos acostumbrado a mirar hacia otro lado, a hacer ver como que no existe, cuando hay un montón de personas con VIH en España y todavía existe mucha desinformación al respecto, con cosas como que indetectable es igual a intransmisible", señala la intérprete, quien compaginaba el rodaje con su papel como creadora de la serie Pubertat.

Con esta denuncia social y la subversión de la figura de las vampiras, Silencio se presenta como una serie de alrededor de una hora en total que cuenta con un gran futuro, y es que Casanova tiene varias ideas para la ficción que pasaba por festivales como Locarno, Austin o Sitges.

"El público que la ve me dice, 'Ay, se me hace corta'. Y eso está muy bien, porque las cosas cortas están muy bien. Las cosas cortas audiovisuales, otras es mejor que sean largas. Estoy trabajando en una segunda temporada, pero como estoy trabajando también en el gimnasio, con mi terapeuta o escribiendo otro guion. El público solo tiene que pedirla", concluye Casanova.

CINEMANÍA

'Silencio' Eduardo Casanova (34 años), sobre su nueva serie: "El VIH no es un discurso político, da igual la ideología o el género"



Eduardo Casanova ('Silencio')

Miguel Ángel Romero 30 nov 2025 - 20:00

Con 3.000 nuevos diagnósticos de VIH al año en España, esta pandemia aún sigue latente y crea un estigma a su alrededor, como denuncia Casanova en su nueva ficción para Movistar Plus+.

"Me sigue llamando la atención que la mayoría de informativos todavía confunden el VIH y el sida, no diferencian entre que ambos", confiesa sobre la desinformación de este virus, y la enfermedad que puede llegar a generar, el director, guionista y actor Eduardo Casanova.

Con ocho nuevos diagnósticos de VIH al día en España, lo que supone alrededor de unos 3.000 al año, son cientos de miles de personas los que conviven con el virus actualmente en nuestro país, y conlleva un silencio y un estigma a su alrededor, a pesar de que pandemias como la covid paralizaban al mundo entero.

Con motivo del día internacional del sida, el 1 de diciembre, Casanova estrena Silencio, una serie en la que, de una manera inteligente, recurre a aquel leitmotiv recurrente en el cine de los años 80 y 90 que relacionaba el VIH con el vampirismo.

Y es que esta pandemia, actualmente sin cura, pese a los grandes avances científicos, continúa azotando al mundo entero, y España no se salva de ello.

'Silencio', una comedia que retrata el drama del VIH

"Hay una cosa que me empeñé en hacer, y es que la serie no fuese una serie panfletaria ni explicativa de una problemática social. Mi principal ejercicio era que la serie fuera divertida, pero aborda un tema que es de rabiosa actualidad, como es el VIH y la pandemia que actualmente no ha acabado", señala Casanova a CINEMANÍA. "Quería que la gente de cualquier ideología o color comprendiera que afecta absolutamente a todos. No entiende ni de género, ni de sexo. Quiero dejar muy claro que para mí hablar del VIH, de una enfermedad, no es un discurso o un posicionamiento político, el VIH y el sida nos atraviesa a todas y a todos".

Casanova incide en que los homosexuales mantienen aún el miedo que asoló al colectivo LGTBI en los años 80, como uno de los grupos poblacionales más afectados, por lo que al mantener relaciones sexuales siempre existe el miedo al contagio de VIH. Esto ha hecho que exista un mayor respeto y prevención, pero no sucede de igual forma para el resto de la sociedad.



"A día de hoy, el porcentaje de mujeres con sida es mayor al de hombres. El VIH está siendo transmitido a muchísimas mujeres de 50 o 60 años, porque sus maridos mantienen relaciones con prostitutas a escondidas, y el aumento de personas con VIH en mujeres adolescentes está siendo altísimo y, por supuesto, también en parejas heterosexuales" desmitifica Casanova sobre el virus y la enfermedad asociados históricamente al colectivo LGTBI.

Las mujeres, las mayores afectadas en los últimos años

"Me parecía que la metáfora del vampirismo tiene mucho en común con la sangre y los fluidos, y sobre todo con vivir escondido en la oscuridad. Esto es muy propio de las personas seropositivas, con esa nueva oleada del chemsex [consumo de sustancias, vinculado a la cultura sexual], donde personas acuden a estas fiestas por dificultades con la propia serofobia y por tener que mantener relaciones sexuales en lugares oscuros. Esto convierte a esas vampiras en silencio y a las personas con VIH o sida en discriminadas. Aquí lo que da miedo es el silencio que impone la sociedad y que se autoimponen los y las protagonista", agrega sobre esta problemática el cineasta.

Casanova también señala en las diferencias entre el VIH y el covid, especialmente en cómo ambos virus nacían y afectaban a la sociedad. "El coronavirus afectaba a todo el mundo. Le llegaba al rey igual que a ti o a mí. Al más rico y al más pobre. Pero el VIH atacó principalmente en sus inicios a un sector que tenía que tener relaciones sexoafectivas a escondidas, que eran en ese momento las personas homosexuales, tanto hombres homosexuales como mujeres. Ya no solo cargaban con la mochila de la serofobia, de una nueva enfermedad que apareció en Estados Unidos en 1981, sino que además también arrastraban la homofobia y la lesbofobia", concluye.

Algunas organizaciones como la ONU continúan pugnando porque la sociedad sea consciente de que el VIH y el sida siguen muy presentes entre nosotros, por lo que la importancia de la investigación de su cura y la normalización de los que conviven con el virus resultan fundamentales en un mundo que se mira cada vez más el ombligo.

CINEMANÍA

Eduardo Casanova estrena la serie ‘Silencio’: “Todo lo que te callas te mata por dentro”



Foto de Eduardo Casanovas en el estreno de su serie EFE

EFE 29 nov 2025 - 17:58

- “Me parece absolutamente horrible que la religión y la institución de la Iglesia estén de moda"; declaró el actor.

Eduardo Casanova debuta como director de una serie con ‘Silencio’, una coctelera en la que agita el humor negro, las vampiras y el estigma social, con la pandemia del VIH de trasfondo y con la que pretende reivindicar la necesidad de dar voz a aquellas víctimas invisibles que se esconden “por miedo al rechazo”.

La miniserie (Movistar Plus+, 1 de diciembre) se estrena el Día Mundial del VIH para recordar a las víctimas y supervivientes de la enfermedad con una transgresora y nada convencional historia de vampiras, interpretadas por un reparto de lujo ocultas bajo kilos de maquillaje.

“‘Silencio’ está enmarcada en la pandemia del VIH, mezclada con la fantasía del vampirismo y del cine de terror, en tener que callarnos cosas por miedo a la cancelación, al qué dirán, al rechazo. Yo lucho por que no me silencien. A mí es difícil silenciarme”, asegura Casanova (Madrid, 1991).

De este modo la serie, de tres episodios, cuenta la historia de unas hermanas vampiras que sobreviven ocultas durante siglos ante el desafío de encontrar sangre sana con la que alimentarse, primero ante la amenaza de la Peste Negra, y luego del SIDA.

"La serie habla de una cosa muy clara, y es que el silencio conlleva la muerte. Todo lo que te callas te mata por dentro y estamos viviendo un momento en el que creo que es muy importante no guardarse nada por ningún miedo a las consecuencias", detalla.

Casanova (director, guionista y productor ejecutivo) se rodea de un reparto de lujo que dan vida, ocultas detrás de un maquillaje elaboradísimo, Lucía Díez, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio.

"Creo que lo más divertido es eso. Porque la verdad es que no se las reconoce. Para mí el maquillaje era muy importante, haber decidido hacer vampiras que usan prótesis ayudaba mucho a esa idea de que las propias actrices se sintieran silenciadas", apunta.

Para ello, transformó a las actrices con "kilos" de pesada silicona, lentillas de colores que les hacían ver borroso, prótesis en orejas y dedos que no les permitían escuchar bien o que las obligaba a que fueran acompañadas al baño: "Eso las ayudaba a entender lo que se puede sufrir cuando no tienes la capacidad de poder expresarte de forma libre", añade.

Una serie que mezcla humor con escenas terroríficas, no tanto por el hecho de contar con vampiras en el reparto, sino por la crudeza de escenas de sexo y drogas en ese camino a los infiernos al que lleva la enfermedad, y con las que pretenden hacer reflexionar al espectador.

"Puede ser que mis trabajos en algún momento sean incómodos, pero es que creo que en la cultura, el arte o incluso en el entretenimiento es importante que se incomode porque nos genera nuevas formas de pensar, nuevos discursos y nos hace evolucionar. Pero me he esforzado en que 'Silencio' incomode lo justo, porque me apetecía hablar a un público más amplio", apunta.

Un rechazo que él mismo denuncia desde su juventud, no solo por parte de la sociedad sino de instituciones como la Iglesia, ahora tendencia gracias al nuevo disco de Rosalía, 'Lux': "Me parece absolutamente horrible que la religión y la institución de la Iglesia estén de moda. Una institución que ha rechazado a personas como yo que soy homosexual o las personas con VIH".

La miniserie reivindica la visibilidad de las mujeres seropositivas y la ruptura del silencio en torno a la enfermedad, con el discurso provocador y la estética rompedora de otras de sus obras como 'La Piedad' o 'Pieles', que le han valido todo tipo de ataques homófobos en redes sociales.

“Vivimos en un momento de extrema sensibilidad donde hablar puede provocar daño a muchas personas. Entonces, uno no sabe si callar por miedo o por proteger a otros. Esto acaba haciendo que los discursos sean planos, y en la cultura y el arte no debemos conformarnos con discursos totalmente políticamente correctos”, concluye.

CINEMANÍA

'Silencio' Leticia Dolera (44 años), sobre su nueva serie de vampiras: "Hay muchas personas con VIH en España y existe mucha desinformación"



01 dic 2025 - 07:00 **Miguel Ángel Romero**

Hablamos con Lucía Díez ('Su majestad') y con Leticia Dolera ('Pubertat'), protagonistas de la nueva serie de Eduardo Casanova, que juega con el vampirismo y la metáfora del VIH.

Con un reparto repleto de rostros reconocibles del panorama televisivo y cinematográfico patrio, Eduardo Casanova estrena *Silencio*, su nueva serie para Movistar Plus+ (1 de diciembre), que ahonda en la conexión entre los vampiros y el VIH, como ya hiciera el mejor cine de los años 80 y 90. Un vistazo al pasado, pero también al presente y el futuro, para el que cuenta con actrices de renombre como Leticia Dolera (*REC 3: Génesis*), así como con jóvenes promesas como Lucía Díez (*Su majestad*).

Tras su paso por festivales como Austin y Locarno, CINEMANÍA hablaba con las dos intérpretes en el marco del Festival de Sitges 2025, donde ahondaban en la serofobia, la importancia del cine de terror actual y el silencio de la sociedad española ante asuntos de suma importancia.



Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Eduardo Casanova, Lucía Díez y Maria León

¿Cómo recibís una propuesta tan loca como la de Casanova, que aúna a estas hilarantes vampiras y un tema tan serio como el VIH?

Lucía Díez: No estaba muy encima del tema de la serofobia, su silencio alrededor y las estadísticas. Ni sabía que es intransmisible si te medicas. Fue una verdadera hostia de realidad. Hay que empezar a verbalizarlo mucho más en general. Nos callamos todo. Me apetecía mucho aprender de todo ello y aprender de Edu [Casanova] sobre aquellas cosas que se nos enquistan y el silencio que lo rodea.

Leticia Dolera: A mí me resulta apasionante la metáfora con la que juega la serie, con el vampirismo y el tabú de estas vampiras que son estigmatizadas y que viven en la sombra, en el silencio. Ese silencio que pesa sobre las personas que tienen VIH y la serofobia que padecen. El género fantástico es maravilloso para hablar de cosas que a veces serían muy duras si son tratadas de una de una manera más realista, y de las que se puede hablar también a través de códigos como el humor. *Silencio* me hizo mucha ilusión, porque me gusta mucho el terror, la ci-fi y el cine de género.

Las sesiones de maquillaje fueron larguísimas, con incluso hasta 9 horas de procesamiento y desprocesamiento. ¿Cómo fue afrontar este reto?

Leticia D.: Nos tocaba comer con el maquillaje y teníamos una dentadura de quita y pon, la cual nos dificultaba el habla. Era incómodo, pero a la vez maravilloso por la imagen que se creaba. Fue un regalo poder formar parte de este universo. Edu ha cogido a las vampiras y ha eliminado el cliché del erotismo, de la sexualización. Son unas pequeñas monstruas que tienen sentido del humor y que sienten, padecen y se enamoran. Su eje no está en ser un objeto sexual.

Lucía D.: Yo aún estoy empezando mi carrera y nunca había hecho nada con prótesis tan grandes, ni había trabajado en universos de fantasía tan distintos. Me hizo mucha ilusión ver cómo el maquillaje transforma al personaje y te ayuda a moverte de manera diferente. Y las escenas que compartí con Ana Polvorosa me hicieron mucha gracia. Me daba la risa cuando la veía fumar con eso desde largos y la voz que pone. Al final, me hizo tanta ilusión que me regalaron los dientes y las lentillas... [ríe la actriz]

¿Qué podéis contarnos de vuestros personajes?

Lucía D.: Malva es una persona que, a pesar de estar absolutamente condicionada y dolida por su condición familiar y por su historia, intenta cortar el cordón umbilical por su manera de amar. Es algo que me parece súper bonito en esta serie. El amor es todo eso que no se puede explicar, que ni los neurocientíficos pueden explicar, que va mucho más allá. Y Malva siente mucho.

Leticia D. : Mi personaje es una de las hermanas del personaje de Ana Polvorosa, que está en una diatriba de si el amor puede estar por encima de la familia o no, por encima de la supervivencia. Es un personaje de apoyo para mostrar un contrapunto sobre esa decisión que va a tomar, esa mirada de juicio, pero a la vez de comprensión.

Y el carácter transgresor de Casanova impregna de nuevo esta serie y se suma a su filmografía. ¿Cómo podemos definir *Silencio*?

Leticia D. : Es un canto al amor que no se queda estancado en el tabú y en el miedo. Una forma de hablar de que hoy en día una persona seropositiva puede tener perfectamente una historia de amor con una persona que no lo sea.

Lucía D.: También retrata ese capitalismo que se aprovecha del silencio. Los dinosaurios malos se aprovechan de los vulnerables, para que no hablen y comercialicen su necesidad.

Esas vampiras escondidas en la oscuridad también sirven para mostrar la soledad de los personajes al margen de la sociedad.

Leticia D. : Creo que un tema común en la filmografía de Casanova es coger personajes que habitan en los márgenes de la sociedad y ponerlos en el centro de la historia. En el momento en el que pones la mirada ahí, esa persona deja de habitar en el margen y se sitúa en el centro del relato. Eso es muy importante por el poder de transformación social de la cultura, que te ayuda a poner la mirada en otros sitios donde el sistema actual, por ejemplo, el capitalista, no le interesa que lo pongas.

La filmografía de Casanova también está plagada de temas actuales y problemáticas sociales como el VIH. ¿Qué opináis sobre ello?

Leticia D. : La actualidad hoy en día es un es un concepto muy efímero. Nos hemos acostumbrado a mirar hacia otro lado, a hacer ver como que el VIH no existe, cuando hay un montón de personas con VIH en España y todavía existe mucha desinformación al respecto, con cosas como que indetectable es igual a

intransmisible. No existe una educación sexual. Hay generaciones que no han recibido esta información. Por eso la cultura abre miradas al mundo, que son marcos de ver otras realidades, otras vidas y de ponerte en la piel del otro. La cultura no es entretener tu cerebro y dejarte el encefalograma plano. Eso ya lo hacen las redes sociales. La cultura es otra cosa.

¿Erais fans antes de este proyecto de las películas y series de vampiros?

Leticia D.: A mí es que me encanta el fantástico. *Déjame entrar,* la película original sueca, me fascinó.

Lucía D.: Yo me enamoré del cine de género hace cuatro años en el festival de Sitges. A mí siempre me ha dado mucho miedo, lo he sufrido mucho y te juro que veía películas de terror y lo pasaba fatal, pero vine aquí y me enamoré del género, porque vi todo desde el otro lado, desde el fanatismo y la gente que lo flipaba. Pensé: 'Es que la vida va sobre esto'. Ahora me vuelve loca.

CRÓNICA



Eduardo Casanova GALA ESPÍN • Barcelona

CREACIÓN

Eduardo Casanovas: "Relacionar el sida con la homosexualidad ha hecho que los gais hayamos follado con miedo"

- El actor mezcla humor, vampirismo y enfermedad en su primera serie como director, 'Silencio'

Joan Colás 1 diciembre 2025

Eduardo Casanova revolucionó la televisión desde el primer momento en que apareció. Parecía que iba a tener un papel modesto, un secundario. Con los años se ha convertido en uno de los directores más rompedores del panorama cinematográfico español.

Ya lo demostró con uno de sus primeros cortometrajes, Eat My Shit, con el que contó con Itziar Castro y su compañera en Aída y amiga personal, Ana Polvorosa. Ella es su actriz fetiche.

La actriz fue la protagonista absoluta de Pieles, su primer largometraje y su reivindicación como cineasta, que es lo que en realidad es. Y no le fue mal.



Fue seleccionado para el Festival de Cine de Berlín y ganó el Premio del Jurado Joven a la mejor película del Festival de Málaga. Desde entonces, su éxito no ha cesado y ha ido más lejos en sus propuestas.

'Silencio' en Sitges

Con La Piedad se alzó con el Premio Especial del Jurado del Festival de Karlovy Vary, en la sección Proxima, y entró en el Festival de Sitges, donde ya es una presencia habitual. Este 2025 ha presentado su primera serie, Silencio, y llenó la Sala Tramuntana del Melià.

Esta primera incursión en la televisión mantiene el sello Casanova. No solo aparecen Ana Polvorosa, Macarena Gómez, Leticia Dolera y Mariola Fuentes, sino que aborda un tema tan duro como el sida desde el fantástico y el humor.



Eduardo Casanova

¿Por qué vampiras para hablar del sida?

Porque está muy ligado por la relación que tienen con la sangre, los fluidos, la invisibilidad. Y, sobre todo, con el tener que vivir en silencio, a oscuras. Eso daba pie a una metáfora con la realidad que viven las personas con VIH a día de hoy. Y, sobre todo, permitía hacerlo de una forma más cómica y desde el punto de vista del fantástico.

Difícil ponerle humor, ¿no?

A mí no me apetecía tratar un tema tan denso y duro desde el drama, que, por otro lado, es como lo suelo hacer siempre. Me apetecía hacer comedia porque creo que desde la comedia se llega a más gente, y eso es algo que me apetece en este momento.



Eduardo Casanova

Pero la primera escena del primer capítulo ya choca. ¿Cómo piensas que el público va a recibirlo? Porque el sida ha matado a mucha gente, aunque ahora no deja de ser una enfermedad crónica...

Sí, el tema es que la gente no lo sabe. Para empezar, desconoce que el sida y el VIH son dos cosas completamente diferentes. Y tampoco sabe qué sucede hoy con el VIH, todo el avance médico que hay y la imposibilidad de transmitir el virus si eres indetectable, que es la situación en la que está el noventa y pico por ciento de las personas en España.

La gente tampoco sabe que actualmente, gracias a la medicina, se puede revertir un estadio de sida o que el VIH es un virus que afecta a todo el mundo, más allá de su condición sexual, identidad, género o sexo.

Y, como en todas las cosas importantes de la vida, las mujeres con VIH han sido las más silenciadas dentro de la pandemia.

El problema de la actualidad respecto a este tema, precisamente, es el silencio. Es el único efecto secundario: el estigma y el silencio que sufren las personas con VIH hoy.

Que tampoco es que la enfermedad sea un problema pequeño, porque conlleva algo muy problemático: la pérdida de la salud mental.



'Silencio' muestra eso.

Sí, en este caso se medican por el silencio del vampirismo. Pero, en la realidad, hay un porcentaje altísimo de personas con VIH que viven en silencio con problemas de salud mental y que tienen que recurrir a medicación antidepresiva o ansiolítica. Y es curioso: cuando dejan de estar en el armario —que lo hace prácticamente nadie—, la ansiedad o la salud mental mejora.

La pregunta es: ¿por qué, habiendo tantos avances, sigue reinando el silencio? Además, con la medicación cada vez es menos transmisible la enfermedad.

Es absolutamente intransmisible desde que aparecieron los primeros antirretrovirales. Pero, sin embargo, las transmisiones aumentan por el silencio. Y, además, aumentan en personas en las que antes no sucedía, como, por ejemplo, señoras mayores: sus maridos se van con mujeres prostituidas y,

luego, en una relación que pensaban que era monógama, de repente una señora con 50 o 60 años tiene VIH. O en relaciones heterosexuales con chicas adolescentes.



Eduardo Casanova

¿Por qué?

Yo creo que sucede porque no hay referentes. No hay personas que hayan salido del armario del VIH. Y las que conocemos lo hicieron hace mucho tiempo y han muerto.

Y luego también falta muchísima información. Hay un sistema muy potente que no ha permitido que esto avance. La institución de la Iglesia —no las personas que hacen voluntariado o reparten condones en países deprimidos donde hay más casos de sida— manejaba y maneja el mundo y, cuando se conoció la enfermedad, dijo que era una bendición divina para acabar con la homosexualidad.

¿Pero solo la Iglesia?

Bueno, creo que de alguna forma también al sistema farmacéutico le interesa tener a las personas silenciadas. Porque, si deja de estar silenciado, el debate sería encontrar una medicación para que la gente no tuviese que medicarse. Entonces, las farmacéuticas, que son un sistema muy poderoso, perderían mucho dinero. Todo es desinformación y cuestiones económicas, creo.



Bueno, siempre parece que la economía y la farmacia son factores muy poderosos.

Pero, ¡cuidado!, gracias a las farmacéuticas las personas están vivas. Y esto es importante que se diga también. Pero es difícil. Cuando empezó la pandemia, la gente no podía guardar silencio: tenía que gritar porque se moría. Y gracias a eso salió la medicación. Pero también gracias a la medicación han conseguido que la gente no se muera, pero se vive en silencio.

Ante esto, ¿qué se hace? ¿Cómo se vive mejor?

Desde luego que se vive mejor vivo. Pero vivir en silencio es muy jodido.

Viendo la serie, parece que la peste no sea el vampirismo o el sida, sino el silencio.

De hecho, se hablaba de que la peste negra era cosa de vampiros y, en los 80, a la pandemia del sida se la llamaba la peste rosa. Hay una frase muy clara del personaje de Ana Polvorosa en la serie: "En mil años se cambia mucho", y Lucía Díez, que hace de su hija, responde: "Hay cosas que ni en mil años cambian". ¡Y es verdad! Se ha avanzado mucho a nivel médico, pero a nivel social, no.

Curioso, ¿no?

El tema es que esta enfermedad está relacionada con el sexo y la homosexualidad. Al principio era lógico, porque el mayor número de transmisiones eran entre hombres homosexuales, pero no ahora.

Pero claro, no es lo mismo tener una enfermedad que te ha venido de repente —o que te convierte en héroe o heroína si la superas, algo completamente absurdo— que tener una enfermedad porque has follado. Eso te convierte en culpable, y es algo tremendamente horrible.

Eso ha hecho que las personas homosexuales hayamos follado con miedo. Y yo lo que reivindico es follar sin miedo. Follar sin miedo porque, pase lo que pase, tiene solución.



Pero más allá de las personas homosexuales, Silencio habla de las mujeres con sida y usted ha dicho que han sido invisibilizadas. ¿Por qué cree que no se conoce tanto en estos casos?

Por la misoginia. La misoginia atraviesa absolutamente todos los conflictos del mundo. Desde la brecha salarial hasta el VIH. El VIH en sus inicios afectó a los homosexuales porque ellos tenían que viajar a lugares más deprimidos y hacer un turismo sexual que ahora sería horrible. Empezó en Haití, de hecho. Desde San Francisco se iba a Haití y de Haití llegó la enfermedad a todo el mundo y se propagó.

Pero es que eliminar a las mujeres del VIH es eliminar que las mujeres pueden tener una vida sexual y que follan. Todo es culpa, por supuesto, del patriarcado.

¿Por qué entonces llama a la serie simplemente 'Silencio', que parece muy ambiguo?

La vida y la muerte de muchas personas con sida, sobre todo en los años 90, han sido silenciadas por el simple hecho de haber vivido y muerto de sida. Y, de algún modo, esa herencia se ha transmitido a las nuevas generaciones. Como se vive con las vampiras en la serie.

Cuando esa familia de vampiras le pide al personaje de Ana Polvorosa que no cuente que es vampira, en realidad estamos hablando del VIH. Y lo hacen por miedo, por vergüenza, porque se han sentido perseguidas y porque saben que dan miedo.

Eso es lo triste: es lo que pasa con las vampiras y lo que pasó con las personas que vivieron y murieron con sida. Al final todo es hereditario. Hasta el estigma se hereda, digamos.

Parecería que el silencio es el estigma y que el estigma se hereda.

Esa frase es preciosa, y es tal cual.

¿Por qué apostó por el formato serie con 'Silencio'?

Yo trabajo para el público y estoy bastante atento a lo que el público quiere y necesita, y luego también funciono como espectador. La gente quiere series ahora mismo. Esa es la realidad. La concentración de todos se ha reducido muchísimo. Y yo, como espectador, necesito series cortas, que puedas ver en uno o pocos días y que sean ligeras. Por eso siempre fue concebida como una serie.

Y luego, como decía Marisa Paredes en La flor de mi secreto, supongo que estoy vivo y evoluciono.



¿Y ese salto al humor? ¿Por qué?

Ha sido bastante orgánico y, además, lo necesitaba. En todas mis películas hay humor; lo que pasa es que siempre las sobrevuela el drama. Yo siempre intento hacer terror o comedia y me sale drama. Pero estoy en un momento de mi vida mucho más feliz, mucho más relajado.

Con Al margen, siento que cerré una etapa; ahora me siento más libre y menos silenciado para reírme, porque me considero una persona graciosa. Al menos la gente se ríe —o de mí o conmigo—, pero se ríe. Y también creo en hacer reír y en entretener.

A mí me encanta entretener; es uno de los motivos, aparte del económico, por los que hago también televisión. No hay nada más bonito que tener la capacidad de entretener a la gente.



Pero volviendo al estigma, el entretenimiento también está estigmatizado.

Pero es que yo lucho contra los estigmas. No me voy a parar a pensar en que está estigmatizado el entretenimiento. Y más cuando yo he entretenido a la gente haciendo programas de televisión.

Hablando de eso, usted empezó en 'Aída', que ahora vuelve en cine. ¿Lo encasilló?

No. Primero, porque yo no soy actor y nunca he tenido miedo al encasillamiento. Y, si fuese actor, lo que a mí me gustaría es interpretar siempre personajes de maricones.

Porque es muy cateto eso de: "¿No tienes miedo de interpretar a un homosexual y encasillarte?". ¿Por qué no les preguntan a los actores heterosexuales que siempre han interpretado a heterosexuales? Es como si todos los maricones se comportasen igual. Pero bueno, a mí me salva que no soy actor ni tengo ningún interés. Pero no, para nada.

De hecho, cuando pasa el tiempo y vas creciendo, ves cómo la vida te coloca donde te tenía que colocar. Y si alguien tenía que hacer del primer niño maricón de la televisión española, era yo.

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

Entrevista

Eduardo Casanova mezcla vampiras y sida en su primera serie: "El único efecto secundario del VIH es el estigma"

Movistar Plus+ estrena este lunes 'Silencio', protagonizada por Ana Polvorosa, Lucía Díez, María León y Leticia Dolera



Marisa de Dios 01 DIC 2025 8:00 Actualizada 01 DIC 2025 8:09

Coincidiendo con el Día Mundial de la Lucha contra el Sida, Movistar Plus+ estrena este lunes 1 de diciembre 'Silencio', la primera serie de Eduardo Casanova. El actor de 'Aída' y director de películas como 'Pieles' y 'La piedad' aborda, a través de la comedia y mediante tres episodios de 20 minutos cada uno, el estigma que conlleva todavía el sida, haciendo una metáfora con una familia de vampiras que tienen que vivir ocultas tanto en el siglo XIV (con la epidemia de la peste negra) como en los años 80 (con la pandemia del sida). Para ello cuenta con actrices como Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera y Carolina Rubio, a las que acompaña Omar Ayuso.

--¿Cómo surgió la idea de mezclar vampiras, la peste y el VIH?

A mí un tema que me preocupa es la necesidad de poder expresarse como uno es o como uno se siente. Todo lo que provoca el no poder expresarse, que a veces te condena a los márgenes, o el hecho de expresarte, que a veces te condena a muchos tipos de muerte. Y a partir de ese concepto del silencio nace la serie y empiezas a buscar con qué elementos articularla. A mí me interesa mucho el cine de terror y fantástico, y quería darle una vuelta a uno de sus iconos, los vampiros.



--En este caso, vampiras.

Sí, vampiras no sexualizadas al servicio del conde Drácula, sino con conflictos propios, que tuviesen que vivir escondidas. Funcionaban muy bien para hablar del silencio, pero quería establecer la metáfora con la parte social. Me parece que hay un tema que se sigue tratando poco y que, cuando se hace, es de una forma muy pesimista y muy poco actualizada: el conflicto del VIH a día de hoy, que no es la muerte, sino el silencio y el estigma. Me parecía perfecto hacer una metáfora entre vampiras silenciadas con los enfermos de sida en otras épocas o las personas con VIH, incluso hoy en día, que son temidos por el miedo a la transmisión, por la ignorancia y el desconocimiento.

--¿Por qué optó por la comedia?

Quería fusionarlo todo de una forma muy positiva, no caer en algo denso y pesado… En este momento de mi vida y de mi filmografía, me apetecía quitarme un poco la mochila de pedantería y de pesadez, y hacer algo que, pese a tocar un tema profundo, tuviese la capacidad de reírse. Por eso escogí la comedia ácida y la sátira. La risa es la mejor sanación para todo y también para romper el silencio.

--Se le echaron encima por el lenguaje inclusivo de la serie.

Y eso que las vampiras no hablan con lenguaje inclusivo. Cuando salió el primer 'teaser' hay un chiste del personaje de Ana Polvorosa, que dice "todes" y Leticia Dolera le contesta: "¿Hablas en inclusivo? Si estamos en pleno siglo XIV". Y ella le responde: "Lo sé, soy muy adelantada para mi época". Y los titulares fueron: "Lo nuevo de Eduardo Casanova: vampiras con sida que hablan con lenguaje inclusivo". Y no trata de eso, era solo un chiste, porque es una comedia. Buscaba que, haciendo algo de época, la gente pudiera llegar a la comedia y que no se quedase en una cosa densa, de hablar en castellano antiguo o en latín.



Leticia Dolera, Carolina Rubio, Ana Polvorosa y Mariola Fuentes, en 'Silencio' /

--'Silencio' también introduce el elemento LGTBI, porque hay una pareja lesbiana y habla de sida.

El tema LGTBI viene porque hay una historia entre dos mujeres, pero no por el tema del sida. La pandemia del VIH no creo que deba estar solo en la agenda del colectivo LGTBI, porque las enfermedades afectan a todo el mundo. De hecho, el porcentaje de mujeres heterosexuales a día de hoy con VIH es altísimo, y eso no se sabe.

--¿Le preocupa cómo pueden recibir la serie los enfermos de sida?

No. Creo que el hecho de que una de las productoras sea Apoyo Positivo y, también, mi interés y mi estudio sobre lo que significó y significa la pandemia, antes y ahora, me hace sentir que estoy respaldado. A día de hoy la medicación no tiene prácticamente efectos secundarios; el único efecto secundario que tiene el VIH es el estigma, que afecta directamente a la salud mental. Creo que esta serie puede ser un alivio o un respiro para que las personas se liberen del armario del VIH y también de muchas otras cosas.

--En la serie hay un gran trabajo de maquillaje. A veces a las actrices solo las reconoces por la voz o por los ojos…

Es una locura el trabajo que ha hecho Óscar del Monte. Sin la construcción de esas vampiras tan metafóricas también desde el maquillaje habría sido imposible crear esos personajes. Estamos hablando de personajes silenciados, a los que les cuesta hablar, y el propio maquillaje, las dentaduras, los ojos, los dedos, ya les impedían expresarse de una forma libre. A partir de ahí se construyen vampiras completamente nuevas, porque normalmente las vemos muy sexualizadas. Estas vampiras, con ese maquillaje, se acercan metafóricamente a los primeros enfermos de sida, cuando estaban muriéndose, con esos pómulos… Me parece que el trabajo de maquillaje es increíble, que ha ayudado muchísimo a la interpretación y que también es un gusto para la audiencia deleitarse con algo nuevo y tan divertido.



Ana Polvorosa, en 'Silencio' / MOVISTAR PLUS+

--¿Cuántas horas había de maquillaje?

Siete horas por actriz, con cuatro maquilladoras por cada una.

--Suele hacer cosas muy diferentes a los demás, como hemos visto en 'Pieles' o 'La piedad', y eso le expone a más críticas. ¿Cómo lleva que le tachen de autor polémico?

Las críticas afectan, pero con el tiempo se aprende a saber dónde poner el foco, qué críticas o qué cosas debes leer. Al odio no hay que prestarle atención nunca. Todo lo que nace de él no es objetivo ni constructivo y la persona que lo lanza está mal. Tampoco creo que haya que prestar demasiada atención a las críticas en general, porque nada cambia la obra. Y más en las que hago yo y mucha otra gente, que nacen desde un lugar tan interno y tan carnal: son lo que son, con sus errores incluso. Hay que saber elegir qué se lee y, si se puede, no leer para no condicionarse, porque afectar, afectan.

--Ha participado en la película de 'Aída' que se estrenará en enero. ¿Qué se encontrará el público?

Yo creo que la gente va a recibir lo que quiere, que es comedia, pero también se va a encontrar con algo muy nuevo. Y hasta aquí puedo leer, porque la película no es mía; si lo fuera tendría más libertad para contarlo. Pero creo que la gente se va a sorprender y va a recibir algo que no espera, pero que le va a gustar mucho y se va a reír, que es lo que quería el público y lo que lleva pidiendo tanto tiempo: una vuelta. Pues la vuelta se la hemos dado, pero Paco León también le ha dado una vuelta a la serie.

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

EL INDEPENDIENTE

ESTRENOS

Día Mundial del Sida

"Hay que dar nueva información sobre qué es el VIH hoy: una enfermedad crónica e intransmisible con medicación"

El actor Eduardo Casanova crea y dirige su primera serie de televisión, Silencio, sobre vampiras que conviven con la pandemia del sida durante los años ochenta



Óscar Rus @OscarRusVicente 01 / 12 / 25 - 00: 04

Vampiras y sida a finales de los años ochenta. España es heavy, y el actor Eduardo Casanova se inmola con Silencio, su primera serie de televisión como creador y director. Movistar Plus+ estrena sus tres capítulos, de apenas veinte minutos cada uno, este lunes 1 de diciembre. La fecha no es arbitraria: hoy es el Día Mundial del Sida.

No esperen de Silencio una tragedia griega sobre el VIH/sida, sobre una pandemia silenciosa que marcó a toda una generación en nuestro país a finales del siglo veinte. Silencio es, sobre todo, una emocionante comedia con la actriz Lucía Díez (La otra mirada) como una vampira lesbiana en el armario que está enamorada de una mujer (María León) heroinómana y seropositivo. No se asusten. El director llegó a la actriz durante la preparación de la serie Nacho (2022). Eduardo Casanova (34) dirigió por encargo varios capítulos, y Lucía Díez (29) iba a estar en ella. Al final no fue así, pero él se quedó con la cara de ella, y le ofreció directamente este papel, inédito en la ficción seriada española. Sin miedo.

Vampiras en silencio

"Lucía es la absoluta protagonista de Silencio con María León y Ana Polvorosa, pero es el personaje de Lucía quien atraviesa toda la serie y todas las épocas", comenta Eduardo Casanova en conversación con El Independiente. El director buscaba una actriz que diera la talla también en lo físico, pues debía manejarse con las prótesis como vampira: "Nunca sentí miedo de estar siendo impulsivo. Estoy orgulloso. Siento que no me he equivocado". Las vampiras de Silencio –comenta su intérprete– son gamberras, punkis, cómicas; tienen, paradójicamente, mucha vida, mucha humanidad. Silencio es una serie 'original' de Movistar Plus+, pero la realidad es que fue un proyecto de la ONG Apoyo Positivo. Tras su pase en festivales de cine como Locarno y Sitges, la plataforma se quedó con la primera temporada de Silencio (ya está escrita la segunda).



Ana Polvorosa interpreta a una vieja vampira en Silencio

"Esta serie se ha hecho con muchísimo esfuerzo y nace de Apoyo Positivo. Tiene una serie, Indetectables, que hacen todos los años, y este querían hacer algo más grande, y confiaron en mí. Se sumaron más productores, entre ellos, Antonio Abeledo. Todos pusimos mucho de nuestra parte en hacer algo que tuviese la reivindicación de Apoyo Positivo, pero también rodearlo de un universo cómico para hacer llegar este mensaje minoritario a un público más grande", relata el director.

Eduardo Casanova reescribe la historia

Dejamos hablar a Eduardo Casanova sobre Silencio:

"Todos los maricones hemos tenido nuestras relaciones sexuales con miedo, y eso es algo que no puede pasar. El sexo en pareja, o no en pareja, es algo precioso. Es una desinformación cómo han contado los medios el VIH/sida, y una falta de respeto

muy grande que ha hecho que todas las personas tengan sexo con miedo. También le ha quitado el miedo a personas heterosexuales, y eso es peor todavía. Hay que decir, explicar y repetir que ninguna enfermedad entiende de sexo, género o identidad. De hecho, el número de mujeres con VIH/sida en la actualidad es más alto que el de hombres homosexuales. Hay que reescribir la historia de forma correcta porqué hay que vivir la sexualidad sin miedo. Hay que aprender, entender y dar nueva información sobre lo que es el VIH a día de hoy: una enfermedad única y exclusivamente crónica que con medicación hace que tú no puedas transmitirla absolutamente a nadie".

La culpa del VIH/sida

Interviene la actriz Lucía Díez: "Cuando tienes cáncer y lo dices, todo el mundo reacciona con que es una pena y una putada. Con el VIH es diferente: ¿qué he hecho para tenerlo?". "La cosa de la culpa, de la desinformación y de la promiscuidad es de una violencia estructural. El sistema te invisibiliza", añade Eduardo Casanova.



Lucía Díez interpreta a la vampira Malva en la serie de Eduardo Casanova 'Silencio'

Y remata: "Es lo que le sucede al personaje de Lucía, Malva; lo difícil que es para las personas que esconden algo. En el caso de Malva es el vampirismo, establecer una relación sexoafectiva o enamorarse de alguien, y ver que, por ser una pareja serodiscordante, no es posible ni real. No tiene el mismo derecho a sentir y vivir el amor". Silencio –defienden su creador y su actriz protagonista– demuestra lo esperanzador que es el amor en la vida. "El amor y el humor lo hace todo", sentencia Eduardo Casanova.

ESPINOF

Eduardo Casanova, sobre cómo 'Silencio' ayuda a combatir el estigma del VIH: "Vivir en silencio es un tipo de muerte, una lenta y a pellizcos

El actor y cineasta habla sobre su nueva serie para Movistar Plus+



Belén Prieto 30.11.2025

Tras el impacto de 'Pieles' y 'La Piedad' su particular mirada sobre lo diferente y lo marginal, Eduardo Casanova regresa con 'Silencio', una serie que explora el estigma, la otredad y la invisibilidad de quienes viven en los márgenes de la sociedad. La ficción se estrena el lunes 1 de diciembre en Movistar Plus+- coincidiendo con el día mundial del SIDA- aborda de manera directa y sincera temas complejos como el VIH, el silencio que lo rodea y las dificultades de comunicación que atraviesan las relaciones humanas, combinando humor, emoción y un tratamiento visual y narrativo muy característico de Casanova.

Desde Espinof hemos podido hablar con Eduardo Casanova, Omar Ayuso y Carolina Rubio sobre cómo el terror sirve como herramientas para contar historias más allá del entretenimiento, sobre la responsabilidad de tratar ciertos temas con cuidado y precisión, y sobre cómo se puede generar un impacto emocional y social a través de la ficción sin perder la fuerza narrativa ni el humor que caracteriza a la serie.

El género como herramienta

Espinof: ¿Creéis que el terror, como género, puede servir para hablar de ciertos temas con herramientas distintas a otros géneros?

Eduardo Casanova: Yo creo que las películas de terror que deciden hablar de cosas, que cuentan una historia más allá del susto puro, son las que funcionan y las que el público está pidiendo. El terror de entretenimiento, el que solo busca asustar, se ha quedado atrás porque ya nos conocemos el truco. Ya sabemos cómo se da un susto.

Soy muy fan de las pelis que hablan de más cosas: 'La semilla del diablo', que aborda la ambición y la maternidad; 'It Follows'; 'Hereditary', que habla de las relaciones familiares... El cine de género está muy denostado, igual que la comedia, porque parece que si no da un susto ya es "mala". Pero el terror tiene la capacidad de contarte cosas, de verdad. Eso es algo que no solo compete a quienes escriben o dirigen, sino también a productores y productoras que apuesten por historias que vayan más allá. Porque historias hay, y no hay que quedarse solo en el susto.

El estigma de los márgenes

E: Una de las cosas más potentes de la serie es cómo habla del estigma y de quienes viven en los márgenes de la otredad. ¿Sentisteis algún tipo de responsabilidad especial al tratar un original así?

Omar Ayuso: Lo que sentí fue mucha motivación y una fe ciega en Edu. Cuando contamos historias con carga política, con una dimensión mayor que la narrativa en sí misma, hay un chute doble de energía que se contagia en el rodaje, en la promoción, en todo.



Carolina Rubio: No lo siento tanto como una responsabilidad, sino como una necesidad: la de compartir y llevar a la ficción otros lugares, y hacerlo también desde la comedia y el humor.

E.C.: Para mí sí hay una responsabilidad, pero empieza cuando escribo. Por eso trabajar de la mano de Apoyo Positivo [la asociación que colabora en la serie] ha sido muy útil: porque hay que documentarse, estudiar, entender el tema. Lo más complicado llega en la promoción, cuando aparece el miedo a dar datos mal. Podemos defender una causa -y la defendemos- pero no somos activistas, somos artistas. Desde el arte se puede hacer activismo, pero siempre existe esa presión de equivocarte en algo. Lo importante es quedarse con la semilla y el germen del conflicto. En 'Silencio', es el estigma del VIH y la problemática del silencio que viven las personas seropositivas hoy.

E: ¿Creéis que la serie contribuye a eliminar ese estigma?

E.C.: Sí, mucho. Sigue existiendo, quizá no tan fuerte como antes, pero sí que es diferente y problemático. Hoy ese estigma se vive en silencio. Cuando apareció la pandemia del SIDA, ese silencio no era posible: la gente moría y tenía que gritar para pedir ayuda. Gracias a eso llegó la medicación, que permite a las personas ser intransmisibles y vivir como cualquier otra. Pero vivir en silencio es, en cierto modo, un tipo de muerte. Una muerte lenta y a pellizcos, y una cárcel.

MARCA

Series

Eduardo Casanova: “Hay cierto miedo de los personajes públicos a posicionarse en cosas obvias como el genocidio en Gaza”

El cineasta ha lanzado una reflexión aprovechando la promoción de su nueva serie, ‘Silencio’



Eduardo Casanova y su reflexión sobre el miedo de los personajes públicos EFE

SMM Actualizado 28/11/2025 - 17:55CET

Eduardo Casanova está de enhorabuena , pues el próximo lunes, 1 de diciembre se estrena su nueva serie, ‘Silencio’, en Movistar Plus+. Sin embargo, además de hablar sobre la trama y de cómo surgió su nuevo proyecto, el cineasta ha lanzado una reflexión sobre un presunto miedo que existe entre los personajes públicos a la hora de pronunciarse sobre hechos como el conflicto de Gaza.

“Hay cierto miedo el que estamos desarrollando los personajes públicos: actores, directores, la gente que está delante de un micrófono, a romper el silencio y a posicionarse en cosas que son obvias. Desde el genocidido en Gaza hasta cosas que son extremadamente evidentes”, comenzaba diciendo en una charla con The Objective.

“Ese silencio que estamos sufriendo todos se debe, en cierto modo, por miedo de la cancelación. Que el miedo a la cancelación es el miedo a la pérdida del trabajo y la pérdida del trabajo es el miedo a la pérdida del dinero. Todo es un truco bastante maquiavélico del sistema para convertirnos en personas delante de un micrófono diciendo un discurso extremadamente blanco. Quitar la personalidad, silenciarnos, creo que es muy importante romper el silencio porque el silencio, en cualquier tema en la vida, te convierte en una persona muy desgraciada y muy triste”, sentenciaba el actor y director.



Aunque ha pasado un mes desde que se anunciara un alto el fuego y fueran liberados todos los rehenes israelíes vivos, la ONG Amnistía Internacional ha emitido un comunicado asegurando que el país presidido por Isaac Herzog continúa teniendo un comportamiento genocida contra la población palestina de la Franja de Gaza.

“El alto el fuego corre el riesgo de crear el peligroso espejismo de que la vida en Gaza está volviendo a la normalidad. Pero a pesar de que las autoridades y fuerzas israelíes han reducido la escala de sus ataques y permitido la entrada en Gaza de cantidades limitadas de ayuda humanitaria, el mundo no debe dejarse engañar. El genocidio de Israel no ha terminado”, declaró Agnès Callamard, secretaria general de Amnistía Internacional.

Fotogramas

PAÍS: España
PÁGINAS: 126-127
AVE: 17712 €
ÁREA: 1619 CM² - 164%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 20753
OTS: 658000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025





1

LO QUE CALLAN EN LAS SOMBRAS

No es casualidad que el 1 de diciembre, Día Mundial del Sida, haya sido la fecha escogida por el siempre inquieto Eduardo Casanova para estrenar su **'Silencio'**, una serie sobre la resiliencia vampírica a lo largo de los años y las plagas. Leticia Dolera y Lucía Díez se quitan los dientes para hablarnos, junto a su creador, de la sangre de los marginados. **Por R. Rosado (Festival de Sitges).**

Terrores sin voz. La oscuridad, el deseo y los personajes que han sido desterrados a los márgenes de la sociedad vuelven a encontrarse en la mirada de Eduardo Casanova. El director madrileño, decidido a encontrar lo indiscutiblemente bello en lo decididamente grotesco, presenta con *Silencio* su primera incursión en el formato seriado. *He sido más honesto que nunca, y eso que yo siempre intento serlo en todos los trabajos que hago, pero aquí ha habido una especie de arrojo a la hora de hablar de cosas que me interpelan, que me interesan de verdad,* asegura el cineasta que ha utilizado el mito del vampiro como elemento poético y herramienta narrativa. *Me interesa muchísimo el terror, y no hay nada que me parezca más terrorífico que el silencio. Creo que por eso todas mis películas tienen esa aura de fantástico y tratan de personas que no tienen voz. Ese es el punto más importante y el que atraviesa toda la historia: personas que necesitan romper el silencio*

"NO CREO QUE CAIGA EN LA AUTOCENSURA, PERO SÍ EN EL APRENDIZAJE. MIS INICIOS FUERON MUY ARRIESGADOS".
Eduardo Casanova, director.

Vampiras militantes. La violencia emocional y los secretos que se ocultan tras la apariencia de lo cotidiano protagonizan un relato que comienza con cuatro hermanas vampiras desesperadas ante la escasez de sangre humana limpia durante la Peste Negra. *Estoy obsesionado con el maquillaje prostético, es una forma de que las actrices se sintieran encorsetadas, silenciadas,* afirma un autor que ha contado con María León, Ana Polvorosa, Leticia Dolera, Mariola Fuentes, Lucía Díez y Carolina Rubio en su reparto. *Eduardo es un artista al que te lanzas a ciegas,* confiesa Dolera. *Es sorprendente porque no son capaces de estar más en ese lugar.*

Fotogramas

PAÍS: España
PÁGINAS: 126-127
AVE: 17712 €
ÁREA: 1619 CM² - 164%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 20753
OTS: 658000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025





1. Leticia Dolera, Carolina Rubio, Ana Polvorosa y Mariola Fuentes, hermanas en la sed eterna. **2.** El barroquismo de la inmortalidad entendido por Eduardo Casanova. **3.** La versión vampírica de Lucía Díez.



cómo articula una historia política, que toca temas sociales, a través de una historia de amor tan potente. La serie viaja también a la España de los 80, obligando al relato a enfrentarse a la pandemia del VIH para descubrir que la condena social sigue siendo la misma. *La vampira, o la persona seropositiva, no es a la que se le tiene miedo,* apunta Casanova. *A lo que se le tiene miedo es a la sociedad y a un mundo que te silencia por el desconocimiento.*

Midiendo el discurso. *Es difícil explicar cómo es en el set de rodaje, pero creo que lo mejor es que se cuestiona, duda y te hace partícipe,* explica Lucía Díez sobre su experiencia con el director. *He aprendido muchísimo, no sabía la dimensión que iba a abarcar un proyecto que habla del silencio, la xenofobia, el sida y, en general, del desprecio a los diferentes*. El miedo a callar, el papel del espectador en la incomodidad y la necesidad de seguir provocando desde la belleza deformada siguen presentes en el nuevo título del atrevido responsable de *Pieles* (2017) y *La piedad* (2022). *Se puede hacer de todo, pero si quieres hacer cosas tan arriesgadas vas a sufrir más. Tienes que decidir hasta dónde estás dispuesto a apretar tu salud mental para contar historias así,* subraya sobre su condición de artista atrevido. *No creo que caiga en la autocensura, pero sí en el aprendizaje. Mis inicios fueron muy arriesgados –siguen siéndolo–, pero también es una decisión cerrar de alguna forma una etapa con este proyecto. Tengo la necesidad de hacer cosas, pero que no acaben con mi salud. Hacer películas o series así es muy difícil, pero también tengo claro que nunca renunciaré a la estética. Puede que gire hacia la comedia o hacia lugares más amables, pero no prescindiré del maquillaje por muy duro que sea, como en este rodaje. Cuando las protagonistas se quitaban las prótesis me daba cuenta de que, también metafóricamente, debajo había una piel herida y sangrante.* ◆

ESTRENO: 1 DICIEMBRE EN MOVISTAR PLUS+

CINEMANIA

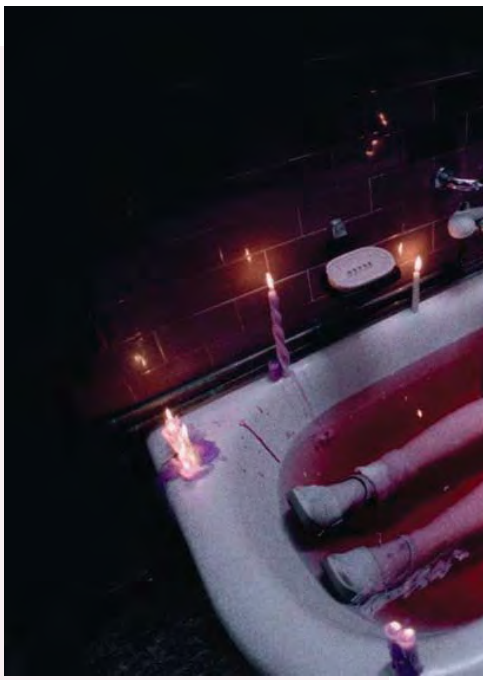
PAÍS: España
PÁGINAS: 121-122
AVE: 28512 €
ÁREA: 2226 CM² - 198%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 5648
OTS: 161000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025







MUERA EL AMOR

Al ritmo de Rocío Jurado, Eduardo Casanova (*Pieles*) estrena ***Silencio,*** una serie en la que sus vampiras se visten de rosa para denunciar el estigma del VIH y el sida

POR ***Miguel Ángel Romero***

Tras los pasos de películas como *El ansia* (Tony Scott, 1983) o *The Addiction* (Abel Ferrara, 1995), el cineasta Eduardo Casanova (*Pieles*, *La Piedad*) vincula el vampirismo con el VIH y el sida (el virus de la inmunodeficiencia humana y la enfermedad que puede llegar a generar) en *Silencio*, la nueva serie que llega a Movistar Plus+. A través de tres episodios, esta ficción protagonizada por Ana Polvorosa, Lucía Díez, Leticia Dolera, María León y Omar Ayuso, entre otros tantos, ahonda en la tragicomedia de unas hermanas vampiras en búsqueda de sangre y amor en el siglo XIV, así como su vida al margen de la sociedad a través de los siglos.

"Soy un coleccionista. Desde mi cortometraje *Lo siento mi amor*, donde hablaba de Jackie Kennedy y los extraterrestres, hasta *Amor de madre*, que contaba con zombies, siempre he sentido pasión por el cine de terror. Me faltaban los vampiros y las momias, pero es cierto que las vampiras siempre me han obsesionado", confiesa Casanova. "Más allá de Elvira, reina de las tinieblas y Maila Nurmi, no existen grandes ejemplos. Cuando pensaba en ellas lo hacía en esa Victoria Beckham con pánico al ajo, pero ellas con alergia al sol. Se las culpaba de transmitir la Peste Negra y no podían mantener relaciones sexoafectivas, ya que necesitaban sangre. Me parecía que no eran las antagonistas de la historia, sino que eran las buenas", agrega Casanova.

Silencio se aleja así de la eterna imagen sexualizada de las 'nosferatas', para lo que cuenta en los efectos especiales con Óscar del Monte. Con nueve horas de un complejo maquillaje, que impedía que las intérpretes apenas vieran con lentillas o hablaran con colmillos, el rodaje se volvió un infierno para algunas de sus protagonistas, como Ana Polvorosa, quien sufrió una reacción cutánea y tuvo que descansar unos días sin maquillaje. Esto provocó que Casanova reescribiera sobre la marcha el guion para cuadrarlo con una producción que no podía paralizarse. Unas grabaciones que, pese a los contratiempos, se llevaban mejor al ritmo de la música de Rocío Jurado, que acompaña a una de las secuencias más icónicas de esta ficción.

ENTRE VAMPIRAS, LA MÁS GRANDE

"La canción *Muera el amor* es parte del compromiso con la fantasía, con elementos completamente anacrónicos sobre vampiras del siglo XIV con micrófonos y teclados. En mi cabeza, muchas de las canciones de Rocío Jurado siempre han hablado sobre el vampirismo, al igual que la canción de Mari Trini *Una estrella en mi jardín* me parece que habla de los extraterrestres. Así funciona mi mente, pero no se trata de una serie musical como han dicho muchos", afirma el director entre risas, quien también se pronuncia sobre el desnudo integral de Omar Ayuso en la misma secuencia.

"Los dos éramos conscientes de que Omar nos enseña todo lo mejor que tiene, que es su interpretación y todo lo demás", alaba Casanova. Si su desnudo sirve para que la gente vea la serie, pues bienvenido sea. Se van a encontrar en su trabajo muchas más cosas que les va a encantar aparte, porque es un actor increíble y muy entregado. Es una persona inteligentísima, así como la respuesta y la verificación a toda esta nueva oleada de actores que salieron de *Élite* y de muchas otras series".

CINEMANIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 121-122
AVE: 28512 €
ÁREA: 2226 CM² - 198%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 5648
OTS: 161000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025





Sobre estas líneas, a la izquierda,una irreconocible Ana Polvorosa; en el centro, Lucía Díez; y a la derecha, las vampiras Leticia Dolera, Carolina Rubio, Ana Polvorosa y Mariola Fuentes.

Con esta y otras escenas que darán de qué hablar, entre las que también encontramos otra aplaudida en la que la protagonista acude a un banco de sangre sintética, con reminiscencias a *Twin Peaks* (de David Lynch) o a *¿Qué he hecho yo para merecer esto?* (de Pedro Almodóvar), el realizador madrileño hila fino. "Me parecía que la metáfora del vampirismo tiene mucho en común con la sangre y los fluidos, y sobre todo con vivir escondido en la oscuridad. Esto es muy propio de las personas seropositivas, con esa nueva oleada del *chemsex* [consumo de sustancias, vinculado a la cultura sexual], donde personas acuden a estas fiestas por dificultades con la propia serofobia y por tener que mantener relaciones sexuales en lugares oscuros. Esto convierte a esas vampiras en silencio y a las personas con VIH o sida en discriminadas. Aquí lo que da miedo es el silencio que impone la sociedad y que se autoimponen los y las protagonistas", revela Casanova.

LA SEROFOBIA Y EL SILENCIO

Con ocho nuevos diagnósticos de VIH al día en España, lo que supone alrededor de unos 3.000 al año, son cientos de miles de personas los que conviven con el virus actualmente en nuestro país, lo que explica la necesidad de visibilizar lo que realmente ocurre."Hay una cosa que me empeñé en hacer, y es que la serie no fuese una serie panfletaria ni explicativa de una problemática social. Mi principal ejercicio era que la serie fuera divertida, pero aborda un tema que es de rabiosa actualidad, como es el VIH y la pandemia que actualmente no ha acabado. Quería que la gente de cualquier ideología o color comprendiera que afecta absolutamente a todos. No entiende ni de género, ni de sexo. A día de hoy, el porcentaje de mujeres con sida es mayor al de hombres. El VIH está siendo transmitido a muchísimas mujeres de 50 o 60 años, porque sus maridos mantienen relaciones con prostitutas a escondidas, y el aumento de personas con VIH en mujeres adolescentes está siendo altísimo y, por supuesto, también en parejas heterosexuales", desmitifica Casanova sobre el virus y la enfermedad asociados históricamente al colectivo LGTBI por el boom que sufrió entre sus miembros en los 80.

A estas palabras también se suman las de la gran protagonista de la serie, Lucía Díez (*Su majestad*), quien interpreta a la revolucionaria vampira Malva, interés amoroso de la lesbiana seropositiva Triana (María León). "No estaba muy encima del tema de la serofobia, el silencio alrededor y las estadísticas. Ni sabía que es intransmisible si te medicas. Fue una verdadera hostia de realidad. Hay que empezar a verbalizarlo mucho más en general, porque nos callamos todo", confiesa la actriz.

Unas palabras a las que se añaden las de Leticia Dolera (*REC 3: Génesis*), quien da vida a una de las tías vampiras de Díez. "Me resulta apasionante la metáfora con la que juega la serie, con el vampirismo y el tabú de estas vampiras que son estigmatizadas y que viven en la sombra, en el silencio. Ese silencio que pesa sobre las personas que tienen VIH y toda la serofobia que padecen. Nos hemos acostumbrado a mirar hacia otro lado, a hacer ver como que no existe, cuando hay un montón de personas con VIH en España y todavía existe mucha desinformación al respecto, con cosas como que indetectable es igual a intransmisible", señala la intérprete, quien compaginaba el rodaje con su papel como creadora de la serie *Pubertat*.

Con esta denuncia social y la subversión de la figura de las vampiras, *Silencio* se presenta como una serie de alrededor de una hora en total que cuenta con un gran futuro, y es que Casanova tiene varias ideas para la ficción que pasaba por festivales como Locarno, Austin o Sitges. "El público que la ve me dice, 'Ay, se me hace corta'. Y eso está muy bien, porque las cosas cortas están muy bien. Las cosas cortas audiovisuales, otras es mejor que sean largas. Estoy trabajando en una segunda temporada, pero como estoy trabajando también en el gimnasio, con mi terapeuta o escribiendo otro guion. El público solo tiene que pedirla", concluye Casanova.

'Silencio' **1 DE DICIEMBRE** **MOVISTAR PLUS+**

SERIES

Teletodo Bcn (TTD)

28 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 9
AVE: 793 €
ÁREA: 9 CM² - 13%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 27948
OTS: 386000
SECCIÓN: EN PANTALLA


El forense de **Dalí**

Las vampiras de **Eduardo Casanova**

Eduardo Casanova reimagina el mito del vampiro en la serie de Movistar Plus+ *Silencio*. Sigue a cuatro hermanas vampiras que sobreviven a la escasez de sangre humana limpia debido a la peste negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. En los años 80, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del sida. Con Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León y Leticia Dolera.

'SILENCIO' / MOVISTAR PLUS+
LUNES, 1



Qué!
28 Noviembre, 2025
PAÍS: España
PÁGINAS: 22
AVE: 7257 €
ÁREA: 386 CM² - 59%
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: ESPECIAL



La serie de Kathy Bates oculta una historia sobre el dolor y la crisis de los opioides dentro de una fórmula legal ligera, que mezcla drama y comedia

Qué había detrás de 'Matlock'



CBS STUDIOS

La dinámica entre Kathy Bates y Skye P. Marshall es el alma de la serie

PERE SOLÀ GIMFERRER

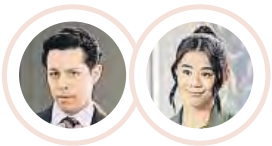
Matlock se vendió a los medios de comunicación como un remake de *Matlock*, un drama legal heredero de *Perry Mason*, emitido entre 1986 y 1995. El principal reclamo era que la protagonista era Kathy Bates, que ya había intentado triunfar en los tribunales televisivos con la fallida *Harry's law* de David E. Kelley. Aquí, como Madeline Matlock, se presentó como una viuda a quien su difunto marido había arruinado, dejándola sin medios para subsistir y mantener el nieto que tenía a su cargo. No le quedaba otra opción que volver al mercado laboral pasados los 70 años y pedir trabajo en un prestigioso bufete.

Pero quizá el nombre de la guionista Jennie Snyder Urman detrás de las cámaras debería haber servido como aviso. Si en *Jane the Virgin* había convertido una telenovela de toda la vida en una comedia que rendía homenaje al género y se reía de él... ¿qué iba a depararnos aquí? Pues una serie donde nada era lo que parecía a simple vista.

En el final del primer episodio, ya se destapó la sorpresa. Madeline no se llamaba Matlock: solo utilizaba el apellido para congraciarse con los veteranos al poder referenciar al abogado de ficción. En realidad, su nombre es Madeline Kingston, una mujer casada y adinerada que había entrado a trabajar en Jacobson Moore con una agenda oculta: descubrir qué abogados del bufete conspiraron para ocultar pruebas contra la farmacéutica a quien culpa de la muerte de su hija. Alguien allí dentro podría haber acabado con la venta de los opioides que desencadenaron una epidemia de la droga. En resumen, *Matlock* es la exploración ligera y comercial de una crisis que antes se había explorado de forma meticulosa en el libro *El imperio del dolor* de Patrick Radden Keefe, que se centró en la familia Sackler que controlaba Purdue Pharma, la maravillosa miniserie *Dopesick* de Danny Strong o el documental *All the beauty and the bloodshed* de Laura Poitras con la fotógrafa Nan Goldin, que ganó el León de Oro en Venecia.

Esta trama horizontal, esta búsqueda de los culpables, legitimaba a *Matlock* desde dos perspectivas. Por un lado, la diferenciaba de esa tediosa definición de "otra serie de abogados" que sufren tantos procedimentales. Por el otro, le daba algo de sustancia y un gancho al espectador: no solo permitía que hubiera *cliffhangers* y revelaciones sino que transformaba las dinámicas de la protagonista a ojos del espectador. Ahora, en la segunda temporada, Madeline tiene que enfrentarse a un imprevisto: Olympia, su mentora y amiga, ha descubierto la verdad y se siente traicionada. Jennie Snyder Urman utiliza este giro para impulsar esta dinámica, que es el corazón de la serie, en una nueva dirección y así permite que la serie no se sienta encallada en la premisa. *Matlock*, en el fondo, no reinventa ninguna fórmula pero es, sin lugar a dudas, una de las series que mejor sabe exprimir el potencial de la entretenida televisión en abierto de Estados Unidos. Quizá es muy ligera pero por lo menos *va de algo* y Kathy Bates aprovecha que no tiene nadie que le pueda hacer sombra para aniquilarlos interpretativamente a todos con un carisma estelar.●

Despido en el elenco



El 2 de octubre Leah Lewis denunció a David del Río por una presunta agresión sexual durante el rodaje. El estudio inició una investigación interna ese mismo día y el actor fue despedido de forma fulminante.

■ **Matlock**

Movistar Plus+
Temporada 2 el 30 de noviembre
Género: Drama legal
Duración: 18 episodios



Elsbeth
Movistar Plus+
Temporada 3 el 30 de noviembre
Carrie Preston se queda sin compañera habitual de escena: Karra Patterson, que interpretaba a la agente de policía Kaya Blanke, ya no es actriz principal. Solo tiene asegurada su presencia esporádica para que Elsbeth explore más dinámicas.



Silencio
Movistar Plus+
Temporada 1 el 1 de diciembre
Eduardo Casanova firma una rareza en la ficción española: una serie de tres episodios, que en total duran poco más de una hora, sobre el vampirismo y el silencio que rodea a las personas que tienen VIH. El maquillaje prostético es extraordinario.



Todas las criaturas grandes y pequeñas
Filmin
Temporada 6 el 2 de diciembre
La adaptación de los libros del veterinario James Herriot llega a 1945. Helen y Jenny van a Londres a formarse como enfermeras, mientras que Tristan regresa traumatizado de la Segunda Guerra Mundial.

mía

PAÍS: España
PÁGINAS: 56-57
AVE: 27324 €
ÁREA: 2148 CM² - 198%

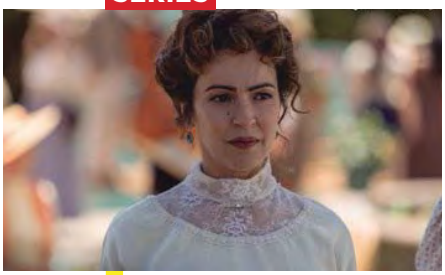
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 48783
OTS: 164000
SECCIÓN: MAGAZINE

26 Noviembre, 2025



EN PANTALLA

SERIES



Las hijas de la criada

Esta serie, protagonizada por la actriz Verónica Sánchez, es la adaptación de la última novela de la periodista Sonsoles Ónega, con la que consiguió el Premio Planeta. Ambientada en Galicia, cuenta la historia de dos familias, una venganza, que sacudirá a todos, y luchas de poder para que una mujer lidere un imperio. **Estreno el 30 de noviembre en Atresplayer.**



Silencio

Esta es una mini serie original de Movistar+, escrita y dirigida por el actor y director Eduardo Casanova (’Aída’), que supone su debut en televisión, tras dirigir varios largometrajes. Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso, son algunos de los protagonistas de esta serie que expone el miedo que hay del amor entre “sanos” y “enfermos” . **Estreno el 1 de diciembre en Movistar+.**



CINE

Playa de lobos

Un thriller psicológico dirigido por Javier Veiga y protagonizado por Dani Rovira y Guillermo Francella, dos de los actores más populares de España y Argentina. **Estreno el 5 de diciembre.**

La película, que está producida por la actriz Marta Hazas, ha sido rodada íntegramente en la isla canaria de Fuerteventura. Se trata de una inquietante combinación entre thriller psicológico y comedia de suspense, en la que seguramente nada es lo que parece, y quizás nadie es lo que pretende parecer. Aparte de sus protagonistas, cuenta con varias colaboraciones especiales como la de Antonia San Juan o la propia Marta Hazas. La historia presenta a Manu, que trabaja en un chiringuito de playa. Klaus es un turista que no quiere levantarse de la última tumbona que falta por recoger. Aparentemente parece sólo el encuentro casual de dos tipos totalmente opuestos y condenados a no entenderse. Pero Manu empieza a sospechar que Klaus no está en esa playa por casualidad, ni es quien dice ser. La tensión va subiendo entre ellos, hasta que Klaus le hace a Manu una desconcertante y perturbadora propuesta.

MÁS CINE



Me has robado el corazón

Óscar Casas protagoniza esta comedia en la que también participan Luis Zahera, Antonio Pagudo o Ana Milán, entre otros. Cuenta la historia de Eric y Vera (Ana Jara), que tras conocerse en una app de citas, huyen a Galicia, tras robar un banco, en Madrid, mientras la policía les persigue. **Estreno 5 de diciembre.**

La tierra de Amira

Justino es viudo y vive aislado en su finca. Una noche atropella a Amira, una de las temporeras ilegales marroquíes, que buscan un futuro en España. Obligado por su hermana, le ofrece quedarse en casa hasta que se recupere. Esto supone un conflicto entre dos mundos opuestos. **Estreno 5 de diciembre.**



EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 65
AVE: 3900 €
ÁREA: 262 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11478
OTS: 53000
SECCIÓN: GENTE

25 Octubre, 2025



La nueva serie de Eduardo Casanova: una saga vampírica con diálogos tronchantes

La última propuesta del actor y director es sorprendente y original. Logra atrapar la atención con sólo tres capítulos

BORJA CRESPO



Ana Polvorosa, bajo kilos de látex, en un fotograma de 'Silencio', la primera serie de Eduardo Casanova. **MOVISTAR PLUS+**

SITGES. Hace unas semanas, el Festival de Sitges acogió el preestreno de 'Silencio', la nueva apuesta, esta vez en formato serie, de Eduardo Casanova, el 'enfant terrible' del cine nacional, tal y como lo presentaron en directo. Se proyectaron los tres episodios, de poco más de 20 minutos de duración cada uno, de una primera temporada que sorprendió, para bien, a la platea, poblada de mentes inquietas adictas a la cinefagia.

El director de las controvertidas 'Pieles' y 'La piedad' subió al escenario a presentar la premiere vestido de rosa, como parte del elenco y los productores, todo un tratado de principios. Micro en mano, subrayó que entraba en una nueva etapa como cineasta, «más desenfadado y menos pedante». La sala oscura aplaudió un supuesto giro artístico que se cumplió una vez se encendió el proyector.

El primer capítulo arrebató a un público expectante ante la historia de una familia de vampiras cuyas tribulaciones son contadas en dos siglos diferentes. Los diálogos iniciales, desternillantes, dejan claras las intenciones de un artista diferente, para lo bueno y lo malo, en constante evolución.

'Silencio' no cuenta con subvenciones. Sus impulsores han arriesgado tiempo y energía, además de sacudirse los bolsillos. Nadie puede acusar a Casanova de haber dilapidado el dinero de las irrisorias ayudas públicas a un medio que se debate entre el negocio y el arte. El día 1 de diciembre tendrá su oportuno estreno en Movistar Plus+ para el deleite de espectadores desprejuiciados.

Estrenada anteriormente en Locarno con buenas críticas, Sitges celebró el pase con una algarabía inicial que no perdió fuerza. El elenco está al máximo bajo el maquillaje de chupasangres. El espíritu de Berlanga toca el alma de Almodóvar, contagiado por el virus de la pasión desenfrenada por el cine de serie B y Z, con John Waters sobrevolando la escena.

Una familia de vampiras discuten a la luz de las velas. Su especie corre peligro. Estamos en el siglo XIV y la peste negra asola los pueblos y los campos. Es imposible alimentarse de sangre pura. En su deseo de pervivir, las hermanas intercambian sus problemas y anhelos en una conversación no exenta de humor negro. El aspecto de las no-muertas, más cercano al 'Nosferatu' de Murnau que al 'Drácula' de Bela Lugosi, enfatiza la sensación de extrañeza cuando están inmersas en un debate sobre su supervivencia que se recrea en palabras inesperadas, con gags bien tirados.

María León muestra carne y alma en su rol de yonki enamorada, mientras Ana Polvorosa se sale en su cometido bajo el látex

Sabe a poco

Siglos después de lo que acontece en la primera entrega de 'Silencio' –tres partes saben a poco, queremos más–, la acción se traslada a los años 80, donde continúa el mismo conflicto, esta vez debido a una plaga diferente, el sida (la ONG Apoyo Positivo figura en los créditos de la producción). Condenadas al ostracismo, las vampiras subsisten en el lumpen, malviven y buscan sangre como quien quiere un pico de heroína (increíble la secuencia con la camella de hemoglobina artificial). Explota la tragicomedia.

El drama se da la mano con el show sangriento. Risas y lágrimas con un plantel, toca insistir, apabullante. María León muestra carne y alma en su rol de yonki enamorada de una joven chupasangres, mientras Ana Polvorosa se sale en su cometido bajo el látex. Excelente dirección de un reparto que completan con armonía y desgarro Lucía Díez, Leticia Dolera, Mariola Fuentes, Carolina Rubio y Omar Ayuso.

Llamativa visualmente, la serie se decanta por una estética y montaje dignos de un videoclip. Imágenes arriesgadas por momentos, inesperadas, que ganan altura gracias a un tono tan difícil de conseguir como efectivo para plantear un indudable discurso concienciado.

Diario de Noticias

1 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 3882 €
ÁREA: 178 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9015
OTS: 74000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



Eduardo Casanova da un giro al cine de vampiros con 'Silencio'

En su primera serie de televisión busca enfrentar la gran serofobia existente en torno al VIH

Julen Arriandiaga
NTM

PAMPLONA – Tras dirigir *Pieles* y *La Piedad*, Eduardo Casanova ha escrito y dirigido su primera serie de televisión, *Silencio*, cuya fecha de estreno en Movistar Plus+ no ha sido elegida al azar ya que la producción se ha planteado con la intención de "romper el silencio" aún existente en torno al Sida.

Y viniendo de un autor como él, no asombra el hecho de que haya querido transmitir el mensaje con una tragicomedia protagonizada por vampiras. La sinopsis oficial de la miniserie recoge que "en las sombras de la historia, el secreto late como un pulso. Unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de "sangre humana limpia" debido a la Peste Negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del Sida en España y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y que el amor entre "enfermos" y "sanos", humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?"

No cabe duda de que *Silencio* es, con todos estos mimbres, un proyecto muy particular, que Movistar Plus+ define como "visualmente impactante y emocionalmente intenso". Y Casanova, especialmente agradecido a la plataforma por su audacia, defiende que *Silencio* es "hablar para un público amplio, sin perder la identidad autoral, en tono tragicómico, libre y descarado, contenido entretenido y fácil de ver, pero sin perder crítica social de rabiosa actualidad".



Eduardo Casanova, durante el rodaje de la serie 'Silencio'. *Foto: Movistar Plus+*

CONTENIDO SOCIAL El realizador madrileño asegura, en torno al detalle de narrar la historia en dos épocas, que ha sido especialmente interesante "porque el rechazo que había a las personas infectadas de *peste era bastante parecido al* rechazo que hubo muchísimo tiempo después a las personas que portaban el virus del VIH".

Casanova señala que "existe una gran serofobia" y considera que *Silencio* tiene una parte didáctica que "de una forma ligera y tragicómica hace que se pueda entender y sea divertida, dramatizando donde se tiene que dramatizar".

La serie está protagonizada por Ana Polvorosa (*Aída*, *Las chicas del cable*), que ya trabajó con Casanova en sus dos películas hasta el momento, Lucía Díez (*La otra mirada*, *Su Majestad*), María León (*Allí abajo*, *El hijo zurdo*), Mariola Fuentes (*Vive cantando*, *Alguien tiene que morir*), Leticia Dolera (*Vida perfecta*), Omar Ayuso (*Élite*, *Mariliendre*) y Carolina Rubio (*El secreto de Puente Viejo*).

En la filmografía como director de Eduardo Casanova, *Silencio* es una nueva toma de contacto con temas sociales. En *Pieles* trató sobre los cuerpos no normativos y en *La Piedad* sobre una dictadura. ●

Diario Noticias de Álava

1 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 3844 €
ÁREA: 263 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2307
OTS: 18000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



Eduardo Casanova da un giro al cine de vampiros con 'Silencio'

En su primera serie de televisión busca enfrentar la gran serofobia existente en torno al VIH

✎ *Julen Arriandiaga*
NTM

Tras dirigir *Pieles* y *La Piedad*, Eduardo Casanova ha escrito y dirigido su primera serie de televisión, *Silencio*, cuya fecha de estreno en Movistar Plus+ no ha sido elegida al azar ya que la producción se ha planteado con la intención de "romper el silencio" aún existente en torno al Sida.

Y viniendo de un autor como él, no asombra el hecho de que haya querido transmitir el mensaje con una tragicomedia protagonizada por vampiras. La sinopsis oficial de la miniserie recoge que "en las sombras de la historia, el secreto late como un pulso. Unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de "sangre humana limpia" debido a la Peste Negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del Sida en España y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y que el amor entre "enfermos" y "sanos", humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?"

No cabe duda de que *Silencio* es, con todos estos mimbres, un proyecto muy particular, que Movistar Plus+ define como "visualmente impactante y emocionalmente intenso". Y Casanova, especialmente agradecido a la plataforma por su audacia, defiende que *Silencio* es "hablar para un público amplio, sin perder la identidad autoral, en tono tragicómico, libre y descarado, contenido entretenido y fácil de ver, pero sin perder crítica social de rabiosa actualidad".

CONTENIDO SOCIAL El realizador madrileño asegura, en torno al detalle de narrar la historia en dos épocas, que ha sido especialmente interesante "porque el rechazo que había a las personas infectadas de peste era bastante parecido al rechazo que hubo muchísimo tiempo después a las personas que portaban el virus del VIH".

Casanova señala que "existe una gran serofobia" y considera que *Silencio* tiene una parte didáctica que "de una forma ligera y tragicómica hace que se pueda entender y sea divertida, dramatizando donde se tiene que dramatizar".

La serie está protagonizada por Ana Polvorosa (*Aída*, *Las chicas del cable*), que ya trabajó con Casanova en sus dos películas hasta el momento, Lucía Díez (*La otra mirada*, *Su Majestad*), María León (*Allí abajo*, *El hijo zurdo*), Mariola Fuentes (*Vive cantando*, *Alguien tiene que morir*), Leticia Dolera (*Vida perfecta*), Omar Ayuso (*Élite*, *Mariliendre*) y Carolina Rubio (*El secreto de Puente Viejo*).

En la filmografía como director de Eduardo Casanova, *Silencio* es una nueva toma de contacto con temas sociales. En *Pieles* trató sobre los cuerpos no normativos y en *La Piedad* sobre una dictadura. ●



Eduardo Casanova, durante el rodaje de la serie 'Silencio'. *Foto: Movistar Plus+*

Noticias de Gipuzkoa

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 4886 €
ÁREA: 224 CM² - 46%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3128
OTS: 22000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

1 Diciembre, 2025



Eduardo Casanova da un giro al cine de vampiros con 'Silencio'

En su primera serie de televisión busca enfrentar la gran serofobia existente en torno al VIH

✎ ***Julen Arriandiaga***
NTM

DONOSTIA – Tras dirigir *Pieles* y *La Piedad*, Eduardo Casanova ha escrito y dirigido su primera serie de televisión, *Silencio*, cuya fecha de estreno en Movistar Plus no ha sido elegida al azar ya que la producción se ha planteado con la intención de "romper el silencio" aún existente en torno al sida.

Y viniendo de un autor como él, no asombra el hecho de que haya querido transmitir el mensaje con una tragicomedia protagonizada por vampiras. La sinopsis oficial de la miniserie recoge que "en las sombras de la historia, el secreto late como un pulso. Unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de *sangre humana limpia* debido a la Peste Negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del sida en España y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y que el amor entre *enfermos* y *sanos*, humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?".

No cabe duda de que *Silencio* es, con todos estos mimbres, un proyecto muy particular, que Movistar Plus define como "visualmente impactante y emocionalmente intenso". Y Casanova, especialmente agradecido a la plataforma por su audacia, defiende que *Silencio* es "hablar para un público amplio, sin perder la identidad autoral, en tono tragicómico, libre y descarado, contenido entretenido y fácil de ver, pero sin perder crítica social de rabiosa actualidad".

CONTENIDO SOCIAL El realizador madrileño asegura, en torno al detalle de narrar la historia en dos épocas, que ha sido especialmente interesante "porque el rechazo que había a las personas infectadas de peste era bastante parecido al rechazo que hubo muchísimo tiempo después a las personas que portaban el virus del VIH".

Casanova señala que "existe una gran serofobia" y considera que *Silencio* tiene una parte didáctica que "de una forma ligera y tragicómica hace que se pueda entender y sea divertida, dramatizando donde se tiene que dramatizar".

La serie está protagonizada por Ana Polvorosa (*Aída, Las chicas del cable*), que ya trabajó con Casanova en sus dos películas hasta el momento, Lucía Díez (*La otra mirada, Su Majestad*), María León (*Allí abajo, El hijo zurdo*), Mariola Fuentes (*Vive cantando, Alguien tiene que morir*), Leticia Dolera (*Vida perfecta*), Omar Ayuso (*Élite, Mariliendre*) y Carolina Rubio (*El secreto de Puente Viejo*).

En la filmografía como director de Eduardo Casanova, *Silencio* es una nueva toma de contacto con temas sociales. En *Pieles* trató sobre los cuerpos no normativos y en *La Piedad* sobre una dictadura. ●



Eduardo Casanova, durante el rodaje de la serie 'Silencio'. *Foto: Movistar Plus+*

La Opinión A Coruña

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 577 €
ÁREA: 73 CM² - 26%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2521
OTS: 14000
SECCIÓN: TELEVISION

1 Diciembre, 2025



‘Silencio’, la serie de Eduardo Casanova sobre vampiras y sida

Llego hoy a Movistar Plus+ una miniserie de tres episodios que denuncia, con humor y gamberrismo, el estigma en torno al VIH y «el temor a exponer tu propia voz»

REDACCIÓN
A Coruña

Hoy llega a Movistar Plus+ *Silencio*, miniserie creada, escrita y dirigida por Eduardo Casanova (*Pieles*, *La piedad*). A lo largo de tres episodios donde una familia de vampiras vive en siglos marcados por la peste y el sida, esta comedia negra denuncia, con «humor y gamberrismo», que el estigma en torno al VIH y el temor a las represalias por «exponer tu propia voz» persisten como formas de «violencia estructural por parte del sistema».

«Hay cierto miedo que estamos desarrollando los personajes públicos a romper el silencio y a posicionarnos en cosas que son obvias como el genocidio en Gaza», señala Casanova en una entrevista concedida a Europa Press, donde subraya que la decisión de permanecer callado ante problemas «extremadamente evidentes» tiene una naturaleza estructural. El cineasta lo atribuye al «miedo a la cancelación», que a su vez «es pánico a la pérdida de trabajo», que a su vez solo es «es terror a la pérdida de dinero».

Para el responsable de *Silencio*, ese pavor colectivo a pronunciarse surge de «un truco maquiavélico del sistema para convertirnos en personas con un discurso extremadamente blanco». Casanova defiende que en una sociedad con dinámicas que buscan «quitarnos la personalidad y silenciarnos hay que romper el silencio en cuanto a lo que a ti te atormente o te perturbe».



La serie recorre la vida de unas vampiras, marcada por la peste y el sida. | Movistar Plus+

María León amplía la idea expuesta por el director indicando que concibe la serie como una llamada a «exponer tu propia voz por un bien no solo individual, sino global»: «Espero que la sociedad capte el mensaje de que no hay que callarse». Casanova apunta que el personaje de la actriz no es una de las vampiras que ocultan su condición por posible rechazo, sino una humana con sida que también refleja que un estigma que te fuerza a «callar te convierte en una persona muy triste».

Para Mariola Fuentes, mantenerse en silencio no siempre es causa de presiones externas, también es una muestra de la indiferencia de un mundo que sufre de «pérdida de empatía». «Ha llegado un momento en el que la gente ve a un niño muerto en una orilla de una playa o en una guerra y le da lo mismo», condena la intérprete, a quien le preocupa más los casos de «gente a la no solo les da igual, sino que dicen que el niño está bien matado porque es un futuro peligro».

INFORMACION

PAÍS: España
PÁGINAS: 34
AVE: 2756 €
ÁREA: 156 CM² - 38%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7312
OTS: 64000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

1 Diciembre, 2025



Estreno

Llego hoy a Movistar Plus+ una miniserie de tres episodios que denuncia, con humor y gamberrismo, el estigma en torno al VIH y «el temor a exponer tu propia voz»

«Silencio», la serie de Eduardo Casanova sobre vampiras y sida

EUROPA PRESS

Movistar Plus+



La serie recorre la vida de una familia de vampiras que vive en siglos marcados por la peste y el sida.

Hoy llega a Movistar Plus+ *Silencio*, miniserie creada, escrita y dirigida por Eduardo Casanova (*Pieles*, *La piedad*). A lo largo de tres episodios donde una familia de vampiras vive en siglos marcados por la peste y el sida, esta comedia negra denuncia, con «humor y gamberrismo», que el estigma en torno al VIH y el temor a las represalias por «exponer tu propia voz» persisten como formas de «violencia estructural por parte del sistema».

«Hay cierto miedo que estamos desarrollando los personajes públicos a romper el silencio y a posicionarnos en cosas que son obvias como el genocidio en Gaza», señala Casanova en una entrevista concedida a Europa Press, donde subraya que la decisión de permanecer callado ante problemas «extremadamente evidentes» tiene una naturaleza estructural. El cineasta lo atribuye al «miedo a la cancelación», que a su vez «es pánico a la pérdida de trabajo», que a su vez solo es «es terror a la pérdida de dinero».

Para el responsable de *Silencio*, ese pavor colectivo a pronunciarse surge de «un truco maquiavélico del sistema para convertirnos en personas con un discurso extremadamente blanco». Casanova defiende que en una sociedad con dinámicas que buscan «quitarnos la personalidad y silenciarnos hay que romper el silencio en cuanto a lo que a ti te atormente o te perturbe».

María León amplía la idea expuesta por el director indicando que concibe la serie como una llamada a «exponer tu propia voz por un bien no solo individual, sino global»: «Espero que la sociedad capte el mensaje de que no hay que callarse». Casanova apunta que el personaje de la actriz no es una de las vampiras que ocultan su condición por posible rechazo, sino una humana con sida que también refleja que un estigma que te fuerza a «callar te convierte en una persona muy triste».

Para Mariola Fuentes, mantenerse en silencio no siempre es causa de presiones externas, también es una muestra de la indiferencia de un mundo que sufre de «pérdida de empatía». «Ha llegado un momento en el que la gente ve a un niño muerto en una orilla de una playa o en una guerra y le da lo mismo», condena la intérprete, a quien le preocupa más los casos de «gente a la no solo les da igual, sino que dicen que el niño está bien matado porque es un futuro peligro». ■

LA GACETA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60
AVE: 2218 €
ÁREA: 121 CM² - 34%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 10794
OTS: 42000
SECCIÓN: TOROS

30 Noviembre, 2025



Eduardo Casanova estrena 'Silencio': "Todo lo que te callas te mata por dentro"

- La **miniserie** que se estrena hoy combina vampirismo, humor negro y denuncia social
- Busca dar voz a las víctimas invisibles del **VIH** que se esconden "por miedo al rechazo"
- Entre el reparto se encuentran Lucía Díez, Mariola Fuentes, Leticia Dolera y Omar Ayuso

Madrid— Eduardo Casanova debuta como director de una serie con 'Silencio', una coctelera en la que agita el humor negro, las vampiras y el estigma social, con la pandemia del VIH de trasfondo y con la que pretende reivindicar la necesidad de dar voz a aquellas víctimas invisibles que se esconden "por miedo al rechazo".

La miniserie (Movistar Plus+, 1 de diciembre) se estrena el Día Mundial del VIH para recordar a las víctimas y supervivientes de la enfermedad con una transgresora y nada convencional historia de vampiras, interpretadas por un reparto de lujo ocultas bajo kilos de maquillaje.

"'Silencio' está enmarcada en la pandemia del VIH, mezclada con la fantasía del vampirismo y del cine de terror, en tener que callarnos cosas por miedo a la cancelación, al qué dirán, al rechazo. Yo lucho por que no me silencien. A mí es difícil silenciarme", aseguró Casanova.

De este modo la serie, de tres episodios, cuenta la historia de unas hermanas vampiras que sobreviven ocultas durante siglos ante el desafío de encontrar sangre sana con la que alimentarse, primero ante la amenaza de la Peste Negra, y luego del SIDA.

"La serie habla de una cosa muy clara, y es que el silencio conlleva la muerte. Todo lo que te callas te mata por dentro y estamos viviendo un momento en el que creo que es muy importante no guardarse nada por ningún miedo a las consecuencias", detalló.



El director de la serie 'Silencio' de Eduardo Casanova. EFE

Casanova (director, guionista y productor ejecutivo) se rodea de un reparto de lujo que dan vida, ocultas detrás de un maquillaje elaboradísimo, Lucía Díez, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio.

"Creo que lo más divertido es eso. Porque la verdad es que no se las reconoce. Para mí el maquillaje era muy importante, haber decidido hacer vampiras que usan prótesis ayudaba mucho a esa idea de que las propias actrices se sintieran silenciadas", apuntó.

Para ello, transformó a las actrices con "kilos" de pesada silicona, lentillas de colores que les hacían ver borroso, prótesis en orejas y dedos que no les permitían escuchar bien o que las obligaba a que fueran acompañadas al baño: "Eso las ayudaba a entender lo que se puede sufrir cuando no tienes la capacidad de poder expresarte de forma libre", añadió.

Una serie que mezcla humor con escenas terroríficas, no tanto por el hecho de contar con vampiras en el reparto, sino por la crudeza de escenas de sexo y drogas en ese camino a los infiernos al que lleva la enfermedad, y con las que pretenden hacer reflexionar al espectador. **EFE**

La Nueva Crónica

30 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 2727 €
ÁREA: 103 CM² - 34%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1299
OTS: 7000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



ACTUALIDAD CINEMATOGRÁFICA

Eduardo Casanova presenta 'Silencio': «Hay miedo a posicionarse en cosas obvias como el genocidio en Gaza»

E.P.

MADRID. Este lunes 1 de diciembre llega a Movistar Plus+ 'Silencio', miniserie creada, escrita y dirigida por Eduardo Casanova ('Pieles', 'La piedad'). A lo largo de tres episodios donde una familia de vampiras vive en siglos marcados por la peste y el sida, esta comedia negra denuncia, con «humor y gamberrismo», que el estigma en torno al VIH y el temor a las represalias por «exponer tu propia voz» persisten como formas de «violencia estructural por parte del sistema».

«Hay cierto miedo que estamos desarrollando los personajes públicos a romper el silencio y a posicionarnos en cosas que son obvias como el genocidio en Gaza», señala Casanova en una entrevista concedida a Europa Press, donde subraya que la decisión de permanecer callado ante problemas «extremadamente evidentes» tiene una naturaleza estructural. El cineasta lo atribuye al «miedo a la cancelación», que a su vez «es pánico a la pérdida de trabajo», que a su vez solo es «es terror a la pérdida de dinero».

Para el responsable de 'Silencio', ese pavor colectivo a pronunciarse surge de «un truco maquiavélico del sistema para convertirnos en personas con un discurso extremadamente blanco». Casanova defiende que en una sociedad con dinámicas que buscan «quitarnos la personalidad y silenciarnos hay que romper el silencio en cuanto a lo que a ti te atormente o te perturbe».

María León amplía la idea expuesta por el director indicando que concibe la serie como una llamada a «exponer tu propia voz por un bien no solo individual, sino global»: «Espero que la sociedad capte el mensaje de que no hay que callarse». Casanova apunta que el personaje de la actriz no es una de las vampiras que ocultan su condición por posible rechazo, sino una humana con sida que también refleja que un estigma que te fuerza a «callar te convierte en una persona muy triste». Para Mariola Fuentes, mantenerse en silencio no siempre es causa de presiones externas, también es una muestra de la indiferencia de un mundo que sufre de «pérdida de empatía», aseguró al respecto.

«Ha llegado un momento en el que la gente ve a un niño muerto en una orilla de una playa o en una guerra y le da lo mismo», condena la intérprete, a quien le preocupa más los casos de «gente a la no solo les da igual, sino que dicen que el niño está bien matado porque es un futuro peligro». «Socialmente, y en toda la historia del cine, hay una idea preconcebida de cómo tienen que ser las vampiras».



Eduardo Casanova presenta la película que dirige: 'Silencio'.. **E.P.**

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 4896 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

1 Diciembre, 2025



SERIES

Entre sangre y estigmas



Esperada miniserie de Eduardo Casanova que aborda el estigma social del SIDA usando los vampiros como metáfora. Unas hermanas vampiras sobreviven a la falta de sangre humana no contaminada por el virus de la Peste Negra, aunque el verdadero peligro es la soledad que las rodea. Varios siglos más adelante, una de sus descendientes se enfrenta a la misma condena social durante la pandemia del SIDA en España. Definida como una tragicomedia que reinventa el subgénero vampírico, esta provocadora ficción se atreve a explorar la oscuridad más profunda de la condición humana en medio de un mundo que calla, juzga y rechaza sin piedad a las personas diferentes.

Silencio

España, 2025
Fantástico, Comedia
Movistar Plus+
20 min.
(T1. 3 cap.)

El Periódico de Catalunya - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 4315 €
ÁREA: 13 CM² - 11%

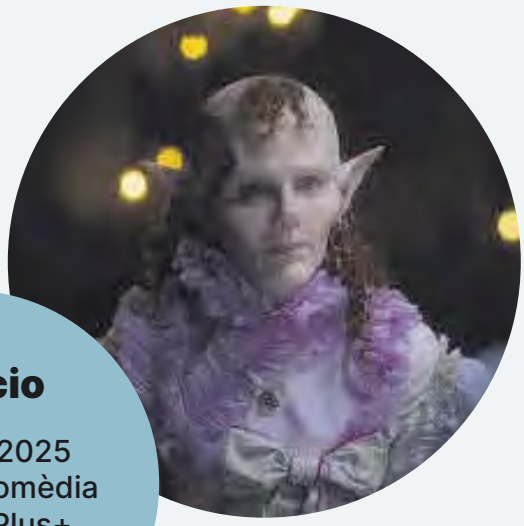
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: TELEVISION

1 Diciembre, 2025



SÈRIES

Entre sang i estigmes



Esperada minisèrie d'Eduardo Casanova que aborda l'estigma social de la SIDA usant els vampirs com a metàfora. Unes germanes vampires sobreviuen a la manca de sang humana no contaminada pel virus de la Peste Negra, encara que el veritable perill és la solitud que les envolta. Uns quants segles més endavant, una de les seves descendents s'enfronta a la mateixa condemna social durant la pandèmia de la SIDA a Espanya. Definida com una tragicomèdia que reinventa el subgènere vampíric, aquesta ficció provocadora s'atreveix a explorar la foscor més profunda de la condició humana enmig d'un món que calla, jutja i rebutja sense pietat les persones diferents.

Silencio

Espanya, 2025
Fantasia, Comèdia
Movistar Plus+
20 min.
(T1. 3 cap.)

CÓRDOBA

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 2734 €
ÁREA: 205 CM² - 44%

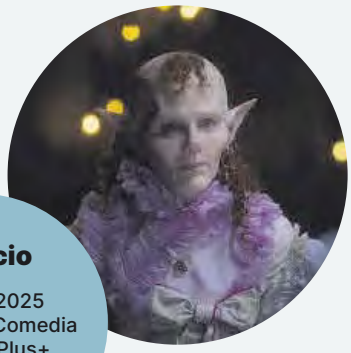
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3243
OTS: 29000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

1 Diciembre, 2025



SERIES

Entre sangre y estigmas



Esperada miniserie de Eduardo Casanova que aborda el estigma social del SIDA usando los vampiros como metáfora. Unas hermanas vampiras sobreviven a la falta de sangre humana no contaminada por el virus de la Peste Negra, aunque el verdadero peligro es la soledad que las rodea. Varios siglos más adelante, una de sus descendientes se enfrenta a la misma condena social durante la pandemia del SIDA en España. Definida como una tragicomedia que reinventa el subgénero vampírico, esta provocadora ficción se atreve a explorar la oscuridad más profunda de la condición humana en medio de un mundo que calla, juzga y rechaza sin piedad a las personas diferentes.

Silencio

España, 2025
Fantástico, Comedia
Movistar Plus+
20 min.
(T1. 3 cap.)

Un viejo trauma que sanar

El juego de Gracie Darling

2025, Australia
Thriller
Netflix
43 min.
(T1. 6 cap.)



Joni es una mujer que vive atormentada por la desaparición de su mejor amiga Gracie a la edad de 14 años durante una sesión de espiritismo. A sus 27, intenta lleva una tranquila vida como psicóloga infantil. Pero la historia se repite cuando unos niños que viven en la misma zona recrean este juego y otra niña desaparece en las mismas circunstancias, reviviendo así el trauma de la protagonista. Esto la obligará a enfrentarse a sus propios miedos, a descubrir qué le ocurrió realmente a su amiga y si ambas desapariciones están relacionadas. La serie aborda el tema del peso del pasado, combinándolo con elementos propios de un drama psicológico y sobrenatural.

Cuando la convivencia es un caos



Comedia catalana de éxito emitida originalmente en TV3 y ganadora del Premio Ondas a la Mejor Serie en 2002. La historia sigue a dos jóvenes completamente opuestos que terminan compartiendo piso. Josep Lopes (Jordi Sánchez), locutor de radio de 34 años, vive atrapado en su pesimismo, su hipocondría y una visión gris del mundo. David Güell (Joel Joan), más joven y entusiasta, procede de una familia acomodada y sueña con ser actor. La convivencia entre ambos, marcada por choques constantes, manías absurdas y situaciones cada vez más disparatadas, da pie a una serie que explora la amistad, el caos doméstico y el reto de tolerar las rarezas del otro.

Plats bruts

España, 1999
Comedia
Netflix, Prime Video, Filmin, 3Cat
30 min.
(T1-T6. 73 cap.)

Biografía de un individuo infame

Riphagen, el carnicero holandés

Países Bajos, 2017
Thriller, Biográfico
Filmin
50 min.
(T1. 3 cap.)



Miniserie sobre figura de Andries Riphagen, uno de los individuos más despreciables de la Segunda Guerra Mundial. Este usurero sin moral alguna se ganaba la confianza de familias judías para después traicionarlas, entregarlas a los nazis y apropiarse de sus bienes. Su paso por Estados Unidos le permitió aprender los métodos de la mafia, dando pie a su apodo: "el Al Capone de Ámsterdam". Durante la ocupación alemana, se incorporó a la Oficina Central para la Emigración Judía, encargada de expoliar sus propiedades. En paralelo Riphagen se beneficiaba ofreciendo un aparente refugio a los judíos, solo para delatarlos y quedarse con todo su botín de joyas.

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
AVE: 3059 €
ÁREA: 205 CM² - 44%

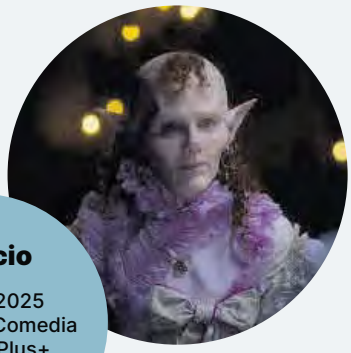
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2909
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION Y RADIO

1 Diciembre, 2025



SERIES

Entre sangre y estigmas



Esperada miniserie de Eduardo Casanova que aborda el estigma social del SIDA usando los vampiros como metáfora. Unas hermanas vampiras sobreviven a la falta de sangre humana no contaminada por el virus de la Peste Negra, aunque el verdadero peligro es la soledad que las rodea. Varios siglos más adelante, una de sus descendientes se enfrenta a la misma condena social durante la pandemia del SIDA en España. Definida como una tragicomedia que reinventa el subgénero vampírico, esta provocadora ficción se atreve a explorar la oscuridad más profunda de la condición humana en medio de un mundo que calla, juzga y rechaza sin piedad a las personas diferentes.

Silencio

España, 2025
Fantástico, Comedia
Movistar Plus+
20 min.
(T1. 3 cap.)

Un viejo trauma que sanar

El juego de Gracie Darling

2025, Australia
Thriller
Netflix
43 min.
(T1. 6 cap.)



Joni es una mujer que vive atormentada por la desaparición de su mejor amiga Gracie a la edad de 14 años durante una sesión de espiritismo. A sus 27, intenta lleva una tranquila vida como psicóloga infantil. Pero la historia se repite cuando unos niños que viven en la misma zona recrean este juego y otra niña desaparece en las mismas circunstancias, reviviendo así el trauma de la protagonista. Esto la obligará a enfrentarse a sus propios miedos, a descubrir qué le ocurrió realmente a su amiga y si ambas desapariciones están relacionadas. La serie aborda el tema del peso del pasado, combinándolo con elementos propios de un drama psicológico y sobrenatural.

Cuando la convivencia es un caos



Comedia catalana de éxito emitida originalmente en TV3 y ganadora del Premio Ondas a la Mejor Serie en 2002. La historia sigue a dos jóvenes completamente opuestos que terminan compartiendo piso. Josep Lopes (Jordi Sánchez), locutor de radio de 34 años, vive atrapado en su pesimismo, su hipocondría y una visión gris del mundo. David Güell (Joel Joan), más joven y entusiasta, procede de una familia acomodada y sueña con ser actor. La convivencia entre ambos, marcada por choques constantes, manías absurdas y situaciones cada vez más disparatadas, da pie a una serie que explora la amistad, el caos doméstico y el reto de tolerar las rarezas del otro.

Plats bruts

España, 1999
Comedia
Netflix, Prime Video, Filmin, 3Cat
30 min.
(T1-T6. 73 cap.)

Biografía de un individuo infame

Riphagen, el carnicero holandés

Países Bajos, 2017
Thriller, Biográfico
Filmin
50 min.
(T1. 3 cap.)



Miniserie sobre figura de Andries Riphagen, uno de los individuos más despreciables de la Segunda Guerra Mundial. Este usurero sin moral alguna se ganaba la confianza de familias judías para después traicionarlas, entregarlas a los nazis y apropiarse de sus bienes. Su paso por Estados Unidos le permitió aprender los métodos de la mafia, dando pie a su apodo: "el Al Capone de Ámsterdam". Durante la ocupación alemana, se incorporó a la Oficina Central para la Emigración Judía, encargada de expoliar sus propiedades. En paralelo Riphagen se beneficiaba ofreciendo un aparente refugio a los judíos, solo para delatarlos y quedarse con todo su botín de joyas.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘Silencio’ – estreno 1 de diciembre en Movistar Plus+

Por Redacción AV451 -28 noviembre, 2025

Eduardo Casanova (‘Pieles’) escribe y dirige ‘Silencio’, miniserie que reimagina el mito del vampiro con una impactante puesta en escena.

Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio protagonizan esta ficción producida Javier Prada (Gamera Studios) y Reyes Velayos (Apoyo Positivo).



En palabras de Eduardo Casanova, creador de la serie, «me hace especial ilusión que ‘Silencio’, mi primera serie llegue a toda España de la mano de Movistar Plus+, tenía muchas ganas de trabajar con ellxs. Mi compromiso con ‘Silencio’ siento que es muy cercano al de Movistar Plus+ con su audiencia: hablar para un público amplio, sin perder la identidad autoral, en tono tragicómico, libre y descarado, contenido entretenido y fácil de ver, pero sin perder crítica social de rabiosa actualidad, y ‘Silencio’ es exactamente eso. Admiro profundamente que una casa tan grande, respetable y amable como Movistar Plus+ tenga ese compromiso con el entretenimiento y las y los autores, y realmente estoy muy agradecido y feliz. Nuestras vampiras y yo, nos sentimos en la mejor casa.»

La serie se ha filmado completamente en 16 mm y se ha concebido como «una experiencia cinematográfica total, más allá del formato tradicional episódico, hace una nueva lectura del subgénero vampírico, explora la oscuridad y la pasión en un mundo que juzga y condena sin piedad.»

Sinopsis

En las sombras de la historia, el secreto late como un pulso. Unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de "sangre humana limpia" debido a la Peste Negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del SIDA en España, y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y que el amor entre "enfermos" y "sanos", humanas y vampiras sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?

Movistar Plus+ estrena 'Silencio' el lunes 1 de diciembre.

Ficha técnica

Director y guionista Eduardo Casanova

Producción ejecutiva Javier Prada y Eduardo Casanova

Productores Javier Prada (Gamera Studios) y Reyes Velayos (Apoyo Positivo)

Coordinador de producción Juan Mata

Reparto Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio

Dirección de fotografía Marino Pardo

Montaje Ángel Pazos

Sonido Dani Bravo

Música Joan Vilà

Vestuario Carolina Galiana

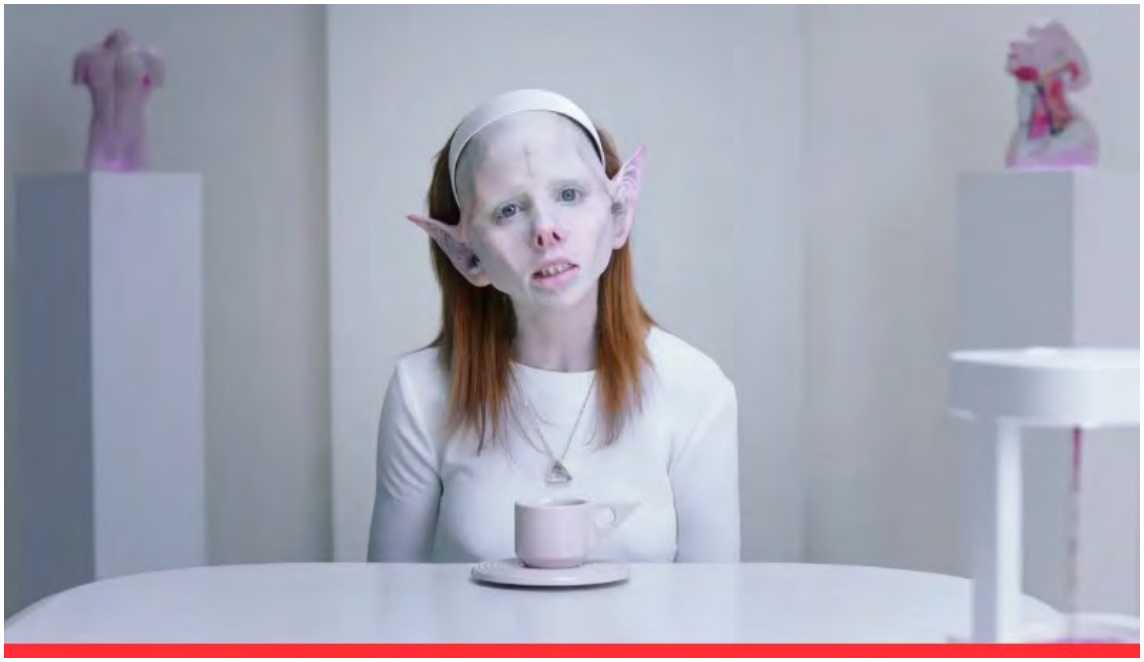
Dirección de arte Melanie Antón

Efectos especiales Óscar del Monte

Efectos visuales Daniela Castro

HOBBYCONSOLAS
HOBBYCINE

Movistar Plus+ no para y lanza mañana la serie de terror española del director que nunca deja indiferente a nadie



30 nov 2025 - 21:55 **María Bescós**

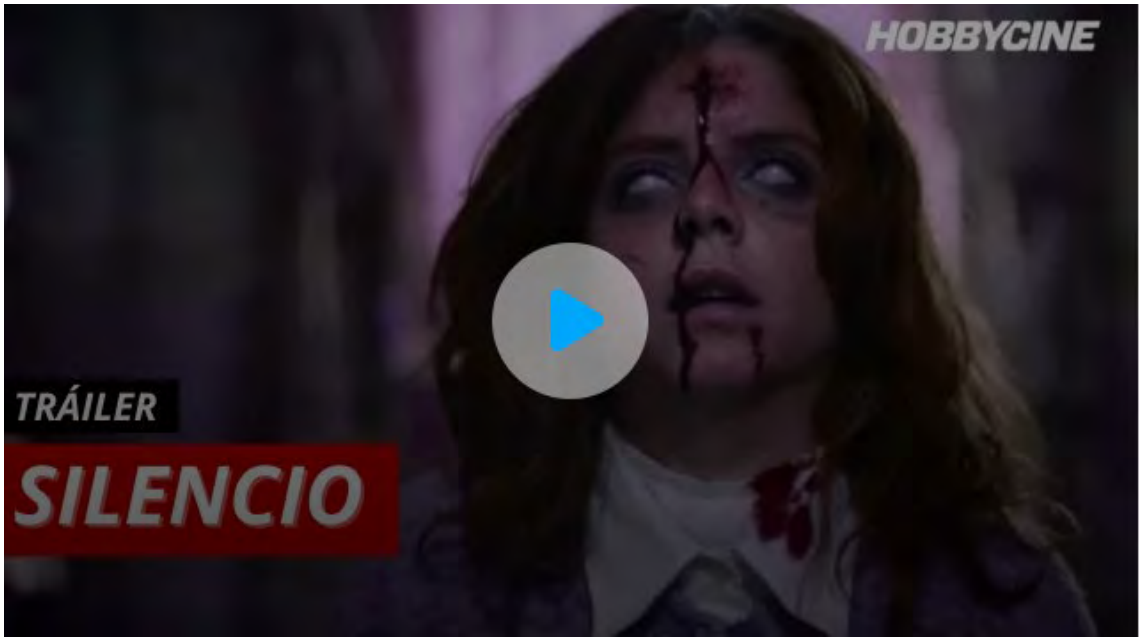
El terror conoce una nueva cara con la nueva miniserie de Movistar Plus+ de temática vampírica que protagonizan: Ana Polvorosa, Lucía Díez y María León.

Eduardo Casanova regresa a nuestras pantallas con una nueva creación, pero en esta ocasión lo hará para el *streaming* con una miniserie de televisión exclusiva de Movistar Plus+, a través de la cual seguirá explorando nuevos territorios, ahora mezclando el terror y la comedia con la crítica social.

Tras haber dado el salto a la dirección y empezar a experimentar con la narrativa en largometrajes mediante cintas como *Pieles* (2017) o *La piedad* (2023), el último proyecto de ficción de Eduardo Casanova es una miniserie tan corta como una película.

Se trata de *Silencio*, una producción de temática vampírica que contará con tan solo tres episodios de unos 20 minutos de duración por capítulo. Su reparto, de lujo, cuenta con la presencia de intérpretes como: Leticia Dolera, María León, Ana Polvorosa, Omar Ayuso, Lucía Díez, Mariola Fuentes o Carolina Rubio.

Una historia de vampiresas diferente al resto



La serie de Eduardo Casanova se divide en dos líneas temporales. Por un lado, conocemos a unas hermanas vampiresas que sufren durante la época de la Peste Negra en Europa ante la escasez de sangre humana limpia.

Por otro, nos trasladamos hasta los años 80 -cuando estalló la pandemia del SIDA en España-, junto a una de sus descendientes, para descubrir que "la condena social sigue siendo la misma" mientras la escasez de sangra vuelve a suponer un problema.

La sinopsis oficial de Silencio nos plantea la gran cuestión que explora la serie, dándole un pequeño giro a las historias de vampiresas que ya conocemos: "El amor entre "enfermos" y "sanos", humanas y vampiras sigue provocando el mismo terror ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?"

Mañana, lunes 1 de diciembre, se estrenarán en Movistar Plus+ los tres episodios que componen la miniserie Silencio de Eduardo Casanova. Por el moe¡mento, la serie ya cuenta con un 6,3 en Filmaffinity.

EL PAÍS

‘Emily en París’ en Netflix, ‘Silencio’ en Movistar+, más ‘Stranger Things’ y otras series recomendadas para diciembre

Una selección de producciones de ficción destacadas este mes en plataformas



Las actrices de 'Silencio'.
Vídeo: MOVISTAR PLUS+

Eneko Ruiz Jiménez Madrid - 30 NOV 2025 - 05:30 CET

Eduardo Casanova (que empezó su carrera como Fidel en Aída) es un creador muy personal, que nunca se calla y hace lo que quiere. Su cine es totalmente reconocible, tan amado por unos como odiado por otros. Y ahora lleva su misma estrategia a las series para feminizar el género de vampiros con todos sus tópicos, y utilizarlos como una metáfora sobre el estigma del sida y el VIH. Le acompañan sus habituales Ana Polvorosa y María León, aunque los ojos están puestos en Lucía Díez.

Una serie que además es muy apta para el picoteo porque solo está compuesta por tres episodios de unos 20 minutos. Una de estas locuras de originalidad que las series ya no regalan demasiado.

¿Cuándo y dónde verla? El lunes 1, en Movistar Plus+.

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

Entrevista

Eduardo Casanova mezcla vampiras y sida en su primera serie: "El único efecto secundario del VIH es el estigma"

Movistar Plus+ estrena este lunes 'Silencio', protagonizada por Ana Polvorosa, Lucía Díez, María León y Leticia Dolera



Marisa de Dios 01 DIC 2025 8:00 Actualizada 01 DIC 2025 8:09

Coincidiendo con el Día Mundial de la Lucha contra el Sida, Movistar Plus+ estrena este lunes 1 de diciembre 'Silencio', la primera serie de Eduardo Casanova. El actor de 'Aída' y director de películas como 'Pieles' y 'La piedad' aborda, a través de la comedia y mediante tres episodios de 20 minutos cada uno, el estigma que conlleva todavía el sida, haciendo una metáfora con una familia de vampiras que tienen que vivir ocultas tanto en el siglo XIV (con la epidemia de la peste negra) como en los años 80 (con la pandemia del sida). Para ello cuenta con actrices como Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera y Carolina Rubio, a las que acompaña Omar Ayuso.

--¿Cómo surgió la idea de mezclar vampiras, la peste y el VIH?

A mí un tema que me preocupa es la necesidad de poder expresarse como uno es o como uno se siente. Todo lo que provoca el no poder expresarse, que a veces te condena a los márgenes, o el hecho de expresarte, que a veces te condena a muchos tipos de muerte. Y a partir de ese concepto del silencio nace la serie y empiezas a buscar con qué elementos articularla. A mí me interesa mucho el cine de terror y fantástico, y quería darle una vuelta a uno de sus iconos, los vampiros.



--En este caso, vampiras.

Sí, vampiras no sexualizadas al servicio del conde Drácula, sino con conflictos propios, que tuviesen que vivir escondidas. Funcionaban muy bien para hablar del silencio, pero quería establecer la metáfora con la parte social. Me parece que hay un tema que se sigue tratando poco y que, cuando se hace, es de una forma muy pesimista y muy poco actualizada: el conflicto del VIH a día de hoy, que no es la muerte, sino el silencio y el estigma. Me parecía perfecto hacer una metáfora entre vampiras silenciadas con los enfermos de sida en otras épocas o las personas con VIH, incluso hoy en día, que son temidos por el miedo a la transmisión, por la ignorancia y el desconocimiento.

--¿Por qué optó por la comedia?

Quería fusionarlo todo de una forma muy positiva, no caer en algo denso y pesado… En este momento de mi vida y de mi filmografía, me apetecía quitarme un poco la mochila de pedantería y de pesadez, y hacer algo que, pese a tocar un tema profundo, tuviese la capacidad de reírse. Por eso escogí la comedia ácida y la sátira. La risa es la mejor sanación para todo y también para romper el silencio.

--Se le echaron encima por el lenguaje inclusivo de la serie.

Y eso que las vampiras no hablan con lenguaje inclusivo. Cuando salió el primer 'teaser' hay un chiste del personaje de Ana Polvorosa, que dice "todes" y Leticia Dolera le contesta: "¿Hablas en inclusivo? Si estamos en pleno siglo XIV". Y ella le responde: "Lo sé, soy muy adelantada para mi época". Y los titulares fueron: "Lo nuevo de Eduardo Casanova: vampiras con sida que hablan con lenguaje inclusivo". Y no trata de eso, era solo un chiste, porque es una comedia. Buscaba que, haciendo algo de época, la gente pudiera llegar a la comedia y que no se quedase en una cosa densa, de hablar en castellano antiguo o en latín.



Leticia Dolera, Carolina Rubio, Ana Polvorosa y Mariola Fuentes, en 'Silencio' /

--'Silencio' también introduce el elemento LGTBI, porque hay una pareja lesbiana y habla de sida.

El tema LGTBI viene porque hay una historia entre dos mujeres, pero no por el tema del sida. La pandemia del VIH no creo que deba estar solo en la agenda del colectivo LGTBI, porque las enfermedades afectan a todo el mundo. De hecho, el porcentaje de mujeres heterosexuales a día de hoy con VIH es altísimo, y eso no se sabe.

--¿Le preocupa cómo pueden recibir la serie los enfermos de sida?

No. Creo que el hecho de que una de las productoras sea Apoyo Positivo y, también, mi interés y mi estudio sobre lo que significó y significa la pandemia, antes y ahora, me hace sentir que estoy respaldado. A día de hoy la medicación no tiene prácticamente efectos secundarios; el único efecto secundario que tiene el VIH es el estigma, que afecta directamente a la salud mental. Creo que esta serie puede ser un alivio o un respiro para que las personas se liberen del armario del VIH y también de muchas otras cosas.

--En la serie hay un gran trabajo de maquillaje. A veces a las actrices solo las reconoces por la voz o por los ojos…

Es una locura el trabajo que ha hecho Óscar del Monte. Sin la construcción de esas vampiras tan metafóricas también desde el maquillaje habría sido imposible crear esos personajes. Estamos hablando de personajes silenciados, a los que les cuesta hablar, y el propio maquillaje, las dentaduras, los ojos, los dedos, ya les impedían expresarse de una forma libre. A partir de ahí se construyen vampiras completamente nuevas, porque normalmente las vemos muy sexualizadas. Estas vampiras, con ese maquillaje, se acercan metafóricamente a los primeros enfermos de sida, cuando estaban muriéndose, con esos pómulos… Me parece que el trabajo de maquillaje es increíble, que ha ayudado muchísimo a la interpretación y que también es un gusto para la audiencia deleitarse con algo nuevo y tan divertido.



Ana Polvorosa, en 'Silencio' / MOVISTAR PLUS+

--¿Cuántas horas había de maquillaje?

Siete horas por actriz, con cuatro maquilladoras por cada una.

--Suele hacer cosas muy diferentes a los demás, como hemos visto en 'Pieles' o 'La piedad', y eso le expone a más críticas. ¿Cómo lleva que le tachen de autor polémico?

Las críticas afectan, pero con el tiempo se aprende a saber dónde poner el foco, qué críticas o qué cosas debes leer. Al odio no hay que prestarle atención nunca. Todo lo que nace de él no es objetivo ni constructivo y la persona que lo lanza está mal. Tampoco creo que haya que prestar demasiada atención a las críticas en general, porque nada cambia la obra. Y más en las que hago yo y mucha otra gente, que nacen desde un lugar tan interno y tan carnal: son lo que son, con sus errores incluso. Hay que saber elegir qué se lee y, si se puede, no leer para no condicionarse, porque afectar, afectan.

--Ha participado en la película de 'Aída' que se estrenará en enero. ¿Qué se encontrará el público?

Yo creo que la gente va a recibir lo que quiere, que es comedia, pero también se va a encontrar con algo muy nuevo. Y hasta aquí puedo leer, porque la película no es mía; si lo fuera tendría más libertad para contarlo. Pero creo que la gente se va a sorprender y va a recibir algo que no espera, pero que le va a gustar mucho y se va a reír, que es lo que quería el público y lo que lleva pidiendo tanto tiempo: una vuelta. Pues la vuelta se la hemos dado, pero Paco León también le ha dado una vuelta a la serie.

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

PRENSA IBÉRICA

elPeriódico

Todos los estrenos y regresos

Las 10 series que no te puedes perder en diciembre

Marisa de Dios 30 NOV 2025 8:01



SILENCIO

Día 1. Movistar Plus+

Eduardo Casanova ('Pieles', 'La piedad') reimagina el mito del vampiro en esta comedia de solo tres episodios de 20 minutos con un gran elenco femenino: Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Leticia Dolera, Mariola Fuentes y Carolina Rubio. Sigue a cuatro hermanas vampiras que, en el siglo XIV, sobreviven a la escasez de sangre humana limpia debido a la peste negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea. En la España de los años 80, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto con la pandemia del sida como telón de fondo.



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

ABC Play

Los mejores estrenos de series de diciembre: Netflix, HBO, Amazon y Disney+

De la batalla final de 'Stranger Things' a la nueva temporada de 'Fallout' o 'Emily in Paris', aquí un pequeño calendario de las mejores entregas en las plataformas

1 DE DICIEMBRE (MOVISTAR PLUS+)

'Silencio': el mito del vampiro ante su enésima vuelta de tuerca



El debut en las series de una voz tan personal como la de Eduardo Casanova, que reimagina el mito del vampiro con una impactante puesta en escena en la que participan Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio. En las sombras de la historia, el secreto late como un pulso. Unas hermanas vampiras sobreviven a la escasez de «sangre humana limpia» debido a la Peste Negra, pero el verdadero veneno es el silencio que las rodea.

Siglos después, una de sus descendientes se enfrenta al mismo conflicto en la pandemia del sida en España, y descubre que la condena social sigue siendo la misma. Y que el amor entre «enfermos» y «sanos», humanas y vampiras, sigue provocando el mismo terror. ¿Qué sucede cuando la eternidad se mide en siglos de silencio?

Te la recomendamos si... : te gustan las analogías y simbolismos pero, en el fondo, necesitas que todo tenga un componente de denuncia social.

cine&series MUNDIARIO

Silencio: la serie que irrumpe con un viaje vampírico entre siglos, pandemias, secretos y un toque queer



Póster de Silencio. / Movistar Plus+






JUAN MANUEL MAZAS

30 DE NOVIEMBRE DE 2025 (00:43 H.)

La plataforma Movistar Plus+ presenta Silencio, una miniserie escrita y dirigida por Eduardo Casanova que propone una reinterpretación del mito vampírico desde una perspectiva histórica, social y queer.

Silencio sigue el rastro de una estirpe de mujeres vampiras enfrentadas a la escasez de sangre humana limpia durante la Peste Negra. La trama se desplaza siglos después hasta la crisis del SIDA en España, donde una descendiente de esta línea debe afrontar nuevas formas de estigmatización, miedo y prejuicio. La serie plantea el conflicto entre enfermos y sanos, humanas y vampiras, inmortalidad y rechazo social, y la persistencia del silencio como herencia histórica.

La miniserie tuvo su debut en el Festival de Locarno y posteriormente formó parte de la Sección Oficial Fantàstic a Competición en la edición número 58 del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya, celebrado en Sitges del 9 al 19 de octubre. La propuesta combina drama, terror, tragedia y humor negro, construyendo una lectura contemporánea sobre el vampirismo como metáfora de identidad, supervivencia y exclusión.

Silencio está rodada íntegramente en 16 mm y concebida como una experiencia audiovisual total, más allá del formato episódico convencional. Su puesta en escena se caracteriza por la intensidad visual, el color, la textura fílmica y una atmósfera que busca generar impacto emocional. La serie aborda temáticas como el VIH, el estigma social, la memoria colectiva y la libertad identitaria, articulando pasado y presente a través de su línea narrativa.

Con tres episodios, la miniserie plantea una reflexión sobre aquello que permanece oculto, lo que se calla y las consecuencias del silencio impuesto. Su enfoque tragicómico cuestiona la forma en que la sociedad percibe la diferencia, el miedo y la supervivencia en contextos de condena pública.



EL REPARTO QUE DA VIDA A ESTA HISTORIA

El elenco principal está formado por Lucía Díez como Malva, Ana Polvorosa como Verónica, María León como Triana, Mariola Fuentes como Lilith, Leticia Dolera como Brianda, Omar Ayuso como Felipe y Carolina Rubio como Ginebra. La producción ha sido desarrollada por Gamera Films, Apoyo Positivo y Antonio Abeledo S.L., contando con la colaboración de Gilead, ViiV, el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 y el Ministerio de Justicia.

¿DÓNDE Y CUÁNDO VER?

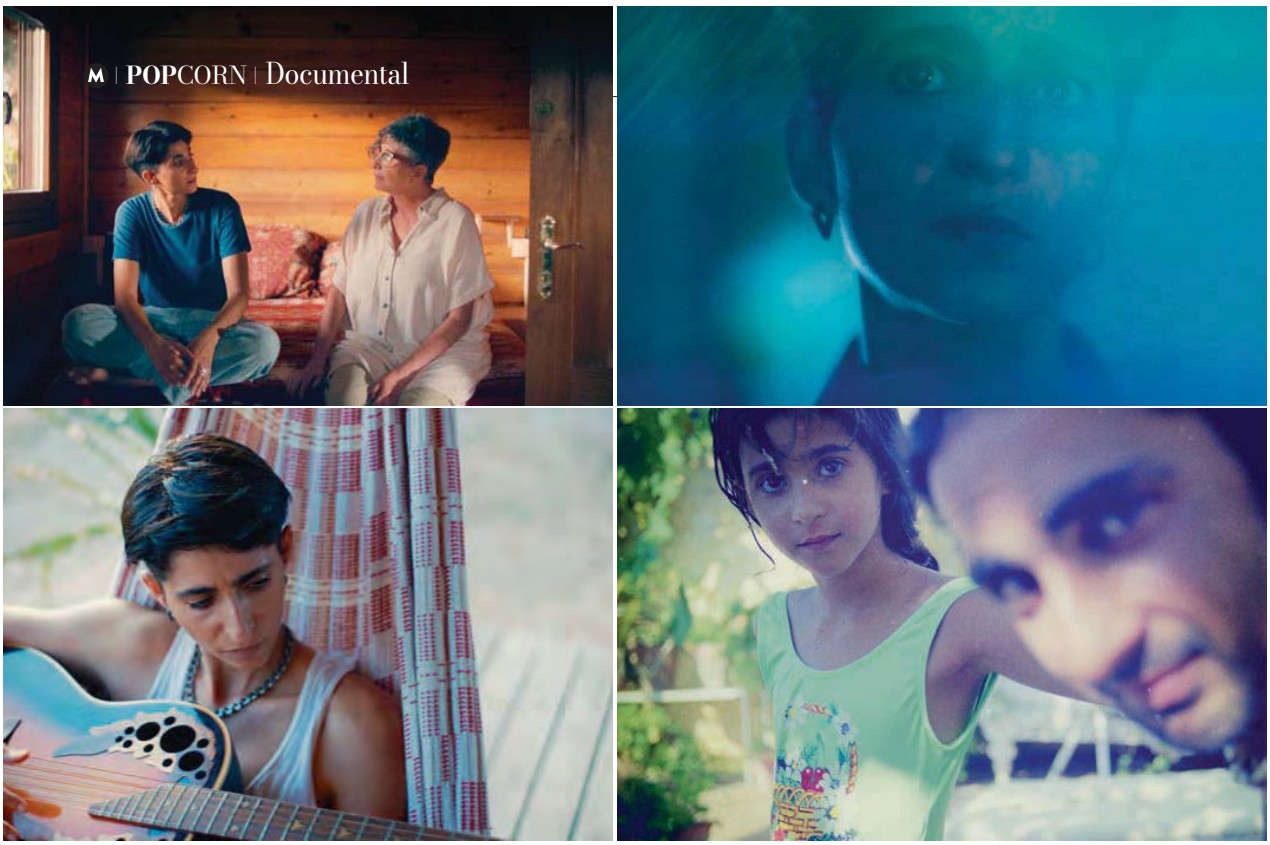
El estreno de Silencio está programado para el 1 de diciembre a través de Movistar Plus+. Esta fecha marca el lanzamiento oficial de la primera serie del director Eduardo Casanova, quien se adentra en el género con un proyecto que fusiona terror, memoria histórica y crítica social. @mundiario

CINEMANIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 13824 €
ÁREA: 526 CM² - 96%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 5648
OTS: 161000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025



Canción de amor a Antonio Flores

Hablamos con la actriz Alba Flores sobre el precioso documental-homenaje ***Flores para Antonio,*** en el que recuerda a su padre junto a Isaki Lacuesta y Elena Molina

POR *Andrea G. Bermejo*

¿Cuál es el punto de partida de *Flores para Antonio*?
Surge de una necesidad, pero, sobre todo, es una necesidad que viene de fuera. De ese público que también se quedó huérfano de mi padre. Es verdad que nosotros, en la familia, hemos ido recibiendo propuestas pero no nos sentíamos preparadas hasta hace muy poco para decidir cómo retratar a mi padre. Era difícil por muchas cosas que se ven en la película. Pero, a raiz del concierto homenaje que le hicimos, tiramos para adelante con eso y ya empezamos a abrir la caja de los recuerdos. Yo creo que se alinearon muchas cosas, también que yo estoy en un momento profesional de mayor solidez, con más criterio. Y en lo personal, a raíz de haber cumplido más años de los que él tuvo en vida, también tengo otro punto de vista de madurez que me permite abordarlo desde otro lugar.

Una de las condiciones que pusiste es que Isaki Lacuesta fuese el director del documental.
Sí. Al principio no quería saber nada de la película, solo quería que la dirijiese Isaki. Pero él desde el principio me dijo que me tenía que meter a saco en la película, que sin mí no concebía hacerlo.

Tu presencia le otorga a la película una honestidad brutal.
Totalmente. Una vez que Isaki me convenció de que tenía que involucrarme pensé "si hago esto lo voy a hacer para que me cambie la vida de verdad". Quería aportarle algo a la memoria de mi padre. Todas las semanas de mi vida alguien me habla de cuánto quería a mi padre, de cómo lo sentía como alguien muy cercano. Y también que el documental sirviese para darle a conocer a esas generaciones que no le conocieron como artista pero cantan sus canciones porque igual les han llegado a través de mi tía Rosario.

Tu familia, empezando por tu abuela Lola Flores, ha estado siempre expuesta a la mirada de España, pero con esta película te apropias del relato, lo haces tuyo.
Sí, para mí era importante contarlo con mi mirada. Y, por supuesto, quería huir del sensacionalismo, de lo cutre. Queríamos intentar honrar el arte porque es lo que a él más le habría gustado. Seguro que lo que más le hubiese preocupado de esta película es quién iba a hacer la música.

¿Cómo conseguiste que tu abuela "no se robase el show"?
Fue lo más complicado porque ella es la creadora de la escuela de no dejar indiferente. A Isaki le pedía que quitásemos secuencias suyas porque si no los espectadores solo iban a querer ver más de esa señora. Era una fuente inagotable de entretenimiento, de diversión, de arte... Mi abuela se entregó mucho a su propia exhibición y a su público.

'Flores para Antonio' **ESTRENO** 28 DE NOVIEMBRE

CINEMANIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 65
AVE: 5760 €
ÁREA: 90 CM² - 40%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 5648
OTS: 161000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025





FLORES PARA ANTONIO

★★★★☆

ESTRENO 28 DE NOVIEMBRE

España / 2025 / 98 min. / A Contracorriente
Dir.: Elena Molina, Isaki Lacuesta **Rep.:** Documental

Han coincidido en el tiempo dos películas con el mismo ADN. Dos historias familiares. Dos homenajes al padre a cargo de dos figuras de gran fama. En ambos casos resulta chocante la exposición pública, la indagación íntima aireada a los cuatro vientos. Pero de igual forma las dos películas te conquistan por su verdad, por su desnudez y valentía. La primera es el documental de Ben Stiller sobre sus padres, *Stiller & Meara,* en el que el cómico y actor rastrea en la relación de sus archiconocidos progenitores sus propias decisiones vitales. La segunda es Flores para Antonio, el emocionante homenaje de Alba Flores a su padre, Antonio.

Codirigido por Elena Molina, el documental es puro Isaki Lacuesta en lo que se refiere a libertad en la puesta en escena, en la estructura, en lo que ocurre dentro de cada plano. Como en su día hizo con Ava Gadner, el director de *Entre dos aguas* y *Segundo premio* proyecta la película como una búsqueda, como una indagación que, cuanto más se expande, más hondo cala en su protagonista, Alba Flores.

La actriz va juntando poco a poco, cuidadosamente, los pedazos del relato sobre la muerte de su padre, sobre sus adicciones, eso que en su familia nunca se verbalizó en un intento de protegerla. El puzzle que termina armando es el mejor homenaje póstumo que podría recibir Antonio Flores, pues en medio de la búsqueda sanadora de su hija se va dibujando un personaje mucho más interesante que el que los medios de comunicación de los 90 nos dejaron atisbar. Pero además, al reformular esa ingente imagen de archivo de la familia Flores (cada vez que sale la Faraona es imposible no pegar un respingo en la butaca), Alba se apropia por fin de un relato que siempre ha sido de todos. **ANDREA G. BERMEJO**

El mejor homenaje que podría recibir Antonio Flores.

magazine

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-22
AVE: 68635 €
ÁREA: 7400 CM² - 259%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 69819
OTS: 375000
SECCIÓN: MAGAZINE

30 Noviembre, 2025





Alba*Flores*

EL DOLOR QUE PERMITE EL QUERER

Texto y fotografía
PAVLO L. GENTO

Lleva un anillo en el meñique, forjado en oro el día que nació su padre. Grabadas en el lomo: las iniciales de **A**ntonio **F**lores. Al igual que el portador para el que se forjó, fallecido un 30 de mayo de 1995, sigue brillando. Desde aquel día de mayo, su hija, Alba Flores, no ha vuelto a cantar. *Una espina se clavó*... y el dolor silenció el querer. Hasta ahora. Su voz ha vuelto a entonar el canto triste y el alegre. Una que, ahora sí, canta con dolor y amor en el mismo acorde. El cómo: haber entregado a su padre las flores que merecía. Una celebración oficiada con toda la familia involucrada en hacer de su dolor lo que siempre fue: una casa de arte. Pero sacar espinas no es fácil.

Lo sabe bien uno de los directores del documental que comparte espina con Alba. El director Isaki Lacuesta perdió a su hija recientemente. Tenía ocho años. Los mismos que tenía Alba en 1995. Compartiendo algo más que visión, ha sido con la de Lacuesta, junto a la de la directora Elena Molina, con la que se ha rodado el proceso de retratar en su máxima la incandescencia de Antonio Flores. El resultado de esa pena hecha copla de amor abre sus pétalos en *Flores para Antonio*. El documental, o más bien crónica audiovisual, explora el archivo personal del creativo y sigue los pasos de Alba preguntando aquello que nunca se atrevió. Ejercicio de honestidad que libera de las espinas a todos aquellos tocados por la flor de Antonio.

En el encuentro dado en un rincón blanco con espejos de reflejo oblicuo, las tres visiones al mando se han sentado para conversar sobre el proceso de encontrar las palabras, los sonidos y las texturas adecuadas. De encontrar a Antonio y Alba. En sus lentes, sus penas y sus estimas, la emoción ha germinado en flor con gesto de sonrisa. La de Alba Flores que *no dudaría en volver a reír*...

¿Cuándo germinó la semilla?

Alba Flores: El origen es que tarde o temprano teníamos que hacer algo sobre mi padre y yo no me he sentido preparada hasta ahora. Noté algo fuerte a partir del momento en el que cumplí la misma edad que habría tenido él, cuando murió. Se abrió un portal y llegó una necesidad interna de comprender más mi propia historia y dignificarla. Recurrí a Lacuesta y Molina porque eran las personas indicadas para poder contarlo. No quería hacer un producto televisivo, quería sensibilidades artísticas para un artista; celebrar su vida y obra entera.

¿Cómo celebrarlo?

Elena Molina: El proceso tomó forma muy naturalmente, pero es verdad que la idea de collage estuvo desde el inicio. Aparte del movimiento, del ritual que Alba necesitó, Ana Villa, Chirro y los colegas más íntimos de Antonio también tenían la necesidad de hacer un concierto.

A. F.: Sí, ahí se abrió la puerta.

E.M.: Fueron las semillas de las que crecieron las flores. Y el momento de regar fue abrir cajas y revisitar materiales que estaban en casa de Ana, en la habitación de Alba cuando era pequeña. Ahí empezaron a salir materiales de todo tipo. Antonio tenía una hiperactividad creativa muy grande.

Isaki Lacuesta: Y de forma muy natural, nos dimos cuenta de que no era una película en tercera persona, es una película de búsqueda en la que Alba busca a su padre y su propia voz. No es una película de entrevistas con bustos parlantes, sino que es una película de conversaciones. Eso hace que, como espectadores, todo el mundo se pueda reconocer en la familia Flores, porque a todos nos han pasado cosas parecidas. Y en este sentido, es una familia más, pero al mismo tiempo una familia muy única y muy excepcional.

¿Qué han descubierto en la búsqueda?

A. F.: No ha sido un viaje racional, creo que ha sido más experiencial. Me he empapado de mi padre; sentir su aroma. Mi gran descubrimiento es todo lo que hay en mí de él y todo lo que quiero que haya en mí de él. »»➤

> Con el documental *Flores para Antonio*, un **sentido** homenaje al genio creativo de su padre, la actriz con el apellido con más **acento** del país ha dejado germinar su voz

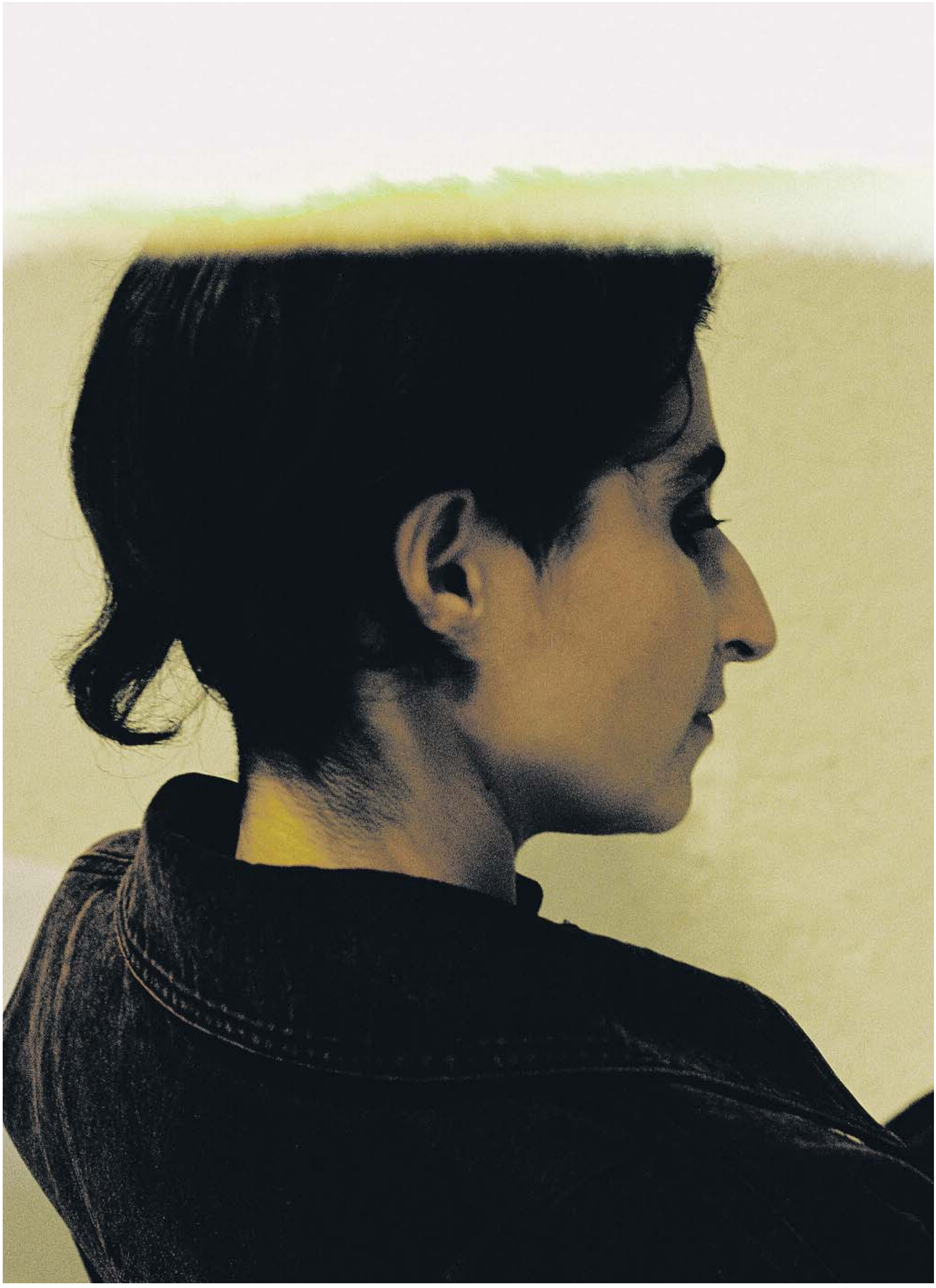
magazine

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-22
AVE: 68635 €
ÁREA: 7400 CM² - 259%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 69819
OTS: 375000
SECCIÓN: MAGAZINE

30 Noviembre, 2025





magazine

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-22
AVE: 68635 €
ÁREA: 7400 CM² - 259%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 69819
OTS: 375000
SECCIÓN: MAGAZINE

30 Noviembre, 2025





"EN LA RAÍZ DEL DOLOR RESIDE SU ANTÍDOTO: EL AMOR"

¿Lo había negado hasta ahora?

A. F.: Lo había congelado. En la película se cuenta algo que tiene que ver con cantar y con haberme quedado bloqueada. Y a través de esta película, siento que se han abierto puertas. Todavía me queda por recorrer el camino que hay dentro de ellas, pero me siento 10.000 veces más libre y completa.

Sin desmerecer su dirección, ¿creen que Antonio les ha dirigido?

I. L.: Nos ha dirigido Alba, más que Antonio. Es una película que hemos hecho para Alba y con la guía de su madre, de sus tías y de toda la familia. Esta película es para ellas. El alma de la película es Alba.

E. M.: Antonio ha inspirado en todo momento. Hemo intentado captar esa hiperactividad creativa y juguetona.

A. F.: Yo iría más allá. Es una película de conversaciones pendientes y creo que hemos tenido una conversación con él en su propio lenguaje, utilizando el lenguaje que él usaba: sus canciones, su manera de mirar la plástica. Ha sido un diálogo.

I. L.: En estos días se habla mucho de transparencia, naturalidad y honestidad a la hora de abordar la vida íntima, las adicciones, los problemas. Y esa honestidad es la que tenía Antonio cuando lo ves en sus archivos, en sus declaraciones televisivas: la transparencia, total. Son temas en los que se ha tardado mucho en poder hablar con claridad. Antonio lo estaba diciendo, pero no había gente preparada para entenderlo en ese código.

¿Consideran que ahora sí?

A. F.: Absolutamente. Incluso tenemos más vocabulario para nombrar las cosas por las que atravesaba esa generación. En cuanto a salud mental, creo que no hemos evolucionado mal. Ahora es más fácil ponerles nombres que no estigmaticen a las personas. El problema puede que condicione o determine de alguna manera, pero no encierra toda tu esencia ni toda tu identidad. En esta película, junto a otras que están surgiendo en este momento, hay una especie de oleaje de querer. De volver a hablar de esas cosas con una nueva mentalidad y perspectiva para poder dignificarlas, quitarles tabú, abrazarlas.

Como la espina con la que todo empieza, "una espina se clavó", canta Alba al inicio...

I. L.: A medida que atravesábamos toda la discografía y creación de Antonio, también fuimos entendiendo las espinas que tuvo a la hora de crear y cómo Alba iba conectando con ellas. Toda la familia dialogaba en comunidad. La película conecta desde lo más humano y universal que son esos silencios y ausencias y cómo poder a veces abrir la boca para gritar o cantar, en este caso, es tan necesario para liberar.

A. F.: En realidad, es el viaje clásico del héroe: salir de casa para buscar fuera, y al final te das cuenta de que el tesoro lo tenías en casa y tienes que volver.

I. L.: Eso pero con rumbas.

E. M.: Había ahí un paralelismo muy fuerte entre la demanda de la familia de que Alba cantase, preguntase, y Alba no cantaba, pero tampoco preguntaba, y eso tiene mucho que ver con abrir, con el silencio.

A. F.: Es bonito. Igual hay que aprender a preguntar antes que aprender a cantar...

¿Ahora cantará, serán esos sus siguientes pasos?

A. F.: Antes te diría rematadamente que no. Ahora: ya vendrá. No tengo prisa. Tengo que recuperar el tiempo perdido conmigo misma en ese sentido. Y tener mi espacio de intimidad creativa para encontrarme. Pero seguramente...

¿Siente que primero ha de tener ese diálogo con su padre para poder tenerlo consigo misma después?

A. F.: Por mucho diálogo que hubiera tenido conmigo misma, hasta no dialogar con mi padre y con mi familia, no podría haber dado el paso para sentirme libre.

Y el dolor, ¿cómo lo ha cantado, cómo lo ha liberado?

A. F.: Ha sido una alquimia complicada. Pero si algo saco en claro es que el dolor no se puede evitar. Se puede vivir con mucho dolor sin que eso te mate de pena. Y me di cuenta de que una de las razones por las que no había podido desbloquearlo es que no había tenido la oportunidad de decir en alto todo lo que quería a mi padre. Si no era capaz de dejarme estar en el dolor, tampoco me dejaba sentir todo el amor. Es duro pasar por la pérdida, pero en la raíz del dolor está su antídoto: el amor. Es muy cursi esto que estoy diciendo, pero es que la vida es cursi a veces. (ríe)



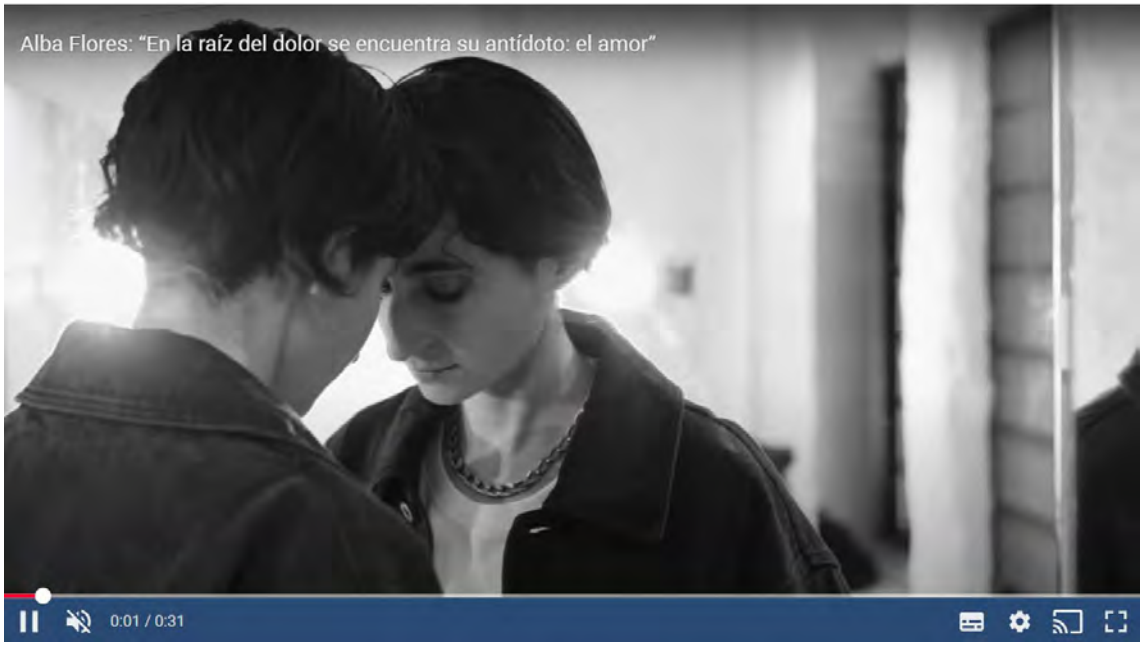
ROCK&ROLL
Tras la premiada 'Segundo premio', Isaki Lacuesta vuelve a retratar el espíritu del rock, esta vez junto a Elena Molina

LA VANGUARDIA
MAGAZINE

SÓNICO

Alba Flores: “En la raíz del dolor se encuentra su antídoto: el amor”

Con el sentido homenaje a Antonio Flores, el documental 'Flores para Antonio' dirigido por Isaki Lacuesta y Elena Molina, la actriz con el apellido con más acento del país ha encontrado su voz



Pavlo L. Gento Trent Studio, Barcelona 30/11/2025 06:55

Lleva un anillo en el meñique, forjado en oro el día que nació su padre. Grabadas en el lomo: las iniciales de Antonio Flores. Al igual que el portador para el que se forjó, fallecido un 30 de mayo de 1995, el anillo sigue brillando. Desde aquel día de mayo, su hija, Alba Flores no ha vuelto a cantar. Una espina se clavó... y el doler silenció el querer. Hasta ahora.

Su voz ha vuelto a entonar el canto triste y el alegre. Una que, ahora sí, canta con dolor y amor en el mismo acorde. El cómo: haber entregado a su padre las flores que merecía. Una celebración oficiada con toda la familia involucrada en hacer de su dolor lo que siempre fue: una casa de arte. Pero sacar espinas no es fácil.

Lo sabe bien uno de los directores del documental que comparte espina con Alba. El director Isaki Lacuesta, perdió a su hija recientemente. Tenía ocho años. Los mismos que tenía Alba en 1995.



En los ecos de su pesar Alba Flores ha encontrado su voz. Ubicación: Trent Studios.

Compartiendo algo más que visión, ha sido con la de Lacuesta, junto a la de la directora Elena Molina, con la que se ha rodado el proceso de retratar en su máxima la incandescencia de Antonio Flores.

El resultado de esa pena hecha copla de amor abre sus pétalos en Flores para Antonio, el documental que explora el archivo personal del creativo, y sigue los pasos de Alba preguntando aquello que nunca se atrevió. Ejercicio de honestidad que libera de las espinas a todos aquellos tocados por la flor de Antonio.

Nota a pie de scroll
sobre el juego de espejos

Nos citamos en Trent Studios. Es en ese blanco dónde el juego de espejos se abre ante nosotros. la conversación fue fluida, algo vibrante por momentos. Emoción suspendida. Y en el reflejo entre uno y otro, dos cristales opuestos, amor y dolor, nos ofreció un encuentro de eco infinito. Un juego donde encontrarse sabido por el reflejo. ¿Cuál de los dos es más verdadero? La respuesta se quedó en el aire, mientras las puertas giraban y sus risas con ellas.

En el encuentro dado en un rincón blanco con espejos de reflejo oblicuo, las tres visiones al mando se han sentado para conversar sobre el proceso de encontrar las palabras, los sonidos y las texturas adecuadas. De encontrar a Antonio y Alba. A través de sus lentes, sus penas y sus estimas, la emoción ha germinado en flor con gesto de sonrisa. La de Alba Flores que no dudaría en volver a reír...



En el viaje documentado en Flores para Antonio, Alba Flores encuentra a su padre en su voz. (Pavlo Gento)

¿Cuándo germinó la semilla?

Alba Flores El origen es que, tarde o temprano, teníamos que hacer algo sobre mi padre y yo no me he sentido preparada hasta ahora. Creo que he madurado, también profesional y personalmente estoy más hecha. Noté algo fuerte a partir del momento en el que cumplí la misma edad que habría tenido él, cuando murió. Se abrió un portal y llegó una necesidad interna de comprender más mi propia historia y dignificarla. Recurrí a Lacuesta y Molina porque eran las personas indicadas para poder contarlo, no quería hacer un producto televisivo, quería sensibilidades artísticas para un artista; celebrar su vida y obra.

¿Cómo celebrarlo?

Elena Molina Aparte del movimiento, del ritual que Alba necesitó, Ana Villa, Chirro y los colegas más íntimos de Antonio también tenían la necesidad de hacer un concierto. De ahí surgieron dos movimientos.

A.F. Sí, ahí se abrió la puerta también.

E. M. De alguna manera, fueron las semillas de las que crecieron las flores. Y el momento de regar fue abrir cajas y revisitar materiales que estaban en casa de Ana, en la habitación de Alba cuando era pequeña, y ahí empezaron a salir un montón de materiales de todo tipo. Nosotros habíamos hablado de trabajar a partir de las canciones, de las letras de Antonio, y que eso fuera el hilo conductor, pero cuando se

empezaron a abrir todas esas cajas, nos dimos cuenta de que no eran solo letras, eran dibujos, maquetas grabadas, experimentos sonoros, polaroids... Antonio tenía una hiperactividad creativa muy grande. El collage era perfecto para hacer justicia a su creatividad e ir entrelazando todos los materiales. Nos permitió que todo su arte estuviera en la película.



"Me he empapado de mi padre, he sentido su aroma", dice Alba Flores en conversación. Ubicación: Trent Studios (Pavlo Gento)

Isaki Lacuesta Nos dimos cuenta de que no era una película en tercera persona, es una película de búsqueda en la que Alba busca a su padre y su propia voz. No es una película de entrevistas con bustos parlantes, sino que es una película de conversaciones. Eso hace que como espectadores todo el mundo se pueda reconocer en la familia Flores, porque a todos nos han pasado cosas parecidas. Y en este sentido, es una familia más, pero al mismo tiempo una familia muy única y muy excepcional. De los primeros influencers antes de que todo existiera.

¿Qué han descubierto en la búsqueda?

A. F. No ha sido un viaje racional, ha sido más experiencial. Me he empapado de mi padre; sentir su aroma. Mi gran descubrimiento es todo lo que hay en mí de él y todo lo que quiero que haya en mí de él.

¿Lo había negado hasta ahora?

A. F. Lo había congelado. En la película se cuenta algo que tiene que ver con cantar y con haberme quedado ahí pillada, bloqueada. Había toda una parte de mi persona importante que estaba muy bloqueada. Y a través de esta película, siento como se han abierto puertas. Todavía me queda por recorrer el camino que hay dentro de ellas, pero me siento 10.000 veces más libre y completa.



La directora Elena Molina, coodirectora con Isaki Lacuesta de 'Flores para Antonio' (Pavlo Gento)

¿Cómo ha sido contar con Silvia Pérez Cruz cómo guía hacía la voz?

A. F. Silvia en realidad es quien me presentó a Isaki Lacuesta haciendo un videoclip que se llamaba Fatherless, precisamente. Ella ha sido alguien que me ha ayudado, desde hace años, me viene ayudando como hermana guía, como maestra. Acudí a ella a pedirle ayuda, y junto a Àngela Furquet, me han dado la confianza para hacer cantar la música de la peli. Sentía que la tenía que hacer yo porque escuchaba a mi padre en mi cabeza decir: "¿Quién va a hacer la música de mi película, que es lo único que me importa." Y yo le decía: "Tranqui, la haré yo con alguien de mi confianza." Y ese alguien de mi confianza resulta que es una de las mejores músicos que tenemos en este país. Tanto con ella como con Alejandro Castillo, diseñador sonoro, hemos usado los experimentos, las rarezas sonoras de cintas almacenadas de mi padre para crear el clima sonoro. Decidí que quería acabar con una canción, en los créditos de la película, que empecé como niña y quería terminar. Me han permitido poder devolver una composición al mundo y a mi padre. Es una alegría que eso pueda suceder.

Elena Molina: En todas las conversaciones que tenía Alba, abría y desbloqueaba algo en las personas con las que hablaba. Era muy valioso. Ha sido muy bonito dejarnos llevar también por lo que la película descubría.

Sin desmerecer vuestra dirección, ¿creen que Antonio les ha dirigido?

I. L. Nos ha dirigido Alba, más que Antonio. Es una película que hemos hecho para Alba y con la guía de su madre, de sus tías y de toda la familia. Esta película es para ellas. El alma de la película es Alba.

E. M. Antonio ha inspirado en todo momento. Hemo intentado captar esa hiperactividad creativa y juguetona.



El director de cine Isaki Lacuesta ha firmado junto a Elena Molina 'Flores para Antonio'

A. F. Yo iría más allá. Es una película de conversaciones pendientes y yo creo que hemos tenido una conversación con él en su propio lenguaje, utilizando el lenguaje que él usaba, sus canciones, su manera de mirar la plástica. Ha sido un diálogo, yo creo.

I. L. En estos días se habla mucho de transparencia, naturalidad y honestidad a la hora de abordar la vida íntima, las adicciones, los problemas. Y esa honestidad es la que tenía Antonio cuando le ves en sus archivos, en sus declaraciones televisivas: la transparencia, total. Son temas en los que se ha tardado mucho en poder hablar con claridad. Y en realidad, Antonio lo estaba diciendo pero no había gente preparada para entenderlo en ese código.

¿Consideran que ahora sí?

A. F. Absolutamente. Incluso tenemos más vocabulario para nombrar las cosas por las que atravesaba esa generación. En cuanto a salud mental, creo que no hemos evolucionado mal. Ahora es más fácil ponerles nombres que no estigmaticen a las personas. El problema puede que condicione o determine de alguna manera, pero no encierra toda tu esencia ni toda tu identidad. Esta película, con otras que están surgiendo en este momento, hay una especie de oleaje de querer. De volver a hablar de esas cosas con esta nueva mentalidad y perspectiva para poder dignificarlas, quitarles tabú, abrazarlas.



De derecha a izquierda, Elena Molina, Isaki Lacuesta y Alba Flores en los reflejos de una nueva visión (Pavlo Gento)

Cómo la espina con la que todo empieza, "una espina se clavó" canta Alba al inicio….

I. L. A medida que atravesábamos toda la discografía y creación de Antonio, también fuimos entendiendo las espinas que tuvo a la hora de crear y cómo Alba iba conectando con ella y toda la familia dialogaba en comunidad. La película conecta desde lo más humano y universal que son esos silencios y ausencias y cómo poder a veces abrir la boca para gritar o cantar, en este caso, es tan necesario.

A. F. En realidad, es el viaje clásico del héroe, salir de casa para buscar fuera, y al final te das cuenta de que el tesoro lo tenías en casa y tienes que volver.

I. L. Eso, pero con rumbas.

E. M. Había ahí un paralelismo muy fuerte entre la demanda de la familia de que Alba cantase, preguntase, y Alba no cantaba, pero tampoco preguntaba, que al final tiene mucho que ver con abrir, con el silencio.

A. F. Está bonito eso, que igual hay que aprender a preguntar antes que aprender a cantar.

¿Ahora cantará, serán esos sus siguientes pasos?

A. F. Antes te diría rematadamente que no. Ahora: ya vendrá. No tengo prisa tampoco. Tengo que recuperar el tiempo perdido conmigo misma en ese sentido. Y tener mi espacio de intimidad creativa para encontrarme. Pero seguramente...



Silueta pura del apellido con más acento del país (Pavlo Gento)

¿Siente que tiene que primero tener ese diálogo con su padre antes de poder tenerlo consigo misma?

A. F. Creo que por mucho diálogo que hubiera tenido conmigo misma, hasta no dialogar con mi padre y con mi familia, no podría haber dado el paso que necesitaba para sentirme libre.

Y el dolor, ¿cómo lo ha cantado, cómo lo ha liberado?

A. F. La película siempre tuvo la premisa de celebrar y no de ahondar en el dolor, atravesarlo, porque para celebrar había que atravesar momentos y conversaciones

dolorosas, pero es una película que siempre partía de: Queremos celebrar la vida de Antonio, queremos celebrar todo lo que Antonio creó en el tiempo que estuvo aquí. Ha sido una alquimia complicada. Pero fíjate que creo que algo que yo por lo menos saco en claro de todo esto, también lo dice mi tía Lolita en un momento, es que el dolor no se puede evitar. Y creo que vivimos en una cultura que realmente es muy infantil y todo va de intentar evitar el dolor. En la propia historia de mi padre eso juega mucho para su parte más frágil. Y algo de lo que yo me he sentido capaz en esta película es de dejarlo estar, porque tampoco pasa nada.

Se puede vivir con mucho dolor sin que eso te mate de pena, que era también uno de los miedos míos de mi infancia. Esto ha sido como enfrentarme al dragón que de pequeña me dijeron que existía, que era que te podías morir de pena. Y al final ese dragón es inofensivo. Lo único que quiere es que lo reconozcas, que le des su espacio y que lo habites en el cuerpo. Me di cuenta de que una de las razones por las que no había podido desbloquear todo esto es que no había tenido la oportunidad de decir en alto todo lo que quería a mi padre y lo que amaba a mi padre, era porque el amor y el dolor estaban bloqueados.

Si no era capaz de dejarme estar en el dolor, tampoco estaba siendo capaz de dejarme sentir todo el amor que sentía por mi padre. Claro que es duro pasar por la pérdida, es duro pasar por el luto, pero es que en la misma raíz del dolor está su antídoto, que es el amor. Es muy cursi esto que estoy diciendo, pero es que la vida es cursi a veces.

Agradecimientos
a nuestros libres radicales

Agradecer con plenitud a la directora de arte Sofia Musolas con su color sobre el lienzo. A nuestro hombre cámara de vídeo imbatible Norman García Solera. A Nico Escorcia García por la complicidad en edición. A Trent Studio por ofrecernos el blanco sobre el que ilustrar y a Ellas Comunicación por las voces ofrecidas.
A quien invierta tiempo y vida en la lectura de nuestras palabras. Abrazos con flores de nácar para todos.



Pavlo L. Gento
Ver más artículos

EL CULTURAL

PAÍS: España
PÁGINAS: 50
AVE: 16125 €
ÁREA: 310 CM² - 75%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: MAGAZINE

28 Noviembre, 2025



DANIEL HIDALGO

Isaki Lacuesta

Es uno de los directores más camaleónicos y celebrados de nuestro cine. Isaki Lacuesta (Girona, 1975) indaga en la figura de Antonio Flores de la mano de su hija Alba en *Flores para Antonio*, documental que llega a los cines este viernes.

¿Qué libro está leyendo?
Envoltura, historia y síncope, de Isabel de Naverán y los poemas completos de Szymborska.

¿Cuál es el libro que más le ha 'autoayudado'?
Entre Montaigne, Diderot, Borges, Michaux y Conrad intentaron enseñarme algo.

Si no hubiera podido dedicarse a esto del cine, ¿qué hubiera querido ser?
Cantamañanas. De hecho, he montado la banda Fantasma Sur, con Alondra Bentley e Ylia y Albert Coma, y ahora estamos presentando en vivo los temas del primer disco, que saldrá el año que viene. De momento podéis ver el vídeoclip de *The Ghost Said*.

Un acontecimiento histórico que le habría gustado vivir *in situ*. ¿Por qué?
El concurso de Cante Jondo en la Granada de 1922. Ahí estaban la Niña de los Peines, Chacón, Falla, el joven Lorca, Gómez de la Serna, el niño Manolo Caracol, Bataille, Neville, Rusiñol… Imagínate qué locura.

¿Qué tipo de viaje propone *Flores para Antonio*?
Es un viaje emocional: una hija, Alba, buscando conocer a su padre Antonio, al que perdió cuando tenía ocho años. Alba y su familia no habían hablado mucho del tema y haciendo la película han descubierto, como dice Lolita, que las heridas se curan hablando.

¿Lo más difícil de rodar *Flores para Antonio*?
Intentar contener las emociones. Pero enseguida vimos que no tenía sentido y les dimos rienda suelta. En la mayoría de los rodajes, el objetivo es conseguir que haya una catarsis. En *Flores* vivíamos dos catarsis por la mañana y otras dos por la tarde.

¿Cuál es su canción favorita de Antonio Flores?
Siete vidas y *La espina*. Cuando salieron, me identificaba con la sensibilidad a flor de piel, con esas metáforas tan explícitas. Y ahora que conozco la intrahistoria, me gustan aún más. Y me vuelven loco los temas que escribió para Rosario; de hecho, uno de mis momentos favoritos de la película es ver a Antonio y Rosario componiendo juntos y felices, mezclando rumba y funky, descubriendo su estilo. Qué maravilla.

Un disco/canción que se ponga en bucle estos días.
Escucho en bucle los seis álbumes de Alondra Bentley.

¿Cuál es la serie que ha devorado más rápido? ¿Diría, por cierto, que es la mejor que ha visto? ¿O es otra?
Mmmm… Podría ser *The Beatles. Get Back* de Peter Jackson, o *Misterios de Lisboa* de Raoul Ruiz. Y echo de menos que alguien se atreva a producir series como los falsos documentales de *Andalucía, un siglo de fascinación* de Basilio Martín Patino. Me encantaría verlo y hacerlo.

¿En qué película se quedaría a vivir y en cuál no aguantaría ni un minuto?
Viviría en el cine de Renoir y no viviría en el de Haneke, lo cual no indica nada sobre sus calidades respectivas.

¿Ha experimentado alguna vez síndrome de Stendhal?
Muchas veces, ante un cuadro de Van Eyck, en un concierto de PJ Harvey… De joven tenía que salirme de sitios maravillosos. Luego descubrí que no sabía respirar bien y estaba hiperventilando.

No se muerda la lengua, díganos algo que ya no soporte del mundillo cultural.
Que se movilice el arte en función de intereses económicos o políticos, en vez de por la felicidad que nos regala.

Un placer cultural culpable.
La verdad sobre el caso Vivès, el cómic de Bastien Vivès.

¿Cuál es la última exposición a la que ha ido? Impresiones…
Estuve hace poco en el Museo de Arte Abstracto de Cuenca, que es un caso de éxito muy insólito, tan atrevido, fructífero y sostenido en el tiempo. Y también visité la Fundación Antonio Pérez, que, con su colección de objetos encontrados, es uno de los museos más inspiradores de España. Sales a la calle mirando diferente, encontrando ideas y belleza en cada esquina.

España es un país…
Hasta que se demuestre lo contrario.

EL PAÍS

ALBA FLORES

Alba Flores abraza a su “niña herida” y recuerda la primera vez que supo de qué había muerto su padre: “Me sentía muy expuesta”

La actriz visitó ‘Saldremos mejores’, de Podium Podcast, con motivo del documental que ha hecho sobre su progenitor, ‘Flores para Antonio’



De izquierda a derecha, la cantante Rosario Flores, la actriz Alba Flores y la cantante Lolita Flores, posan en el Festival de San Sebastián.

El País Madrid - 28 NOV 2025 - 10:00 CET

“Mi primera noticia de todo esto me la dio un niño del colegio, que me lo lanzó para hacerme daño”, explicó Alba Flores (Madrid, 39 años) en el podcast Saldremos mejores sobre la relación de su padre, el cantante Antonio Flores, con las drogas. “Recuerdo tener que volver a mi casa y preguntarle a mi madre: ‘¿Esto qué es y por qué me dicen esto?“, recordó la actriz, que por aquel entonces tenía ”9 o 10 años”, y solo habían

pasado dos desde la muerte de su progenitor, quien falleció de una sobredosis en mayo de 1995. “Mi madre es una grandísima persona y una mujer inteligentísima, y ella lo abordó de una manera muy desestigmatizante”, detalló durante su paso por el podcast de Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras con motivo de la promoción de la película documental Flores para Antonio.

Flores contó también la explicación que le dio su madre sobre lo sucedido: “En la vida hay una cosa que son las drogas, están ahí, se pueden usar para la medicina, para divertirte y, en ocasiones, también dan problemas. Depende de cómo las uses, un cuchillo lo puedes usar para cocinar o para matar a alguien. Esto es lo mismo”. Flores insistió en que su madre explicó muy bien la situación, pero que necesitó más respuestas y que fue un proceso complicado: “Yo luego seguía enterándome de más cosas siempre a través de la gente, de cómo lo habían vivido. Sin tener ni idea. Me dolió mucho como niña porque me sentía muy expuesta, me daba miedo, muy confusa, no sabía muy bien. Fue difícil”.

“Soy de una generación con muchos huérfanos y huérfanas de padres adictos y necesitamos relatarlo”, explicó hace unos meses en una entrevista en EL PAÍS Semanal.



La protagonista de La casa de papel se quedó huérfana de padre el 30 de mayo de 1995, cuando Antonio Flores apareció muerto en la cabaña que se construyó junto a El Lerele, chalé familiar ubicado en La Moraleja.

La actriz ha presentado la película documental Flores para Antonio, “un homenaje” a su padre dirigido por Isaki Lacuesta y Elena Molina. “Es una celebración a mi padre y a mi madre, pero para mí también es un homenaje y un abrazo a esa niña que sale en la peli. Como adulta puedo abrazar a esa niña, que es lo que me toca hacer. Y esa niña herida, la que tengo dentro, igual que todas tenemos dentro una niña herida, tenía ganas de romper una lanza a favor de su propia historia”, remató durante su intervención en el podcast, destacando lo diferente que es que una historia sea dueña de la persona o que la persona sea la dueña de su propia historia.



“Casi no recuerdo nada de esos días. Tenía 8 años y tenían que protegerme, también de la prensa. Lo que he buscado con esta película es conocer a mi padre, que le sirva a mi familia y le haga bien“, contó Flores en la entrevista publicada en este periódico el pasado verano.

En su crítica de la película publicada en EL PAÍS, Elsa Fernández-Santos cuenta cómo el documental sobre el músico es la sinceridad de su hija Alba Flores, quien también ejerce como productora creativa de este proyecto: “Se trata de un ajuste de cuentas hija-padre a través del amor y la memoria, un ejercicio que sale airoso por esa honestidad y por el innato carisma de la primera nieta de Lola Flores”.

ABC CULTURAL

Flores para Antonio: Isaki Lacuesta y Elena Molina regalan a Alba Flores la película de su vida

Los directores estrenan el documental sobre la figura del cantante, que huye de la hagiografía sin disimular su cariño y homenaje a la memoria del protagonista



Elena Molina, Isaki Lacuesta y Alba Flores ordenan material en el rodaje de 'Flores para Antonio'

FERNANDO MUÑOZ
Madrid



28/11/2025
Actualizado a las 09:47h.

SEGUIR AUTOR

Todo empezó con una llamada que proponía un reto: el de arriesgarse a entrar en la memoria de una familia de la que toda España creía conocer sus secretos y la de una muerte de la que nadie parecía querer conocer la verdad. La familia son los Flores, siempre a la sombra de la faraona Lola, y la memoria que recuperar la del genio Antonio. El encargo lo propuso Alba, la hija que quería poner luz sobre aquellos años tumultuosos. Y allí apareció Isaki Lacuesta, que dijo sí a la aventura por amistad con Alba, y después Elena Molina, que no se lo pensó cuando recibió el mensaje de Isaki. Y así nació 'Flores para Antonio', un documental sobre la figura del cantante que huye de la hagiografía sin disimular su cariño y homenaje a la memoria del protagonista.







«El primer pensamiento fue de ganas de hacerlo por amor a Alba. Por amistad con ella», recuerda Isaki Lacuesta. Elena Molina lo corrobora: «Me escribió Isaki y me dijo «¿puedes hablar?». Estaba en Praga, miré el calendario y pensé: da igual lo que sea, sí». Ninguno de los dos sospechaba que aquella llamada iba a convertirse en cuatro años de trabajo, literalmente, terapia familiar filmada.

Porque Flores para Antonio no nació como documental clásico. Al principio, Lacuesta y Molina pensaron en un recorrido cronológico a partir de las canciones de Antonio. «Las primeras páginas que escribimos partían de sus letras», cuenta Molina. «Todas son autobiográficas, así que nos parecía que podíamos contar su vida canción a canción». Ana Villa, viuda de Antonio y madre de Alba, empezó a mandar audios por WhatsApp explicando el contexto de cada tema: «Esta la escribió cuando…», «Esta otra la grabó enfadadísimo porque…». Aquello parecía un método seguro.

Pero cuando empezaron a abrir cajas de archivo y a sentar a la familia delante de la cámara, el proyecto dio un vuelco. «El gran cambio fue progresivo», reconoce Lacuesta. «Nos dimos cuenta de que no era una película en tercera persona. Era la película de Alba buscando a su padre». De pronto, la estructura saltó por los aires. Ya no se trataba de explicar a Antonio Flores al público, sino de acompañar a su hija mientras se atrevía a hacer preguntas que llevaba décadas posponiendo.

Ese giro convirtió el rodaje en algo parecido a un proceso terapéutico colectivo. «Alba siempre dice que éramos muy finos diciendo que eran 'conversaciones'», ríe Molina. «Eran discusiones acaloradas, bonitas pero intensas». En una de esas sesiones, Marian, amiga íntima de Antonio y autora de muchas de sus fotos y videoclips, le enseñó a Alba una grabación doméstica: la primera vez que la niña, con apenas ocho años, cantó junto a su padre. Alba se emociona visiblemente en pantalla. «Ahí entendimos que el concierto final no era una excusa argumental», explica Lacuesta. «Era la clave: Alba había dejado de cantar el día que murió Antonio porque el peso de la expectativa la había dejado sin voz». Literalmente.

El bloqueo no era solo musical. Era también emocional. «En la familia Flores cantar es la principal vía de comunicación», apunta Molina. «Y Alba había perdido la suya». El documental se convirtió, sin buscarlo, en la historia de alguien que recupera la voz para poder preguntar, para poder cantar y para poder despedirse.

«Nadie me quiere contar el lado oscuro de papá»

Alba Flores

Uno de los temas más delicados fue, precisamente, cómo hablar de las adicciones de Antonio. «Desde el principio Alba expresó que quería una película muy sincera, como es ella y como era su padre», recuerda Lacuesta. «Si nos hubiera dicho que prefería esconder cosas, probablemente no habríamos hecho la película». Pero la sinceridad chocaba con la protección instintiva que amigos y familiares habían ejercido durante décadas. En pantalla se ve a Alba quejándose: «Nadie me quiere contar el lado oscuro de papá». La gente callaba por amor, por pudor, por miedo a hacer daño.

La solución llegó tarde, casi al final del montaje. Las versiones sobre las circunstancias de la muerte de Antonio eran contradictorias y el dolor había fabricado recuerdos distintos para cada uno. «La autopsia siempre estuvo a nuestra disposición», cuenta Lacuesta. «Al principio ni la queríamos. Pero cuando vimos que había lagunas irreconciliables dijimos: hay que tenerla». Esa noche Elena Molina no durmió. «Pensé: ay, no sé si está bien haber dicho que ha llegado el momento». Pero fue sanador. Alba pidió el documento, lo leyó en cámara y, por primera vez, la familia pudo hablar sin filtros de lo que realmente ocurrió el 30 de mayo de 1995.

Porque hay algo extremadamente curioso en la familia Flores. En esas grabaciones familiares privadas, íntimas, se les ve jugando, cantando, interpretando telenovelas como las que estaban de moda en la época, pero no recuerdan conversaciones profundas. Sin embargo, luego en la televisión nacional, frente a millones de españoles, hablaban de todos los temas escabrosos. Es impresionante ver la grabación de un programa de Nochevieja en el que Lolita le pregunta en antena a Antonio si eso de las drogas ya lo va a dejar de lado, y él asegura que ya está limpio y centrado en las nuevas composiciones.

La sombra de la Faraona

Otro reto fue Lola Flores. «En montaje bromeábamos con que Lola tenía que ser una mosca, pasar por un sitio y otro pero no hacer demasiado ruido», cuenta Molina riendo. «Venía un ratito, decía lo suyo y se iba. Porque si no se robaba el show entero». La Faraona aparece lo justo para entender el contexto, pero nunca eclipsa a su hijo. «Alba tenía muy claro que la protagonista era la relación con su padre, no la sombra de su abuela».

Porque el documental también es un retrato generacional sobre el peso de un apellido. Antonio, Lolita y Rosario empezaron firmando como González, huyendo del «hijo de». Antonio quería ser rockero, estaba conectado con la movida, pero la prensa y parte del público no le tomaban en serio y él , al final, peleó por encontrar su voz. «Hoy lo llamamos nepo baby y se rechaza frontalmente», reflexiona Elena. «En los ochenta y noventa era igual, pero sin nombre».

«Todos tenemos silencios pendientes en casa. Cosas que no preguntamos por miedo a la respuesta. Esta película invita a enfrentarlos»

Elena Molina

Lo más sorprendente, quizá, es cómo la película funciona incluso para quien no conoce la saga. Elena Molina lo comprobó con su pareja italiana: «No sabía quién era Lola ni Antonio ni Alba. Y lloraba igual». Porque, más allá de la música y del apellido, 'Flores para Antonio' es la historia universal de una niña que se quedó con ocho años sin padre. «Todos tenemos silencios pendientes en casa», dice Molina. «Cosas que no preguntamos por miedo a la respuesta. Esta película invita a enfrentarlos».

En el concierto final, Alba canta por primera vez las canciones de su padre acompañada por su tía Rosario. «No queríamos hacer una peli terapéutica, pero un poco ha salido», bromea Molina. «Es sanadora», remata Lacuesta.

infobae

Isaki Lacuesta y Elena Molina codirigen ‘Flores para Antonio’, el viaje del duelo de Alba Flores por su padre: “Si él viera la película, lo primero que haría es abrazar a su hija”

‘Infobae’ entrevista a los directores, que homenajean al artista 30 años después de su muerte. “Me parece muy interesante hacer la lectura de lo que fue la familia Flores en un momento en el que no existían ni las redes sociales ni las palabras ‘influencers’ o ‘nepobaby’”, relatan

Por **Elena L. Villalvilla** 29 Nov, 2025 05:00 a.m. ESP



Isaki Lacuesta y Elena Molina responden qué creen que diría Antonio si viera la película

Alba Flores tiene actualmente 39 años, seis más que los que tenía su padre, Antonio Flores, cuando falleció el 30 de mayo de 1995. Él tenía 33, ella 8. Ha tardado tres décadas en cerrar la herida que le supuso su muerte. Ese proceso ha culminado en Flores para Antonio, la película documental donde la actriz, activista y productora se atreve a abrir los cajones de su memoria familiar para reconciliarse con su ausencia. El largometraje, dirigido por Isaki Lacuesta (Segundo premio) y Elena Molina (Remember my name), original de Movistar Plus+, llega a los cines este 28 de noviembre.

El proyecto, que nace de la propia Alba, se articula a través de imágenes familiares, vídeos inéditos y entrevistas donde el espectador conoce y reconoce las luces y sombras de Antonio, desde su camino en la música, su etapa como actor o su batalla con las drogas. “El impulso nace cuando se da cuenta de que va a ser mayor que su padre. En una fiesta de cumpleaños hace un ritual para pedirle permiso para envejecer”, explica el director en conversaciones con Infobae España. “Como su madre quiere hacer un concierto homenaje [que tuvo lugar el 24 de noviembre de 2023], ella se plantea hacer esta película documental como una canción de amor hacia Antonio”, añade el cineasta, ganador de dos premios Goya por Un año, una noche (2023) y Segundo Premio (2025).



Alba Flores con su padre, Antonio Flores, en 'Flores para Antonio'.

Sin embargo, la película comenzó tomando como eje las letras de Antonio, con la intención inicial de trazar un retrato desde su música, destacando su faceta como compositor. Pero, a medida que Alba avanzaba por esos textos, emergió su batalla personal con su duelo y las conversaciones que tenía pendientes con su familia respecto a la muerte de su padre. “No hubo un cambio, sino que se entrelaza esa búsqueda y ese duelo no resuelto, no solo de Alba, sino de toda la familia”, explica Molina.

Uno de los puntos clave por el que navega la cinta es la relación de la artista con su propia voz. “Es una niña que cantaba mucho”, explica Lacuesta. “A raíz de la muerte de Antonio, deja de cantar porque le pesa demasiado y hay demasiada expectativa. A medida que va encontrando a su padre, ella

va recuperando su capacidad de cantar". De hecho, la cinta arranca con Alba intentando cantar Una espina, una de las canciones más famosas de su padre. "La canción es el reflejo de las heridas que mi padre compartía con su madre y yo veo ahora el reflejo de las mías con él. De momento, no puedo cantarla entera en público", relató hace unos meses la artista a Esquire.

Un viaje en compañía de los Flores, Joaquín Sabina o Silvia Pérez Cruz

La transparencia fue una guía. Tanto Alba como la familia Flores fueron claras respecto a qué querían contar. Incluso en las partes más duras de la vida de Antonio, como su adicción a las drogas, se optó por "ser transparente". Lacuesta lo explica así: "Nos preguntábamos con Alba de qué forma abordar esa parte. Y el ejemplo fue él mismo, que en las entrevistas siempre contaba realmente lo que le ocurría".



"No eran límites, pero sí que todo lo hablábamos mucho", reflexiona Molina. "No queríamos que en ningún momento fuera una película lacrimógena o que buscase una emoción forzada, porque ya estábamos tratando con un material y unas emociones muy complicadas. Para Alba era muy importante entender a su padre, y para eso había que entender el contexto, cómo él había vivido todo eso". "Todo se puede contar. La cuestión es cómo contarlo", resume el director.

Para ello, la actriz está acompañada por su madre, Ana Villa; sus tías Lolita y Rosario; sus primos, como Elena Furiase; y un grupo de amigos incondicionales de su padre, como Joaquín Sabina, Silvia Pérez Cruz o Antonio Carmona, que arrojan una mirada sobre el artista y el hombre detrás del mito.



Elena Molina, Isaki Lacuesta y Alba Flore

Trabajar con la familia Flores podría parecer, desde fuera, todo un desafío, pero el verdadero reto fue cuadrar las agendas. "Ha sido muy divertido, muy emocionante y muy fácil", dice Molina. Para evitar imponer dinámicas ajenas, decidieron que el rodaje se adaptara a la familia, y no al revés. "Queríamos romper la relación que tienen con los rodajes, porque están muy acostumbradas a trabajar en televisión. Queríamos que esta película fuera a sus vidas", explica Molina. Por otro lado, Lacuesta afirma que "a veces hablamos de la familia Flores como si fuera un paquete". "Cada persona tiene una voz muy distinta y muy particular. Yo creo que eso es lo que las hace grandes y tan imperecederas".

Sobre los entresijos de la familia, Lacuesta señala que el público y las nuevas generaciones "van a encontrar cosas nuevas, pero los que ya somos mayores y nuestros padres también". "Muchas veces no se trata de encontrar exclusivas y cosas nunca dichas, sino de ordenar discursos".

"A mí me encanta pensar que se lo pasaría muy bien viendo el documental"

En ese sentido, la película también ilumina una figura esencial del universo Flores. "Es muy interesante descubrir a Lola, la sombra larga de Lola sobre Antonio, Lolita, Rosario... Qué significa haber sido 'hijos de'", explica Elena Molina, ampliando el espectro del relato. Y añade un puente directo hacia el presente: "Me parece muy interesante hacer la lectura de lo que fue la familia Flores en un momento en el que no existían ni las redes sociales, ni la palabra influencers, ni la palabra nepobaby. Es entender desde otro lugar algo que estamos viviendo ahora".

Funciona, además, como documento histórico. Recupera instantes televisivos difíciles de imaginar a día de hoy. “Hay momentos que aparecen en la película que hoy quizá no pasarían. Por ejemplo, en un especial de Nochevieja, Antonio y Lolita hablando sobre la adicción de Antonio. Yo no sé si eso hoy en día pasaría cuando estamos en la era del autobombo en las redes”.

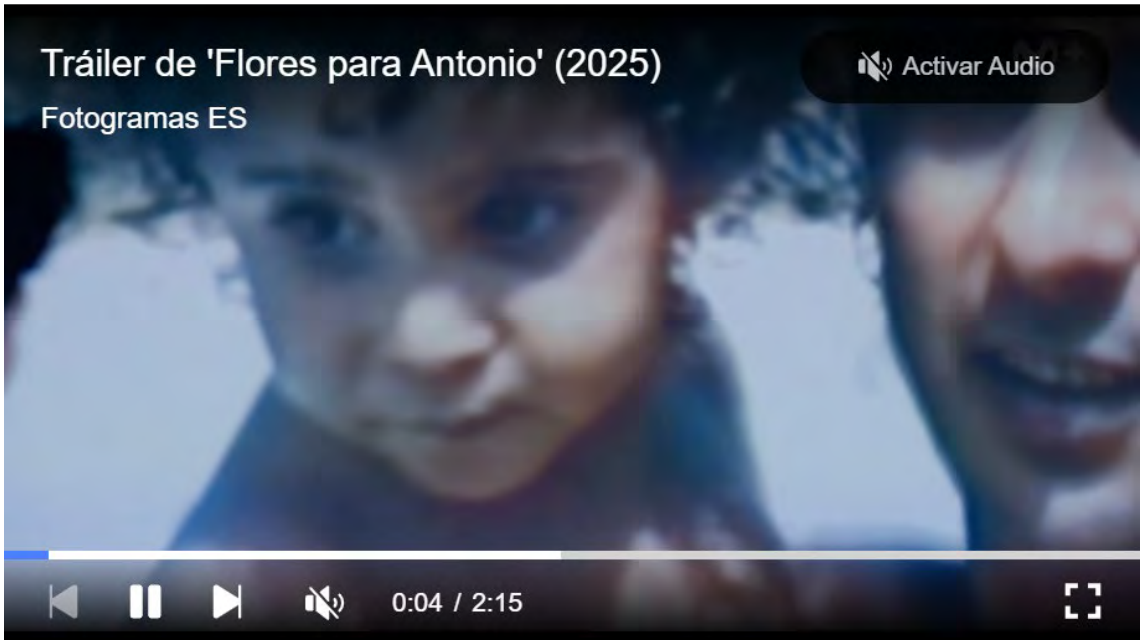
La última pregunta se impone sola: ¿qué diría Antonio si pudiera ver la película? Lacuesta responde sin dudar: “Seguramente lo primero que haría es abrazar a Alba, porque la película es un abrazo hacia él por parte de su hija y creo que él la correspondería”. Molina añade una capa más luminosa y juguetona: “A mí me encanta pensar que se lo pasaría muy bien, que cuando viera su Conan animado se partiría de la risa y lo disfrutaría”, explica sobre los vídeos caseros, fotos, dibujos, imágenes de archivo y su propia música.

Esquire

Alba Flores, sobre la canción que Antonio Flores le dedicó a Lola Flores en 1994: "Es el reflejo de las heridas que mi padre compartía con su madre y yo veo ahora el reflejo de las mías con él"

Un viaje íntimo donde la memoria familiar y la música se entrelazan para transformar el dolor en conexión y homenaje

Por **Gustavo Higueruela** Publicado: 30/11/2025



Es complicado explicar con palabras el amor de una madre por un hijo o viceversa. Hablamos de una persona que da vida y, desde el punto de vista del vástago, de la persona que te trajo al mundo. Por desgracia, esto es algo que algunos solo entienden esto cuando pierden a su madre. Dicho esto, y antes de meternos en materia, recomiendo a aquellos que tengan la suerte de tener a sus madres, que vayan a abrazarlas, a decirles que las quieren o, si no están a tu lado, les llamen y les hagan saber lo importantes que son en sus vidas.

La vida es así, queridos. Y es algo que nos dejó claro Alba Flores durante nuestra entrevista con motivo del estreno del documental Flores para Antonio, en cines desde el 28 de noviembre. La actriz nos recibió con esa cercanía y honestidad que siempre transmite, lista para hablar de un proyecto muy íntimo, en el que la memoria, la herencia familiar y la emoción se entrelazan de forma poderosa.

El documental se abre con la voz de Alba cantando Una espina, una canción profundamente ligada a la relación de su padre con su propia madre. Según nos contó, elegir ese tema no fue fácil para ella:

> **La elegimos aún sabiendo que cantarla iba a ser la más difícil de su repertorio para mí. La canción es el reflejo de las heridas que mi padre compartía con su madre y yo veo ahora el reflejo de las mías con él. De momento, no puedo cantarla entera en público.**



Lola Flores, en su casa de Madrid con sus hijos Lolita y Antonio, en 1963.

Alba reconoce que mostrar sus dificultades no es sencillo:

> **Es lo que pretendía: mostrar mi dificultad, a pesar de que siempre da vergüenza mostrar lo que no puedes hacer. Pero enseñarlo también es sano, valioso y bonito. Eso es lo que he aprendido en mis muchas terapias, donde he conocido a gente que ha sido muy generosa conmigo contándome sus experiencias de vida y sus dolores. Lo justo y lo bueno para mí era compartirlo también, aunque este documental es, ante todo, un homenaje a mi padre.**



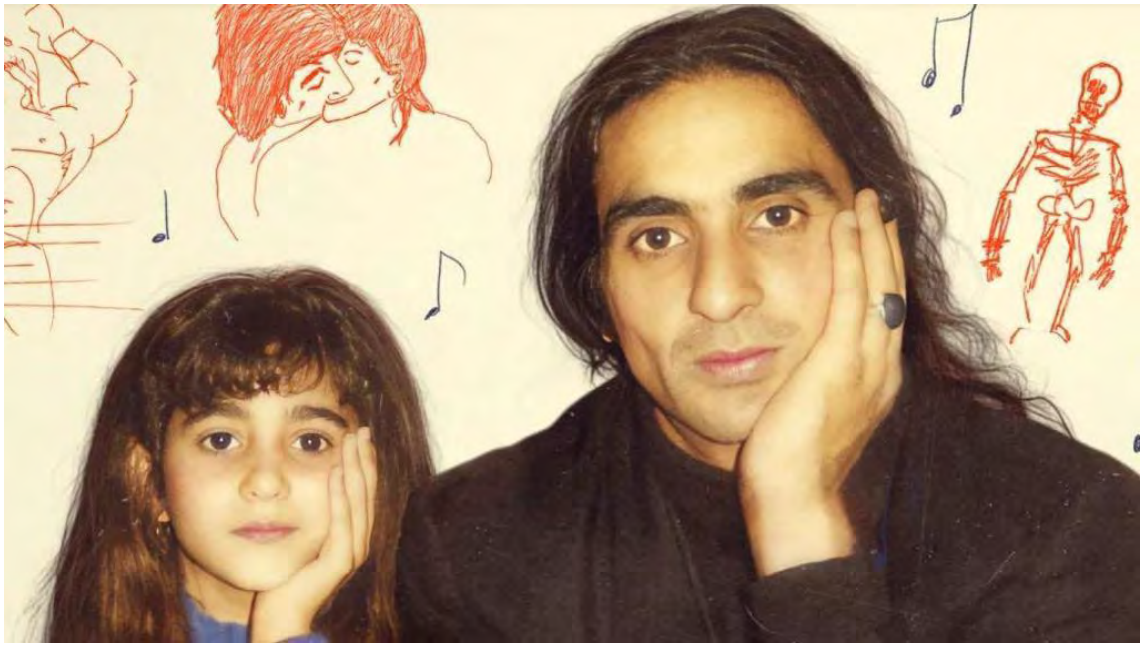
Alba Flores, en la sesión de fotos para Esquire. Pablo Sarabia

Flores para Antonio se convierte así en un viaje emocional que va más allá de la música. La interpretación de Alba transforma el dolor y la memoria de su familia en un acto de conexión y sanación, donde nosotros, los espectadores, podremos sentir tanto la fuerza del legado de su padre como la profundidad de su vínculo con él.

Así, nos demuestra que enfrentarse a las propias heridas, mostrar la vulnerabilidad y compartirla públicamente puede ser, al mismo tiempo, un homenaje y un regalo para quienes la escuchamos.

EL ESPAÑOL

Jaleos del Corazón



Alba y Antonio Flores.

FAMOSOS / DOCUMENTAL

Cómo fueron los últimos 15 días de vida de Antonio Flores y los datos inéditos de su autopsia: lo que revela su documental

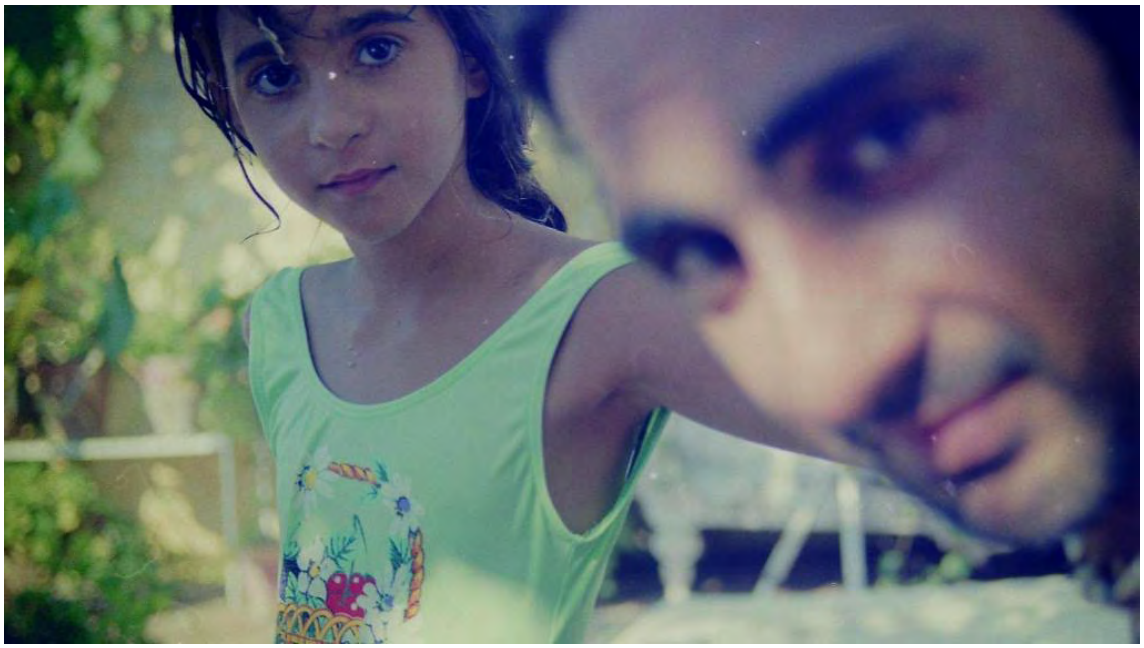
- En la película 'Flores para Antonio', toda el clan Flores hace un recorrido por la biografía del cantante, que murió cuando su hija tenía ocho años.

Alina Varela 29 noviembre 2025

"Sabe Dios lo que pasó.... Tú sabes cuál es mi dolor. Por favor dame calor". La escena de Alba Flores (39) cantando a la guitarra Una espina, uno de los grandes éxitos de su padre, Antonio Flores, es la poderosa imagen con la que arranca el documental Flores para Antonio.

La cinta, basada en la vida del hijo mayor de Lola Flores y Antonio González El Pescaílla, realiza una mirada íntima a la biografía del cantante. Quienes hablan de él son las personas que más le quisieron: sus hermanas, Rosario (62) y Lolita Flores (67), su exmujer, Ana Villa (52), artistas y amigos como Joaquín Sabina (76), Antonio Carmona (60) o Joaquín Sabina (76) y su única hija.

"Estaba un poco enfadada con él cuando se murió. Fue como de los últimos recuerdos con él", relata la actriz. La heredera del imperio Flores, la saga artística con más poderío de nuestro país, tenía apenas 8 años cuando el cantautor perdió la vida en las circunstancias más tristes.



Antonio Flores, con su hija Alba. Movistar Plus+

"No fui a su funeral"

Fue el el 30 de mayo de 1995 cuando Antonio Flores murió a los 33 años en la casa familiar de El Lerele, en Madrid. La causa de su fallecimiento fue una sobredosis. Tenía el alma rota.

Y es que, dos semanas antes había perdido a su progenitora, Lola Flores. Un cáncer de mama que le habían diagnosticado más de 20 años antes arrebató su último aliento.

El deceso del cantante tuvo lugar hace ya dos décadas. Su marcha fue un verdadero zarpazo para la familia Flores. En un plazo de tan solo 14 días se quedaron sin la matriarca del clan y sin el primogénito.

Su genio y su carisma fueron un verdadero referente para sus hermanas. Lamentablemente, su única descendiente no pudo disfrutar de su corazón y su duende.

"No me despedí, no fui al funeral. Hasta que no fui mayor no fui a verlo al cementerio", recuerda en esta producción de LACOproductora para Movistar Plus+. No tiene recuerdos del día que murió su padre: "Me hubiera gustado preguntarle tantas cosas".

Cuando está a punto de cumplir 40 años, la nieta de La Faraona ha podido recolocar las piezas más importantes del puzzle de su vital gracias a esta película. En ella realiza una retrospectiva hacia sí misma. Hacia sus orígenes.

La otra gran protagonista de este trabajo, dirigido por los cineastas Isaki Lacuesta y Elena Molina, es Alba Flores. Por primera vez en su vida se ha puesto delante de las cámaras para meterse dentro de su propia piel.

Y se ha rodeado de la familia y amigos de Antonio con el fin de "comprenderlo a él y a su manera de vivir". Todo ello en un trabajo que traspasa la pantalla. Es ejercicio de honestidad. Sincero. Íntimo. Sin dramas.



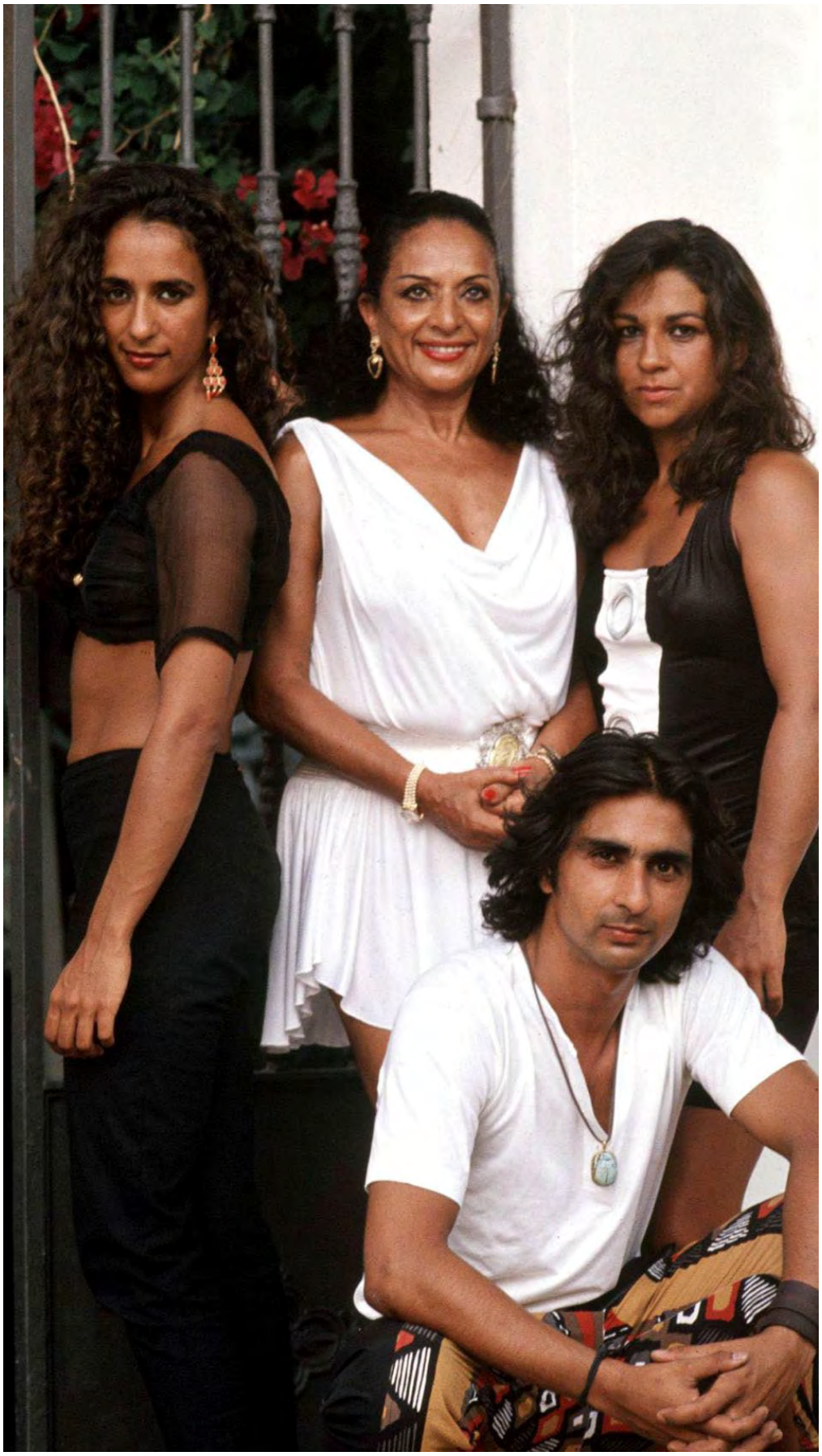
Antonio Flores, con su hija Alba. Movistar Plus+

"El estigma de las drogas"

Alba Flores se pregunta una cuestión que ha rondado su cabeza desde la infancia: "Me gustaría poder entender un poco más qué le atraía de eso, qué era lo que le aportaba".

En una charla con el músico argentino Ariel Rot (65), la actriz le pregunta cuál es el atractivo de las drogas. Qué gancho tan poderoso tuvieron ciertas sustancias para que acabaran con su padre.

Este le responde: "No quiero hablar de los beneficios de la heroína. Pero creo que le daba cierta calma. Le hacía olvidarse un poco de quién era y de cómo lo veía la gente".



Antonio Flores, con su madre y sus hermanas, en una imagen de 1980. GTRES

Su madre, Ana Villa, también la ayuda a descifrar este enigma: "El problema está ahí: él descubre que hay cosas que calman su ansiedad permanente".

Alba tiene claro que el consumo de estupefacientes de su progenitor ha sido el capítulo de su vida que más le ha costado comprender: "Lo que más me ha afectado de que la historia mi familia sea pública es el estigma de las drogas".

En su caso, ha sufrido bullying en el colegio, en parte, por este asunto: "Cuando la gente me quiere atacar, se me atacaba con eso muy fuertemente. Creo que hace falta mucha comprensión en eso porque somos una generación que compartimos una historia. Nuestros padres fueron de aquella época y vivieron esas cosas".

Las adicciones de Antonio Flores

Alba Flores nació el 27 de octubre de 1986. Estaba a punto de cumplir nueve años cuando, hace dos décadas, su padre dejó este mundo, abatido tras morir su madre. Lo mató un cóctel explosivo de drogas.

Drogas que, tal y como ha recordado Ana Villa, empezó a tomar siendo adolescente, cuando hizo el Servicio Militar: "En la mili se ponían todo. No solo hachís, también heroína. Había un meneo que no te puedes imaginar... Fue el periodo en el que peor estuvo".

La que fuera esposa de Antonio Flores rememora que entonces, el artista "quedó muy tocado en todos los sentidos y tuvo que ir a un centro de desintoxicación". Por suerte, tras su paso por una clínica "salió perfecto".

Después de eso hubo épocas mejores. Y más dulces. Pero las recaídas no tardaron en llegar. El periodo más crítico se produjo en los años noventa, poco después de llegar los mayores triunfos de su carrera.

El disco De Ley, de Rosario Flores, lanzado en 1992 y compuesto íntegramente por él, dio paso a un tiempo de de gloria. Profesionalmente, por fin se reconocía su talento como compositor.

La cosa iría aún a más tras editar el álbum, Cosas mías, en 1994. Fue un auténtico boom en las emisoras de radio, salas de fiesta y escenarios del país.

Entonces le llovieron los contratos, los bolos y los encargos. Uno de ellos: la canción Abril que compuso para el lanzamiento del perfume homónimo de Victorio & Lucchino.

La fragancia se promocionó en un anuncio millonario protagonizado por la súpermodelo Elle MacPherson (61) y dirigido por Roman Polansky (92). Los versos "así se siente abril" fueron repetidos hasta la saciedad en la pequeña pantalla.

"Era boli, papel y ponerse a tocar sin tener discográfica, sin tener de nada", ha destacado Antonio Carmona (60) sobre el ingenio de Antonio. Tal era la admiración que sentía hacia él que incluso emuló su aspecto físico: "Me dejé el pelo largo, me quería parecer a él".

Pero Antonio no terminó de creerse nunca su valía. Vivió sus éxitos con inseguridad. "Él cuestionaba todo el rato su valía, como músico y como compositor... Pensaba que no valía un duro. Se sintió más presionado a raíz del éxito de su hermana", destaca Ana Villa.

"No sé si le vino bien en ese momento entrar en ese frenesí del éxito. Una persona que tiene ciertas debilidades en el momento que se estresa se pone en riesgo. Me he preguntado si estaba psicológicamente preparado para eso", cita en el documental.



Primeras imágenes del documental de Antonio Flores dirigido por Isaki Lacuesta

La historia de amor de sus padres

Ana y Antonio se conocieron en un bar. En aquel lugar iban a dar un premio a Lola Flores. El flechazo fue inmediato. "Acabamos tu padre y yo enrollándonos en casa de Juanito el Golosin", detalla ella en la cinta. "Me di cuenta de que era mi novio al día siguiente".

"Teníamos unos orígenes parecidos", añade. El padre de Ana formaba parte del círculo del "Yayo", como llamaban a El Pescaílla. Y sus respectivas familias tenían casa en Marbella.

"Era una chica que gustaba mucho desde hace mucho tiempo. Yo estaba muy mal, muy deprimido, muy enganchado, sin saber quién era, si era el hijo de Lola Flores, si era músico, si era cantante, sin saber quién cojones era", confesó Antonio Flores en una entrevista con Julia Otero (66) en Televisión Española.

"Ella me acogió, me dio amor, nos enamoramos. Estuve un año y pico desenganchado", añadía. La acogida de sus cuñadas no pudo ser mejor. La trataron "como una hermana más desde el minuto cero".

Una familia de "amor" y "alegría"

A Ana no le costó integrarse en la familia. En ese hogar, en palabras de Rosario, reinaba, "la alegría". Y, tal como ha recordado el propio Antonio Flores, se respiraba "amor".



Lolita, Antonio Flores y Rosario Flores en una imagen del año 1990.

"Mucho de lo que cuenta en sus canciones tiene que ver con nuestra historia. Yo me sentía muy conectada con todo lo que escribía", cuenta la que fuera compañera de Antonio ante las cámaras.

El día que nació Alba, según Ana, "mi suegro venía con una tortilla de patatas del bar y una botella de vino. Pasó toda España por esa habitación a conocer a la nieta de Antonio Flores... Tu abuela se había encargado de promoverlo por todos los lados".

Todo parecía alboroto y felicidad en el clan. Pero para el cantante fue una emoción demasiado grande. No lo supo gestionar. Del mismo modo que tuvo dificultades para asimilar sus victorias musicales, lo mismo le pasó con su vida personal. El nacimiento de su hija Alba le provocó una recaída.

"Nace mi hija y algo se pasa por mi cabeza. Estoy en el parto, la vi nacer. Me flipé y ese día tomé. Tarde o temprano me volvió a coger la serpiente", relató en su charla con Otero en la cadena estatal.

Con los años, a Ana Villa se le fue haciendo cada vez más difícil compaginar la vida familiar con las adicciones de su marido. Llegó a convivir con él en una clínica de desintoxicación: "Estuve 25 días encerrada con él en una habitación. Todo esto sin ti. Era tremendo. Esto solo lo sabe quien lo haya vivido".

Finalmente decidió separarse: "Estaba tan mal que me dijo: "Sí, vete, que es lo mejor para los dos".

El talento de Alba Flores para cantar

Uno de los aspectos que se trata en el documental de Antonio Flores es el innegable talento de Alba para la música. En la producción rescata un vídeo doméstico en el que entona melodías mientras su padre toca algunos acordes: "Fue el primer día que canté en mi vida".



Alba Flores toca la guitarra, en una escena del documental 'Flores para Antonio'. MPlus+

Rota en llanto, reconoce ante sus tías: "No sé por qué no he cantado después". Rosario le recordaba que siempre la animó a cantar, aunque la reacción de su sobrina era el enfado.

"Cuántas veces te he dicho 'canta'... Si ya cantabas desde chiquitita, vida mía... Me cantaste Pena penita, pena por blues y yo casi me rompo la camisa contigo. Yo flipé contigo ese día", subraya la artista.

"Lo sé, pero luego me resultó muy difícil. No sé si me sentía obligada o también sentía un hueco muy grande, como que yo tenía que llenar. Eso me daba mucho susto", confiesa, entre lágrimas.



Rosario y Lolita Flores, en una escena del documental 'Flores para Antonio'. Movistar Plus+

En una escena del filme, Ana Villa da algunos consejos a Alba antes de participar en un concierto en homenaje a su padre en el Palacio de Vistalegre, en Madrid, en noviembre de 2023: "No se trata de cantar increíble, se trata de cantar con todo el amor que tienes".

Rosario, a Alba: "Él está en tus ojos"

Otro de los testimonios más bonitos que ofrece la producción son las palabras de Rosario Flores. Adoraba a su hermano: "Él era mi mundo. Mi mañana, mi noche, mi tarde... Mis canciones, mis amigos... mi cómplice. Eramos dos en uno".

Asimismo, se dirige a su sobrina para que no olvide que "él está en todas partes, en tus ojos, en tu mirada"

Por su parte, Elena Furiase (37), también participa en el documental: "Lo que no sabes es que todos necesitábamos tu permiso para hablar de Antonio. Eras tú la que tenía la llave. Y hasta que tú no abrieras la puerta eso iba a estar cerrado a cal y canto".

Lolita: "A Antonio le dolía el mundo"

Lolita se suma a los testimonios familiares con algunas reflexiones sobre la vida de su hermano: "Le dolía el mundo. Le fastidiaba que hubiera plásticos en el mar. Le fastidiaba que a los niños los abandonaran, las guerras, el hambre... Por eso no tenía nada suyo. Era demasiado generoso".



"Antonio y yo nos empezamos a conocer mucho más tarde... Una vez ya casada, que entró Guillermo (Furiase, su exmarido), y se hicieron muy amigos. Él cantaba mas con Rosario porque Rosario era su colega".

A Lolita le hubiera encantado que Antonio le hubiese compuesto un single. Pero no tuvo esa suerte. "Te juro que te he hecho una canción, pero no sé dónde la he puesto", le dijo un vez Antonio.

"Nunca tuve celos de Rosario y Antonio, pero sí me perdí muchas cosas por la diferencia de edad", ha lamentado.

Alba lee la autopsia de su padre

La parte más conmovedora de la cinta llega en los minutos finales. En ellos, Alba le pregunta a sus tías cómo vivieron la enfermedad de su abuela, Lola Flores, a la que cariñosamente llamaba "ole ole".

"Se vivió muy mal desde el primer momento", revela Lolita. Rosario, por su parte, le responde: "Mamá tenía 72 años cuando se murió. Me gusta que estés preguntando todo lo que no has preguntado hasta ahora. Porque yo estaba loca por contarte todo lo que tú quieras saber. Mamá se fue muy joven... se fue irritada, porque ella no quería irse".

También recuerda cómo la marcha de la matriarca afectó a Antonio: "Él antes de irse Mamá me llamaba y me decía: 'Rosario, yo me voy después de Mamá'. Idiota, no digas eso. Y me decía: 'Que sí, que yo me voy después que ella".



Alba Flores y sus tías Rosario y Lolita.

Flores para Antonio concluye con la voz en off de Alba remarcando el informe anatómico post mortem realizado para conocer las causas de su fallecimiento

"Leo tu autopsia, Papá. Tus 33 años. Tu pelo oscuro, Tus ojos oscuros. Tu mano izquierda, la de los acordes, con una férula de escayola. Escarcha en tus pulmones. Y petequias en tu corazón", empieza leyendo. "La presencia de opiáceos, cocaína, analgésicos, ansiolíticos y alcohol. Y la presencia de tu dolor".



Antonio Flores, hijo mayor de Lola Flores y Antonio González 'El PEscaílla', falleció el 30 de mayo de 1995.

"15 días de vigilia y duelo. Poca hambre, poco sueño. Y esa noche, también un ginseng, un baño en la piscina y un 'mañana estaré mejor'. Parada cariorrespiratoria. Intoxicación por drogas... Muerte accidental. Te encontraron en la cama, descansando, como si estuvieras dormido", concluye.

Resulta difícil que no se erice la piel al escuchar sus palabras. Nunca antes había salido a la luz información relativa a la autopsia de Antonio Flores. Para sorpresa de todos, por primera vez es de dominio público en boca de su hija.

El documental, en el que Alba Flores salda sus cuentas pendientes con su propia historia, echa el cierre con las palabras que ofreció al público la única vez que se subió a un escenario para cantar las canciones de su padre, hace ya dos años: "No tengo palabras. Lo que se siente al ver que Antonio Flores sigue siendo tan querido y sigue estando presente para tantísimas personas. Gracias".

VANITY FAIR

REALEZA SOCIEDAD LUJO CULTURA PODER COMPRAS VÍDEO PODCAST LA REVISTA

Cultura

A los padres conviene que les hagamos autopsias siempre

La familia de Alba Flores estaba esperando sin apresurarla a que la hija de Antonio sintiera la curiosidad de explorar el legado familiar. Cuando comenzó a hacer preguntas, el torrente ya no se cerró. Resultado de ello es el documental Flores para Antonio.

POR ALBERTO MORENO

30 DE NOVIEMBRE DE 2025



Alba Flores y su padre Antonio, en los 90.© Caballo Films

—¿Tú crees que a mi padre le dolía el mundo?

—Sí, le dolía el mundo.

La que pregunta es Alba Flores y la que contesta es su tía Rosario en una de las escenas de Flores para Antonio, documental estrenado esta semana 30 años después de la muerte del padre y hermano de ambas, respectivamente. Antonio Flores murió a los 33, pronto según cualquier medidor que no sea el del malditismo. Frágil, inseguro, encantador, amoroso, problemático, taciturno, carismático, atormentado y brillante, su destino fatídico lo llevaba tatuado en todas las extremidades.

Después de innumerables adicciones, no pudo sobrellevar la muerte de su madre Lola Flores. Tras conocerse la noticia se encerró como un sioux derrotado en su cabaña de La Moraleja y solo la sobrevivió dos semanas. Murió de sobredosis seguramente, pero sobre todo de pena. “La presencia de opiáceos, cocaína, analgésicos, ansiolíticos y alcohol. Y la presencia de tu dolor [...] Leo tu autopsia, papá. Tus 33 años. Tu pelo oscuro, Tus ojos oscuros. Tu mano izquierda, la de los acordes, con una férula de escayola. Escarcha en tus pulmones. Y petequias en tu corazón”. Su hija Alba, artista por derecho de nacimiento, reconocida actriz y más desconocida cantante, se involucra en el guion de esta pieza como vector de alumbramiento necesario en un viaje a los 90. Llamó ella misma a los directores Elena Molina e Isaki Lacuesta para llegar a comprender al padre. Durante mucho tiempo quiso marcar su propia hoja de ruta y evitó el combo mediático con la familia que le quedaba, para reivindicar hoy su hueco en el árbol genealógico con galones de capitana general.

El documental plantea, más allá de marcar las isobaras del huracán Antonio y la búsqueda tenaz de su paz interior, cómo una mujer de 37 años comienza a hacer preguntas un día para no cerrar el grifo nunca más. En una ocasión me contó un amigo escritor que sus hijos aún no habían desarrollado curiosidad para explorar ninguna de las cuatro novelas que había escrito hasta entonces. “El mayor tiene 16 años, quizá pronto pueda ofrecerle la primera que escribí, es la más accesible”. Aquella modestia por su parte y la indiferencia del crío me conmovieron. Por supuesto que no deberíamos encargarles deberes egocéntricos a los niños, pero qué difícil de asimilar que no seamos su alfa y su omega desde siempre.

Es por eso que a la nieta de Lola, a pesar de ser estrella mundial con La casa de papel, se la estuvo protegiendo durante mucho tiempo de la herencia familiar: debía ser ella quien abriera la caja de Pandora, quien quisiera saber por qué el tormento de su padre duraba tanto y por qué fue inevitablemente mortal. Visto el montaje, se aprecian varias escenas conmovedoras en las que la niña Alba improvisa un blues con su padre a la guitarra y otra en la que quiere acercarse al él en la piscina familiar pero no podía porque se encontraba casi en trance. “Recuerdo querer acercarme a él y no conseguirlo”, explica desde el pasado la niña de siete años que fue.

Los padres son criaturas misteriosas todos, desencadentantes involuntarios de un torrente de traumas por el mero hecho de existir. Ser hijo —y todos los somos— supone la obligación de resolver el puzle. Se acercan fechas señaladas y con ellas, reuniones más o menos funcionales en las que bajo un mismo techo coincidirán a veces cabezas de familia de hasta tres generaciones, todos luchando por defender espacio, cuota y potestad. El hijo que se ve adulto ya, el padre que acepta su madurez interponiendo aún distancia para demostrar que la lucidez y el cetro de poder se quedan donde están; un escalón por encima, los abuelos pueden entrar también en dura pugna o declararse eméritos en ascendencia. Pero todos, todos son partes imprevisibles de esa olla express que no para de pitar desde los entremeses, incluso en las familias mejor avenidas.

Perdí a mi padre cuando cumplió los 60, una edad ridícula para dejar de aprender de él. Luchó contra una enfermedad cabrona y salvaje durante apenas ocho meses cuando un médico amigo me había asegurado que la media de contienda contra aquel cáncer eran dos años, así que hubo un chico cuyo padre pudo vivir 16 meses extra a costa del mío. Bien por ellos, aunque durante un tiempo los odié a los dos. Cuando busqué entre sus cosas me quedé dos pares de guantes, una camisa, un jersey que aún no consigo llenar, unos tirantes, un reloj y cuatro plumas estilográficas. Repartimos la ropa de manera cariñosa y cabal, haciendo que desapareciera poco a poco para que no criara pesadumbre pero respetando cualquier hálito suyo con ceremonia reverencial.

Cada vez que abro un cajón de casa de mi madre encuentro nuevas viejas cosas suyas —una grapadora, un sobre lleno de calendarios antiguos o monedas— que me traen fogonazos y que tardo varios minutos en procesar —esto ya lo viví, sentí exactamente esto mismo cuando abrí este cajón hace cinco años—. Guardo también de él un par de libros de poesía que no son de mi estilo y que no he llegado a abrir nunca. Y he repasado, pero solo en diagonal, un cuaderno azul en que garabateó una serie de poemas a lápiz. Nunca he querido leerlos, no sea que no sean muy buenos. Es mi manera de protegerlo.

En la época en que mi hermana se había casado pero yo todavía vivía con mis padres, rara vez nos sentábamos a ver la tele juntos y nunca compartimos gusto por los deportes, pero no era raro verlo leyendo en el sofá del salón. Quitando una vez que lo vi tremendamente enganchado y charlatán con respecto a La sombra del viento de Ruiz Zafón, jamás me puso un libro en las manos como tampoco lo hizo mi amigo escritor con sus novelas ni la familia de Alba Flores con las canciones y la historia del padre.

Al final todos acabamos siendo espeleólogos emocionales porque necesitamos conocernos conociéndolos. Supongo que es la ruta misma de la mortalidad. La historia hay que conocerla para no caer en las mismas trampas, por eso a los padres conviene que les hagamos autopsias siempre. Yo tuve que escribir un libro para exorcizar mi ignorancia y no llegué a rascar la superficie siquiera. Cómo no, si por pudor o por instinto protector se pasaron —nos pasamos— la vida ocultando sus pasos tras de sí.

Málaga hoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 16
AVE: 1363 €
ÁREA: 45 CM² - 21%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2711
OTS: 20000
SECCIÓN: MALAGA

1 Diciembre, 2025



Buscando a un padre en el archivo

Crítica de Cine

FLORES PARA ANTONIO
★★★☆☆

Documental, España, 2025, 98 min. Dirección y guion: Elena Molina e Isaki Lacuesta. **Fotografía:** Juana Jiménez. **Con:** Antonio Flores, Alba Flores, Lolita, Rosario, Lola Flores, Ana Villa, Elena Furiase, Ariel Rot, Antonio Carmona, Silvia Pérez Cruz.

MANUEL J. LOMBARDO

Inagotable pozo para la nostalgia y el reciclaje audiovisual, la familia Flores forma ya parte de un patrimonio cultural que atraviesa y une generaciones en un curioso tejido sociológico que remite tanto a España folclórica y pop del franquismo como a esta otra de la Democracia y la modernidad.

A los programas más o menos rosas, películas, reportajes y series sobre la matriarca Lola Flores, viene a sumarse ahora este documental de encargo (¿la propia familia?, M+) y de autor (Lacuesta y Molina) que busca en la memoria de Antonio Flores (1961-1995), el hijo menor, el rockero, actor y compositor gitano y heterodoxo salido de la cuna flamenca, el malogrado vástago que no superó la muerte de la madre ni sus propios fantasmas y adicciones, para conectarla con la de su hija Alba, hoy ya cercana a los 40, en una suerte de pesquisa y diálogo íntimo reconstruido a través de los vacíos o las preguntas nunca hechas y las formas del *collage* audiovisual hecho de materiales de archivo público, privado e inédito, testimonios y animaciones montados de manera prodigiosa.

Seguimos en todo caso dentro del marco familiar y su perspectiva, distancia corta que Molina y Lacuesta aspiran a sobrevolar con el tratamiento libre y dinámico de las formas, siempre lejos de la ortodoxia habitual, en busca de una emoción genuina e *in crescendo* que espante el peligro de la autoindulgencia o esa frontera del pudor que, tratándose de una familia siempre expuesta al foco público, se antoja el verdadero reto para fraguar la honestidad emocional de la propuesta.

Un collage bien *hilado* narrativamente, con la paulatina entrada en esa zona de sombra y autodestrucción que define al personaje y su destino trágico y una catártica coda sobre los escenarios, y que nos mantiene pegados al relato coral a pesar de los hechos sabidos. Especialmente interesantes son algunos tramos en los que se ensaya el diálogo de Antonio con sus personajes de ficción en el cine, como ya hiciera Lacuesta en aquella *La noche que no acaba* a propósito de Ava Gardner. En todo caso, para este cronista resulta siempre más efectiva la reconstrucción de la carrera y la personalidad de Antonio Flores que su legado o su reflejo en su hija, donde se deja entrever, a pesar de las confesiones explícitas, esa exhibición en público que parece venir en el ADN familiar como manera de ser y estar en el mundo (del espectáculo).

Diario de Sevilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 14
AVE: 1736 €
ÁREA: 41 CM² - 20%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6643
OTS: 46000
SECCIÓN: SEVILLA

1 Diciembre, 2025



Crítica de Cine

FLORES PARA ANTONIO

★★★☆☆

Documental, España, 2025, 98 min. Dirección y guion: Elena Molina e Isaki Lacuesta. **Fotografía:** Juana Jiménez. **Con:** Antonio Flores, Alba Flores, Lolita, Rosario, Lola Flores, Ana Villa, Elena Furiase, Ariel Rot, Antonio Carmona, Silvia Pérez Cruz.

Buscando a un padre en el archivo

MANUEL J. LOMBARDO

Inagotable pozo para la nostalgia y el reciclaje audiovisual, la familia Flores forma ya parte de un patrimonio cultural que atraviesa y une generaciones en un curioso tejido sociológico que remite tanto a España folclórica y pop del franquismo como a esta otra de la Democracia y la modernidad.

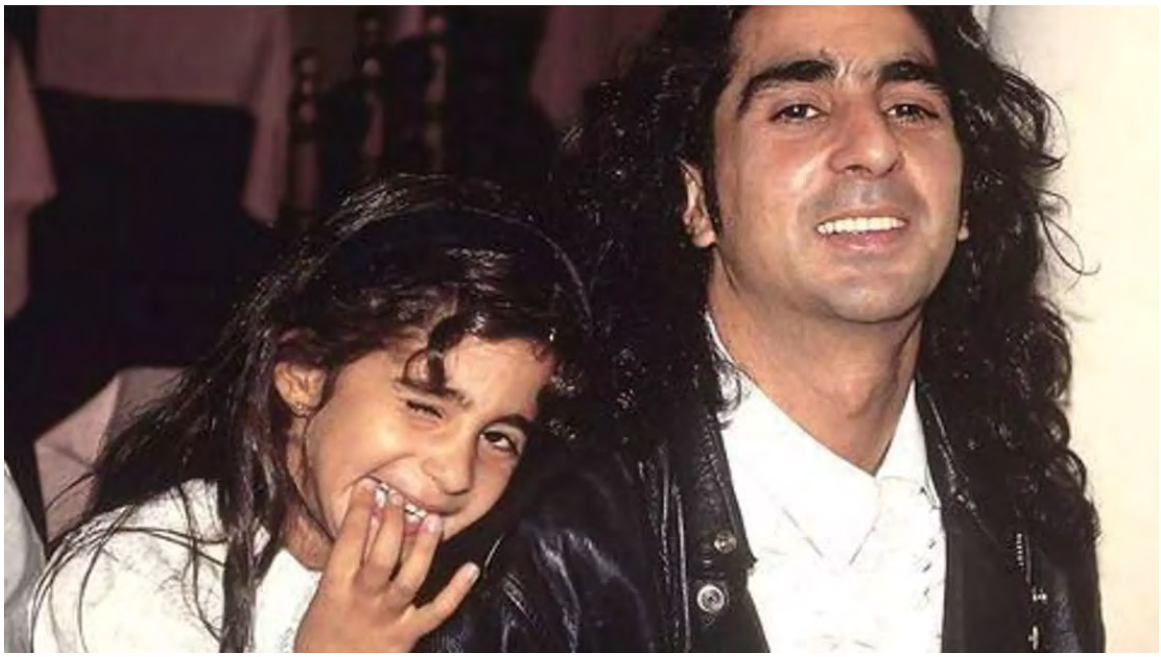
A los programas más o menos rosas, películas, reportajes y series sobre la matriarca Lola Flores, viene a sumarse ahora este documental de encargo (¿la propia familia?, M+) y de autor (Lacuesta y Molina) que busca en la memoria de Antonio Flores (1961-1995), el hijo menor, el rockero, actor y compositor gitano y heterodoxo salido de la cuna flamenca, el malogrado vástago que no superó la muerte de la madre ni sus propios fantasmas y adicciones, para conectarla con la de su hija Alba, hoy ya cercana a los 40, en una suerte de pesquisa y diálogo íntimo reconstruido a través de los vacíos o las preguntas nunca hechas y las formas del *collage* audiovisual hecho de materiales de archivo público, privado e inédito, testimonios y animaciones montados de manera prodigiosa.

Seguimos en todo caso dentro del marco familiar y su perspectiva, distancia corta que Molina y Lacuesta aspiran a sobrevolar con el tratamiento libre y dinámico de las formas, siempre lejos de la ortodoxia habitual, en busca de una emoción genuina e *in crescendo* que espante el peligro de la autoindulgencia o esa frontera del pudor que, tratándose de una familia siempre expuesta al foco público, se antoja el verdadero reto para fraguar la honestidad emocional de la propuesta.

Un *collage* bien hilado narrativamente, con la paulatina entrada en esa zona de sombra y autodestrucción que define al personaje y su destino trágico y una catártica coda sobre los escenarios, y que nos mantiene pegados al relato coral a pesar de los hechos sabidos. Especialmente interesantes son algunos tramos en los que se ensaya el diálogo de Antonio con sus personajes de ficción en el cine, como ya hiciera Lacuesta en aquella *La noche que no acaba* a propósito de Ava Gardner. En todo caso, para este cronista resulta siempre más efectiva la reconstrucción de la carrera y la personalidad de Antonio Flores que su legado o su reflejo en su hija, donde se deja entrever, a pesar de las confesiones explícitas, esa exhibición en público que parece venir en el ADN familiar como manera de ser y estar en el mundo (del espectáculo).

FLORES PARA ANTONIO | CRÍTICA

Buscando a un padre en el archivo



Antonio Flores y su hija Alba en una imagen del documental.

Manuel J. Lombardo
29 de noviembre 2025 - 07:15

La ficha

*** 'Flores para Antonio'. Documental, España, 2025, 98 min. Dirección y guion: Elena Molina e Isaki Lacuesta. Fotografía: Juana Jiménez. Con: Antonio Flores, Alba Flores, Lolita, Rosario, Lola Flores, Ana Villa, Elena Furiase, Ariel Rot, Antonio Carmona, Silvia Pérez Cruz.

Inagotable pozo para la nostalgia y el reciclaje audiovisual, la familia Flores forma ya parte de un patrimonio cultural que atraviesa y une generaciones en un curioso tejido sociológico que remite tanto a España folclórica y pop del franquismo como a esta otra de la Democracia y la modernidad.

A los programas más o menos rosas, películas, reportajes y series sobre la matriarca Lola Flores, viene a sumarse ahora este documental de encargo (¿la propia familia?, M+) y de autor (Lacuesta y Molina) que busca en la memoria de Antonio Flores (1961-1995), el hijo menor, el rockero, actor y compositor gitano y heterodoxo salido de la cuna flamenca, el malogrado vástago que no superó la muerte de la madre ni sus propios fantasmas y adicciones, para conectarla con la de su hija Alba, hoy ya cercana a los 40, en una suerte de pesquisa y diálogo íntimo reconstruido a través de los vacíos o las preguntas nunca hechas y las formas del collage audiovisual hecho de materiales de archivo público, privado e inédito, testimonios y animaciones montados de manera prodigiosa.

Seguimos en todo caso dentro del marco familiar y su perspectiva, distancia corta que Molina y Lacuesta aspiran a sobrevolar con el tratamiento libre y dinámico de las formas, siempre lejos de la ortodoxia habitual, en busca de una emoción genuina e in crescendo que espante el peligro de la autoindulgencia o esa frontera del pudor que, tratándose de una familia siempre expuesta al foco público, se antoja el verdadero reto para fraguar la honestidad emocional de la propuesta.

Un collage bien hilado narrativamente, con la paulatina entrada en esa zona de sombra y autodestrucción que define al personaje y su destino trágico y una catártica coda sobre los escenarios, y que nos mantiene pegados al relato coral a pesar de los hechos sabidos. Especialmente interesantes son algunos tramos en los que se ensaya el diálogo de Antonio con sus personajes de ficción en el cine, como ya hiciera Lacuesta en aquella La noche que no acaba a propósito de Ava Gardner. En todo caso, para este cronista resulta siempre más efectiva la reconstrucción de la carrera y la personalidad de Antonio Flores que su legado o su reflejo en su hija, donde se deja entrever, a pesar de las confesiones explícitas, esa exhibición en público que parece venir en el ADN familiar como manera de ser y estar en el mundo (del espectáculo).

DIARIO DE SEVILLA, DIARIO DE JEREZ, DIARIO DE CÁDIZ, GRANADA HOY, MÁLAGA HOY, EL DÍA DE CÓRDOBA, HUELVA INFORMACIÓN, DIARIO DE ALMERÍA, EUROPA SUR

CRÍTICAS

Flores para Antonio: Un emotivo viaje de reconciliación de una hija con la memoria de su padre

Isaki Lacuesta y Elena Molina dan con una película que funciona como cuidado documental musical pero que se eleva al encontrar nuevas formas de mirar a un artista



Still de 'Flores para Antonio'. ©Concha de la Rosa. Montaje: ©Cine con Ñ

27 de noviembre, 2025 **Arturo Tena**

Un concierto-homenaje a Antonio Flores, su padre, remueve algo en Alba Flores al inicio de *Flores para Antonio*. Debería cantar allí, pero no se siente capaz: apenas lo ha hecho desde que Antonio murió cuando ella tenía ocho años. La actriz empieza entonces a hacer preguntas a su entorno sobre él, abriendo una puerta que nunca antes se había atrevido a cruzar.

Flores para Antonio es el documental de Elena Molina e Isaki Lacuesta sobre la vida y obra del artista Antonio Flores, uno de los tres hijos de Lola Flores y Antonio González 'El Pescaílla' y seguramente el más talentoso a nivel musical de todos ellos. Pero, sobre todo, la película muestra el viaje de una hija hacia la reconciliación con la memoria de su padre, al que conoció solo durante su infancia.

La película está profundamente atravesada por Alba Flores: su decisión de abrir conversaciones pendientes y compartirlas ha convertido el proyecto en algo profundamente personal, con la carga emocional que eso conlleva. Lacuesta y Molina la acompañan con sensibilidad, aportando lirismo, estructura y contexto para que el planteamiento encuentre un cauce.

Flores para Antonio o quién fue Antonio Flores



Para el fan de Antonio Flores o el simple curioso, Flores para Antonio ofrece un retrato completo como biopic musical: explica su talento como compositor, sus inseguridades y, por primera vez, da un relato más concreto de cómo y por qué se produjo su triste final. Además, se ha cuidado mucho que, entre entrevista y entrevista, la película respire a través de montajes, collages o fragmentos animados, lo que da buena cuenta del cariño con la que se ha hecho y el nivel de producción que hay.

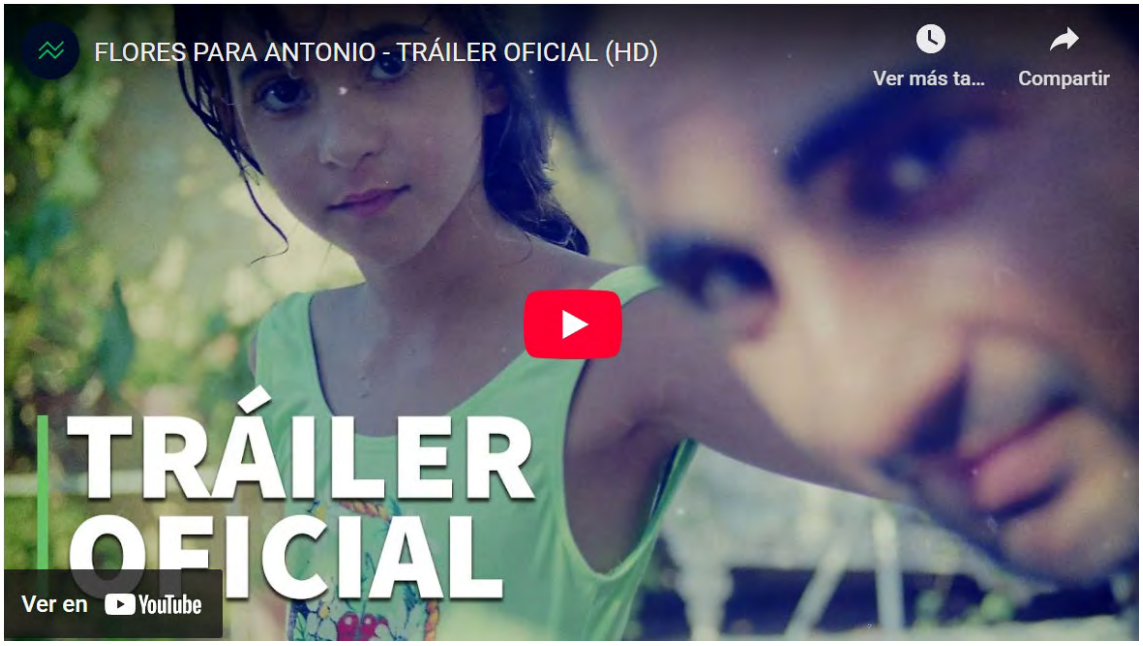
Luego, y esto sí es más sello Lacuesta y Molina, la película resulta creativa también en la manera en la que se usan las imágenes de archivo, las cintas de Antonio o sus películas, resignificadas en distintos momentos para acercarnos a él de una forma nueva. De ahí surgen algunos de los momentos más bonitos del documental.

Las palabras y la música



©Concha de la Rosa

Pero, aunque todas esas imágenes del pasado complementadas en el presente darían para un buen documental, sería uno convencional si no tuvieran al otro lado de la pantalla a Alba Flores. Lo que eleva a Flores para Antonio a una categoría distinta es la conducción de su hija, en plena búsqueda personal, y la manera en que Molina y Lacuesta le conceden espacio para hacer su proceso en sus propios términos, sacándose las espinas a su manera.



Aunque la construcción guionizada se perciba en algunos momentos —que no desentonarían tanto si los Flores no fueran tan naturalmente espontáneos—, la respuesta genuina de Alba a lo que descubre de su padre, a lo que cuentan o le enseñan los demás de él, convierte la película en algo terapéutico incluso para quien la ve. No todos tenemos una casa como la de los Flores —si es que tenemos una—, pero todos tenemos una familia.

Flores para Antonio es una película sobre el alivio de romper el silencio, sí, pero también sobre todo lo que se dice sin hablar. Ahí reaparece lo realmente transversal: la música y el arte, que probablemente eran la manera en que Antonio habría querido hablarle de sí mismo a su hija, y la que Alba vuelve a encontrar como herramienta para comunicarse con él. Uno de los documentales españoles del año.

NOESCINETODOLOQUERELUCE



Crítica de ‘Flores para Antonio’: Un retrato íntimo desde el corazón de una familia expuesta

Laura Zurita 28 noviembre, 2025

Una hija se dispone a buscar la verdad sobre quién fue su padre, un músico legendario, fallecido cuando ella tenía 8 años. Él es Antonio Flores, ella la también célebre actriz Alba Flores. Alba dejó de cantar al perder a Antonio y ahora se dispone a recuperar su voz y su historia, preguntando por primera vez a sus familiares y amigos.

Flores para Antonio está escrita y dirigida por Elena Molina e Isaki Lacuesta, siguiendo la historia de Antonio Flores. Es un documental en el que intervienen Antonio Carmona, Alba Flores, Antonio Flores, Lola Flores, Lolita Flores, Rosario Flores, Sílvia Pérez Cruz, Ariel Rot, Joaquín Sabina y Ana Villa. La película se estrena en España el 28 de noviembre de 2025 de la mano de A Contracorriente Films.



La herida y la luz

Flores para Antonio documenta el viaje emocional de Alba Flores, hija del músico, y se configura como un testimonio privilegiado de un linaje artístico único. La película se propone reconstruir la figura de Antonio Flores desde una perspectiva intensamente afectiva. En ella se entrelazan la memoria familiar y el eco público que rodeó siempre la vida del músico, marcada por las expectativas, los afectos y, en última instancia, la tragedia.

El documental se inicia en el ambiente luminoso y caótico de la infancia compartida por los hijos de Lola Flores y El Pescaílla: una casa donde reinaban el cante, el baile, la vida social y el desbordamiento. Ese mundo intenso, donde el talento era una atmósfera cotidiana, ofrece una clave esencial: ninguno de aquellos niños podía escapar por completo al destino artístico. Es un contexto donde nace la sensibilidad de Antonio, definida por una intensidad emocional y una notoria vulnerabilidad. Estas dos notas son las que definen la atmósfera del propio documental, que ofrece un contenido emotivo sostenido, envuelto en una forma interesante y cinematográficamente muy trabajada.

Flores para Antonio pone énfasis en las relaciones dentro de la familia Flores, una constelación afectiva que vibra entre el amor, la lealtad incondicional y el desgarro. La figura de Antonio Flores surge como una creatividad torrencial que parecía desbordarse sobre todo lo que tocaba: canciones, dibujos, gestos cotidianos y un modo de vivir marcado por la sensibilidad extrema.

Con respeto y pudor, la película aborda la presencia devastadora de las adicciones, que tanto lo hirieron, intentando comprender la raíz de ese dolor y acompañarlo hasta su final, un duelo que permanece abierto en su familia aún hoy.

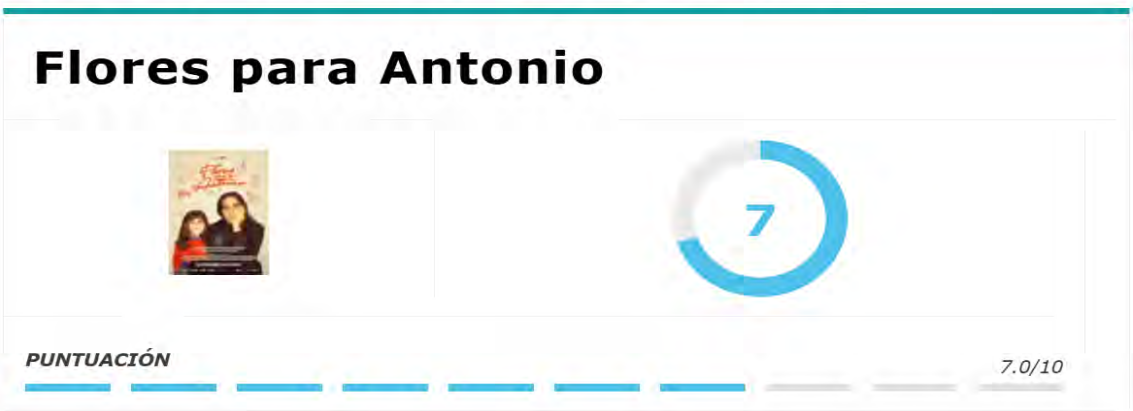
Materia Viva de la Memoria

En el retrato de Antonio Flores conviven la intimidad y la exposición. En una familia de artistas tan acostumbrada a la mirada pública, la frontera entre la sinceridad y la representación es difícil de definir. La emotividad es palpable, tierna y sostenida por una verdad emocional que traspasa la pantalla, pero se percibe también cómo la familia, al narrar, construye un soporte emocional y una cierta idea de Antonio para defender su memoria. Esa misma exposición pública posibilita el uso de ricas imágenes de archivo de la televisión, fragmentos que no reconstruyen, sino que resucitan instantes de una vida arrebatada muy pronto.

La mano de los directores de Flores para Antonio es visible en la manera en que enfocan las escenas familiares y en la exquisita mezcla de materiales visuales: obras y dibujos de Antonio, grabaciones domésticas, entrevistas y archivos públicos, donde el pasado y el presente se funden sin estridencias. Este cuidado formal no resta un ápice de honestidad al retrato. La dirección combina entrevistas, imágenes de archivo y animación, logrando que la materia de la memoria se sienta viva y palpable.

Flores para Antonio conmueve sin caer en el sensacionalismo y sostiene con dignidad el equilibrio entre la apertura emocional y el respeto por la intimidad. Quizá no alcanza una profundidad biográfica, exhaustiva y fáctica, pero es que su objetivo no es tanto explicar su vida, sino invitar a sentirla. Es un documental que llora, que abraza y que duele. Una película sentida y afectuosa, que confirma que esta memoria no es solo archivo, es una herida viva en sus corazones.

¿Qué te ha parecido la película *Flores para Antonio*?



Flores para Antonio, Coartadas, Singular, Bella, Ruido, Llámame Sinsorga y Barcelona, mon amour

28 noviembre, 2025



Documental, animación y ficción entre los estrenos de cine español de la semana

Flores para Antonio

Dirigido por Elena Molina e Isaki Lacuesta, presentado en el pasado Festival de San Sebastián, llega a los cines Flores para Antonio, la película documental que recorre la vida y la obra del músico y compositor Antonio Flores de la mano de su hija, la actriz Alba Flores.

En Flores para Antonio Alba Flores explora la vida y obra de su padre a través de materiales inéditos, como vídeos caseros, fotos, dibujos, imágenes de archivo y su propia música. La acompañan en este viaje su familia -incluidas su madre, Ana Villa, y sus tías, las célebres Lolita y Rosario Flores-, y reconocidos artistas como Antonio Carmona, Ariel Rot, Joaquín Sabina o Silvia Pérez Cruz, entre otros.

En una entrevista publicada en la web de la Academia de Cine, la actriz afirmaba que: “He necesitado tiempo para ver cómo quería abordar este tema y creo que ahora he tenido la madurez y la herramienta. Otras veces me sentía muy fuera de control de esas situaciones. Esta vez ya tengo otro bagaje profesional, con el que he sentido que podía hacerlo siendo un poco dueña de lo que se iba a hacer.”

Además, en esa misma entrevista también hablaba de cómo es la relación con su padre tras la filmación de este documental, donde participa como directora creativa. "Le tengo más presente, integrado. Ese vacío que en un momento dado fue importante ya no lo es tanto. Le siento más recuperado y es una sensación muy grata porque es también de sentirme yo más completa. Ha tenido un efecto enorme para mí, un cambio a mejor.", asegura.

Esta película documental original Movistar Plus+ está producida por Flower Power Producciones, LACOproductora, Caballo Films y Flores para Antonio la película AIE y cuenta con la financiación del ICAA y la Comunidad de Madrid. Distribuida por A Contracorriente Films, se estrenará en cines el 28 de noviembre. A principios de 2026 llegará en exclusiva a Movistar Plus+. Las ventas internacionales corren a cargo de Goodfellas.



Sinopsis:

Una hija se dispone a buscar la verdad sobre quién fue su padre, un músico legendario, fallecido cuando ella tenía 8 años. Él es Antonio Flores, ella la también célebre actriz Alba Flores. Alba dejó de cantar al perder a Antonio y ahora se dispone a recuperar su voz y su historia, preguntando por primera vez a sus familiares y amigos.

EL ESPAÑOL

Jaleos del Corazón



Famosos / 'FLORES PARA ANTONIO'

El llamativo cargo de Ana Villa, mujer de Antonio Flores, en su película: más de 800.000 euros de ayudas y cómo fue su amor

Alba Flores, la única hija del cantante y la productora, rinde homenaje al artista con un proyecto que ve la luz cuando se han cumplido 30 años de su muerte.

Cristina Brunetti 28 noviembre 2025

Gran día para la familia Flores. Este viernes, 28 de noviembre, se estrena en cines Flores para Antonio, una película documental que rinde homenaje a Antonio Flores, el hijo pequeño de Lola Flores, que perdió la vida el 30 de mayo de 1995, cuando apenas tenía 33 años y solo dos semanas después del fallecimiento de su madre.

Detrás de este gran proyecto está Alba (39 años), la única hija del cantante. La actriz perdió a su padre cuando apenas tenía ocho años y ahora, a través de imágenes de archivo, vídeos caseros y fotografías inéditas, revive su historia y deja constancia de su legado.

Alba, sin embargo, no ha estado sola en la producción de la película. En Flores para Antonio también ha trabajado su madre y la que fuera mujer de Antonio Flores, Ana Villa.

El filme es una producción de Flower Power Producciones, la productora familiar dedicada al cine, la música y el teatro. Una empresa gestionada, principalmente, por Ana Villa.

Según ha podido confirmar EL ESPAÑOL, es ella la administradora única de la compañía desde marzo de 2005. Alba, por su parte, figura como apoderada desde noviembre de 2019.

De Ana Villa también cabe destacar un segundo cargo. Ha sido nombrada representante de Flores para Antonio. No en vano, pese a que siempre ha buscado mantenerse en un discreto segundo plano, ha estado presente en diferentes actos que se han llevado a cabo para promocionar la película documental.



Además de arropar a su hija, Alba Flores, fruto de su relación con el inolvidable artista, ella ha ejercido un rol fundamental en la realización del proyecto.

Ana fue la única mujer del cantante de No dudaría. Si bien Antonio Flores tuvo varios affaire, solo se casó con la madre de su hija

Se conocieron a comienzos de los años 80. Lo suyo comenzó como una amistad y se transformó en una historia de amor. Se dieron el 'sí, quiero' por lo civil el 19 de marzo de 1986. Una boda mucho más íntima y familiar que la de Lolita Flores (67), quien se había casado tres años antes.

El enlace, sin embargo, fue igual de mediático. Fueron portada del ¡HOLA! junto a La Faraona, vestida de verde y con sombrero. La revista aseguraba que Ana Villa había lanzado el ramo a su cuñada Rosario (62), en señal de que ella sería la siguiente en celebrar su matrimonio.



Los Flores en el estreno del documental de Antonio Flores. Gtres

Cuando se casaron, la productora ya estaba embarazada de su única hija, Alba, quien llegó al mundo siete meses después del enlace.

En su día, Villa dejó claro que se casaba porque estaba enamorada, no porque estuviese embarazada.

Solo estuvieron casados durante tres años. En 1989, Antonio Flores y Ana Villa pusieron fin a su matrimonio. No así a su historia, que siempre ha estado y estará unida por su única hija, Alba. Pese a la separación, mantuvieron una relación cordial. Tanto que ella ha querido participar en la película documental.

El filme, además, relata cómo fueron los inicios de su relación. Villa, incluso, aparece embarazada de Alba Flores.



Ana Villa y Alba Flores en el bautizo del hijo de Elena Furiase.

En 2018, en una entrevista con Vanity Fair, confesó que el hijo de Lola Flores ha sido el gran amor de su vida: "A mí se me ha muerto mucho más que el padre de mi hija: Antonio era el único hombre con el que he compartido mi vida. Claro que seguía enamorada de Antonio. Le quería por encima de todo. Nunca dejé de quererle".

Ana Villa también sigue muy unida a la familia Flores. Les ha acompañado en importantes citas profesionales, pero también en acontecimientos que atañen a su vida privada.

Profesionalmente, la madre de Alba Flores se dedica a la industria del entretenimiento. Eso sí, tras bastidores. Se ha desempeñado, sobre todo, como productora teatral.

820.000 euros de ayuda

Flores para Antonio contaba con un presupuesto de 1.750.000 euros y ha conseguido 820.000 euros del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), que concede las ayudas generales para la producción de largometrajes. Así consta en la resolución sobre proyectos dentro del segundo procedimiento de selección de 2024.

La película documental cuenta con los testimonios de algunas figuras que formaban parte del entorno de Antonio Flores. No falta la música ni bonitas fotografías de archivo, que traen al presente algunas vivencias del cantante.

Al largometraje se han sumado las hermanas de Antonio, Lolita y Rosario Flores. Asimismo, Elena (37) y Guillermo Furiase (31), Antonio Carmona (60) o Mariola Orellana (62).

THEOBJECTIVE

Gente

El legado que dejó Antonio Flores en su hija Alba: un patrimonio artístico y familia que inspira

La actriz presenta 'Flores para Antonio', en la que narra la vida del músico quien le dejó una gran inspiración personal



Alba Flores junto a su madre, Ana Villa. | Gtres

Marina Ochoa @MaarinaOchoa mor@theobjective.com 28/11/2025 • 14:00

Alba Flores está sumida, junto al resto de su familia, en la promoción de Flores para Antonio, una película en el que muestra la vida de su padre, reconociendo su carrera profesional pero, también, poniendo el foco en sus luces y en sus sombras. Además, ahora, Alba se ha reconciliado, también, con la historia de su progenitor, una vida que estuvo marcada por las adicciones, la pena de perder a su madre, pero, también, por la música y la pasión por su familia. La muerte de Antonio fue especialmente dura para su hija Alba y vivió sus momentos más complicados cuando comenzó a crecer y maduró sin una figura paterna al lado.

Aún así, Antonio dejó en ella tanto un legado material como sentimental. Antonio Flores, hijo de la legendaria pareja formada por Lola Flores y Antonio González El Pescaílla, dejó una huella imborrable en su familia, y en especial en su hija Alba Flores, nacida en 1986. Aunque la vida de Antonio estuvo marcada por luces y sombras, su influencia en Alba se percibe tanto en el terreno emocional como en lo material, formando parte de la identidad y la sensibilidad de la actriz que hoy conocemos.

El legado patrimonial y artístico que dejó Antonio Flores a su hija Alba



Como decíamos, el aspecto más profundo del legado de Antonio Flores es, sin duda, el emocional y artístico. Desde muy joven, Alba estuvo rodeada de música, teatro y cine, aprendiendo de manera indirecta la pasión por el arte que caracterizó a su padre. Antonio transmitió a su hija valores como la autenticidad, la entrega a la vocación y el respeto por la creatividad como forma de vida. Aunque Antonio falleció cuando Alba era todavía muy pequeña, su figura permaneció como un referente emocional; el recuerdo de su voz, su sensibilidad y su compromiso con la música y la vida artística inspiraron a Alba a explorar su propia carrera en la interpretación. Ella misma ha reconocido en entrevistas que, aunque no lo llegó a conocer plenamente, la conexión con la memoria de su padre le ha dado fuerza y motivación para enfrentar la exigencia emocional de su profesión.

La intensidad con la que aborda sus personajes y su capacidad para transmitir emociones profundas pueden verse como un reflejo del legado artístico y humano de Antonio Flores.

En lo material, Antonio Flores dejó a su hija una herencia que incluyó no solo bienes económicos, sino también un patrimonio artístico y cultural invaluable. La influencia de la familia Flores en el mundo de la música, el cine y la televisión abrió puertas a Alba, proporcionándole un entorno privilegiado para desarrollar su talento. La casa familiar, los recuerdos, fotografías, partituras y objetos vinculados a la historia musical de Antonio se convirtieron en un legado tangible, que Alba conserva como vínculo con su padre y con la tradición artística familiar.



Más allá de lo económico, este patrimonio material incluye también un capital simbólico: ser hija de Antonio Flores y nieta de Lola Flores le ha dado un bagaje cultural y una visibilidad que, bien gestionados, han acompañado su trayectoria profesional y le han permitido construir su propia identidad artística, siempre respetando la memoria de sus raíces familiares. El legado de Antonio Flores en Alba es, por tanto, doble: por un lado, emocional y artístico, alimentando su sensibilidad, su fuerza interior y su conexión con la creatividad; por otro, material y simbólico, proporcionando herramientas, recuerdos y un entorno que favorece su desarrollo personal y profesional. La presencia de Antonio Flores en la vida de Alba, aunque marcada por la ausencia física, sigue siendo un motor inspirador que combina memoria, emoción y cultura familiar.

La vida de luces y sombras de Antonio Flores

Antonio Flores nació el 14 de noviembre de 1961 en Madrid, hijo de la mítica Lola Flores y del guitarrista Antonio González El Pescaílla. Creció en el seno de una familia profundamente vinculada al arte, la música y el espectáculo, un entorno que marcó su

sensibilidad y su pasión por la creación desde muy temprana edad. La infancia de Antonio transcurrió entre camerinos, escenarios y giras familiares, aprendiendo a combinar disciplina y talento artístico, y absorbiendo el legado de sus padres, que eran iconos de la música y el folklore español.

Antonio Flores inició su carrera musical a finales de los años 70, explorando géneros como el pop, el rock y el flamenco, intentando crear un estilo propio que le diferenciara de la sombra mediática de su madre y de su familia. En 1980 lanzó su primer disco, y aunque su talento era evidente, fue a finales de los 80 y principios de los 90 cuando alcanzó un mayor reconocimiento con trabajos como Alba y Cuerpo a cuerpo. Sus canciones combinaban letras intensas y personales con melodías que mezclaban el pop y el flamenco, reflejando su vida interior y sus emociones más profundas.

Además de la música, Antonio también exploró la interpretación; participó en películas y programas de televisión, demostrando su versatilidad y su capacidad para conectar con el público tanto en el escenario como en la pantalla. Su carrera artística, aunque brillante, estuvo marcada por la lucha constante por encontrar su identidad dentro de una familia con tanto peso mediático y artístico. La vida personal de Antonio Flores estuvo llena de intensidad, relaciones apasionadas y conflictos internos. Era conocido por su sensibilidad, su carácter introspectivo y su vulnerabilidad, características que se reflejaban en sus canciones. Como muchos artistas, Antonio enfrentó problemas personales y momentos de depresión, en parte derivados de la presión de la fama y de la expectativa familiar, así como de sus propias inseguridades.

El gran impulso de su madre, Ana Villa

A nivel familiar, fue padre de Alba Flores en 1986, y aunque no siempre estuvo presente físicamente, dejó un legado afectivo y artístico que ha perdurado en la vida y carrera de su hija. Su relación con su familia y su entorno fue compleja: amaba profundamente a sus padres, pero vivía con la carga de ser parte de un linaje artístico tan reconocido que, en ocasiones, lo hizo sentir presionado y exigido. Antonio Flores falleció el 30 de mayo de 1995, a los 33 años, dejando un vacío en la música española. A pesar de su muerte temprana, su obra ha permanecido viva, y muchas de sus canciones se han convertido en clásicos del pop español de los años 80 y 90. Su sensibilidad, su capacidad de transmitir emociones y su búsqueda de autenticidad artística han hecho que Antonio sea recordado no solo como hijo de Lola Flores, sino como un artista completo y honesto, cuyo talento y pasión siguen inspirando a nuevas generaciones.

Tras la muerte de su progenitor quien sostuvo a Alba fue su madre, Ana Villa. Ana se casó con Antonio en 1986, el mismo año en el que vino al mundo su única hija. Tras la separación con Antonio en 1989, halló en ella la responsabilidad de sola cuidar y proteger a Alba.



Desde entonces, asumió el rol de madre única, educándola, cuidándola y manteniendo la estabilidad familiar tras la pérdida de su marido años más tarde. Cuando Antonio falleció en 1995, Alba tenía apenas ocho años.

Fue entonces cuando Ana tomó la decisión consciente de apartarla del tumulto mediático y cuidó que la niña quedara resguardada, alejada de cámaras, titulares y exposición pública, para protegerla del dolor. Más tarde, cuando Alba empezó su carrera artística, Ana siguió siendo su referente, su contención y su apoyo. En palabras de la propia Alba: «Sin ella no soy nada».

Gracias a la película, en el que Ana toma un papel fundamental como productora, tanto ella como Alba se han podido reconciliar con la historia de Antonio. Además, Ana Villa aceptó romper su silencio de décadas, aportar su testimonio, aparecer públicamente y acompañar a Alba en un recorrido emocional muy intenso.

CORAZÓN

Alba Flores cuenta cómo se enteró de la relación que tenía su padre con las drogas: "Me lo dijo un niño para hacerme daño"

La artista ha contado cómo su madre le explicó lo que eran las drogas



Alba Flores en la premiere de 'Flores Para Antonio' / Patricia J. Garcinuño

A. Palao 28/11/2025 - 16:21 CET

Este 2025 se han cumplido 30 años de la muerte de uno de los artistas más queridos de nuestro país: Antonio Flores. El cantautor, que ya forma parte de las leyendas de la industria del entretenimiento español, falleció en 1995. Ahora, para rendir homenaje a su figura, su hija Alba Flores ha protagonizado un precioso documental donde habla sobre la figura de su padre: Flores para Antonio. Flores para Antonio es un recorrido por la carrera del cantante, pero también un abrazo a su figura más humana.

Durante estos días, con motivo de la promo, Alba ha estado en varios programas hablando sobre todo el proceso del documental. ¿Uno de los últimos? En Saldremos Mejores. La artista se ha sentado a charlar con Nerea Pérez De Las Heras sobre la película.

Es en esta entrevista donde Alba también ha hablado sobre cómo se enteró de la existencia de las drogas y de la relación que tuvieron con su padre.

"Mi primera noticia de todo esto en realidad fue un niño del colegio que me lanzó para hacerme daño. Recuerdo además tener que volver a mi casa y tener que preguntarle a mi madre qué era eso y por qué me lo decían", empieza recordando.



En ese momento Alba solo tenía diez años y solo había pasado un año desde el fallecimiento de su padre. Una muerte que según la autopsia había sido por "sobredosis de barbitúricos".

"Mi madre es una grandísima persona y una mujer inteligentísima. Ella lo abordó de una manera muy desestigmatizante. Recuerdo su explicación", continúa explicando. Su madre Ana Villa le explicó lo que eran ls drogas. "Se pueden usar para la medicina, para divertirse y otras ocasiones dan problemas. Un cuchillo lo puedes usar para cocinar o lo puedes usar para matar a alguien. Esto es lo mismo, pero hay gente que lo ve muy mal", recuerda.

Alba reconoce que durante los siguientes años se fue enterando de más cosas. "Me dolió mucho como niña porque me sentía muy juzgada, me daba miedo y fue muy difícil", reconoce.

Aunque la película es un homenaje a su padre y a su madre, Alba dice que también es una manera de abrazar a esa niña herida. Quería contar esa historia y ser ella la dueña de la narrativa.

HUFFPOST

POLÍTICA GLOBAL VIRALES LIFE VÍDEOS EL TELEVISERO NOTICIAS TRABAJO ÚLTIMAS NOTICIAS

CULTURA

Alba Flores: "Quería querer a mi padre completo y no me parecía justo ese prejuicio sobre él ni sobre nadie por problemas con el consumo de drogas"

La actriz produce el documental sobre su padre, Antonio Flores, 'Flores para Antonio' dirigido por Isaki Lacuesta y Elena Molina.

Por Marina Prats

Publicado el 29/11/2025 a las 21:19



Con un palestino al cuello, con la chaqueta de su padre y entonando junto a su tía Rosario el No dudaría de su padre, Antonio Flores, Alba Flores se subía al escenario del Palacio de Vistalegre el 23 de noviembre de 2023. Su hija tomó con su propia voz la canción de su padre, por primera vez de manera pública, pero también ese carácter reivindicativo que hizo que se le tachara de "maldito" por la industria en su carrera.

Detrás de esos versos cantados por Alba Flores hay toda una historia de reconciliación con la figura de su padre, que falleció de una sobredosis cuando tenía 33 años en 1995, con cantar y con ella misma que ha hecho patente en el documental de Movistar + Flores para Antonio, en el que ella misma ejerce como productora junto a LACOProdcutora, Flower Power Producciones y Caballo Films, bajo la batuta de Isaki Lacuesta y Elena Molina y que llegó a los cines este jueves.

"Él me ha dado un principio de ser yo leal y fiel a lo que yo pienso, tener unos principios y creer en ellos, también de una manera abierta al diálogo, a aprender", recuerda la actriz en su charla con El HuffPost. "Creo que, de alguna manera, me ha influido en la semilla de que tenga cierta sensibilidad en lo social, también a la hora de pronunciarme por causas o de creer en cosas y defenderlas", añade.

"Creo que la semilla me la transmitió él, pero no solo a mí, su primera canción en esta vida fue No dudaría, creo que a mí y a mucha gente seguramente también", recuerda. Durante sus 15 años de carrera, antes de ese fatídico 30 de mayo de 1995, Antonio rompió con el flamenco y la rumba que había marcado su familia, pero sus problemas de adicción estigmatizaron parte de su carrera y su legado.



Su hija, Alba, a la que también dedicó una canción con su nombre tenía entonces 9 años, ha transitado todo el proceso de duelo ante las cámaras de este documental desgranando todo el archivo familiar con notas, grabaciones e incluso dibujos del propio Antonio, ya que ha contado con el apoyo de todos los Flores, tal y como han demostrado en la premiere del largometraje. A lo largo de sus 90 minutos, más que ensalzar únicamente su figura, transita todo su proceso y las barreras que tenía a la hora de hablar tanto de la adicción de su padre como de tomar su arte para cantar.

"Ha sido un antes y un después en mi vida. Yo ahora le siento más, como que le tengo como integrado en mi vida. Eso es una sensación que me hace sentirme como más completa, también más libre, más tranquila y más dueña de mi propia historia", señala en su entrevista con El HuffPost.



La sombra de Alba Flores sobre una imagen de Antonio Flores en un fotograma de 'Flores para Antonio' Cortesía de Movistar +

Estas imágenes repasan desde grabaciones caseras a las apariciones televisivas más recordadas, pero también los diálogos de la propia Alba con su familia, especialmente con sus tías Lolita y Rosario, con las que no había hablado abiertamente de sus emociones con respecto a su padre, o con amigos cercanos como Ariel Rot, Joaquín Sabina o Marianne Nilsen, la fotógrafa mejor amiga del artista.

Recuperar el canto y abordar la adicción a las drogas sin estigmas: los retos de Alba Flores delante y detrás de las cámaras

Si hay una columna vertebral que encauza este largometraje más allá de la figura del propio Antonio es la búsqueda de la voz propia de Alba y su bloqueo a la hora de cantar. "El último acercamiento que hice fue para los créditos de la película con Silvia Pérez Cruz, que conseguí algo que yo jamás imaginé que podía hacer. Por eso he hecho una película, porque no era capaz de hacer una canción y como que juntas pudimos terminar esa canción que también está en la película", señala.

Se trata, tal y como recuerda, de una canción que inventa de niña y que ahora ha podido "hacerla crecer y completarla", además de "poderla ofrecer a él y al público". "Eso ha sido mi último hito, por decirlo de alguna manera. Ahora veremos a ver, yo me siento con todo por descubrir, todo por hacer, como en un momento de haberme quitado como mucho bloqueo de encima y ser libre ahora para explorar", apunta la actriz de ficciones como Vis a Vis o La casa de papel sobre esta faceta artística.

Sobre las imágenes que se han usado en el documental, Flores admite que había muchas que no había visto y que algunas se incluyeron en el último minuto. "El que está componiendo con mi tía Rosario me parece que es supervalioso y apareció en el último minuto, casi que ya habíamos montado la película y, de repente, apareció eso. Es como `Dios mío, esto tiene que ir', `esto es oro molido, vamos", recuerda.

"También el vídeo en el que yo estoy cantando con él, que es como el núcleo, el hueso central de la película, había visto algún trozo en algún momento, pero lo recuperamos entero y fue muy emocionante verlo, tal y como se ve en la película", señala sobre ese instante en el que se rompe ante las cámaras al verse cantar de niña y recordar el bloqueo que ha tenido durante estos 30 años.

A la hora de elegir los temas y las imágenes, Flores recalca que "no había ningún tipo de cortapisas en ningún momento de esta película", aunque sí se plantearon algunas conversaciones. "Al principio sí que pensábamos que igual nos teníamos que autocensurar un poco más, pero la película ha caído por su propio peso", señala.

El tema de la adicción de Antonio Flores a las drogas sí que fue algo que habló antes de la cinta. "Para mí era algo importante y creo que a mis tías, mi madre, mi familia y mis primos esto no les había afectado tanto a ellos como a mí. Sí que tuve que tener primero una conversación diciendo `que sepáis que me apetece a mí abrir ese melón y darle una visión diferente porque creo que ahora se puede hablar de estas

"También porque, y así se lo expliqué y todo el mundo estuvo de acuerdo y me apoyó, yo quiero querer a mi padre completo y no me parece justo ese juicio o prejuicio sobre él ni sobre ninguna persona que haya tenido problemas con el consumo de drogas", añade.

> **"Mi generación está intentando mirar a esa otra generación de padres, tíos, de otra manera"**

De hecho, ve la forma en la que se ha planteado el consumo de drogas como una forma de recordarle más justa que omitirla o tener una visión sensacionalista. "Para mí también, dentro de homenajearle y celebrarle, hay algo en esta parcela de ser más justa, de hacerle justicia, de tratar de comprenderle de algo que sea más sano y edificante que lo que yo he vivido, por ejemplo, hasta ahora en ese tema", señala y pone de manifiesto otra serie de proyectos, como puede ser Romería de Carla Simón, que también ponen sobre la mesa este tema.

"Creo que es un movimiento colectivo, creo que hay otras personas haciendo otras películas que también hablan de esto, incluso música, discos... Mi generación está intentando mirar a esa otra generación de padres, tíos, de otra manera", explica.



Alba Flores junto a sus tías Rosario y Lolita en una imagen del documental. Cortesía de Movistar +

Un mediático apellido Flores, pero también la visión de Ana Villa

El documental, tal y como recuerda Flores, le ha servido también para dialogar sobre ciertos temas con su madre y sus tías como no había hecho antes y también poner a su madre Ana Villa en un papel protagonista, ya que ella misma ejerce también de productora.

"A mi madre la veo, que estoy muy contenta, porque la veo ahora mismo disfrutar mucho de lo que hemos hecho y está recibiendo muchísimo amor a su alrededor. Creo que también esta película la visibiliza a ella, lo que ha hecho ella en la vida y su propia historia. Eso la dignifica mucho, está recibiendo mucho cariño de la gente y yo estoy muy contenta", explica la actriz.

"Con mis tías un poco parecido, que sí que nos ha unido más y nos siento a todos ahora más cerca porque estamos como haciendo una cosa juntas. Pero creo que sobre todo lo que aprecio más es lo que va a cambiar para el público, es la manera de que nos vea como familia", señala y recuerda que esto puede servir para que el espectador les vea como "una familia de una manera más cercana".

"Es una familia que resulta que son artistas y nos dedicamos a esto, es nuestra personalidad familiar, pero sí que trasciende un poco la cosa mítica de la familia, que se nos ve más como personajes que como personas", detalla y recuerda que estos "secretos de familia" o esta falta de diálogo tiene un claro componente generacional. "Están a la orden del día y ahora tenemos más herramientas para hablar las cosas que había antes", señala.



Ana Villa y su hija, Alba Flores, durante el documental.

Sobre el peso del apellido Flores, Alba recuerda que tampoco decidió colocárselo en el apellido, pero le sucedió exactamente igual que a su padre y a sus tías: desde que nació se le adjudicó el apellido.

"Estoy orgullosa de ser Flores también, lo que da pena es que eso invisibiliza un poco el González de mi abuelo, invisibiliza un poco el Villa de mi madre... Podría ser Alba y punto"

"Para mí también fue impuesto por los medios de comunicación, si buscas en la hemeroteca ya la primera vez que soy bebé y salgo a una revista ya soy Alba Flores. Nunca se me dio opción y cuando ya como adulta me planteé cuál iba a ser mi nombre artístico, no tuve opción, pensé 'bueno pues Alba Flores porque ya me conoce todo el mundo así", recuerda.

Flores señala que lo hizo también "porque había visto en el camino de mis tías y de mi padre como habían intentado en algún momento hacerlo de otra manera, pero al final todo el mundo había acabado siendo Flores, entonces pensé que no quería eso".

Sin embargo, pone sobre la mesa el valor de sus apellidos Villa o de su abuelo, El Pescaílla, con el González. "Estoy orgullosa de ser Flores también, lo que da pena es que eso invisibiliza un poco el González de mi abuelo, invisibiliza un poco el Villa de mi madre... Podría ser Alba y punto, como dice mi tía Lolita en la película: `Nosotros salíamos con los nombres que teníamos en casa, Lolita, Rosario y Antonio'. Igual podría acabar siendo Alba y punto pelota", reivindica. De esta Alba a secas, el Flores no va tras su nombre, sino que es una ofrenda a su padre.

HUFFPOST

HUFFPOST

POLÍTICA GLOBAL VIRALES LIFE VÍDEOS EL TELEVISERO NOTICIAS TRABAJO ÚLTIMAS NOTICIAS

CULTURA

Isaki Lacuesta: "Ahora sabemos que lo que decían los Borbones era mentira y lo que dicen los Flores ha sido una transparencia absoluta"

El cineasta codirige junto a Elena Molina y con la producción de Alba Flores, el documental 'Flores para Antonio'.

Por Marina Prats

Publicado el 30/11/2025 a las 07:11



Elena Molina e Isaki Lacuesta en la presentación de 'Flores para Antonio' en el Festival de San Sebastián

En un momento en el que los biopics heroicos están a la orden del día, enfrentarse a un documental sobre un artista guiado por su hija y que se transforme en una cinta que aborde el camino vital de ella misma rompe con la norma habitual.

Flores para Antonio, el documental de Antonio Flores dirigido por Isaki Lacuesta y Elena Molina y producido por Alba Flores logra, como sus creadores afirman, una "polisemia" a través de la que cada espectador puede elegir lo que más le llegue del documental: la figura del propio artista, el contexto social de la España de los años 80 y 90, el viaje de Alba o el relato de una familia de artistas.

En el camino de este largometraje, producido por LACOProdcutora, Flower Power Producciones y Caballo Films, los creadores han contado con el archivo familiar, con el apoyo de Lolita, Rosario y Ana Villa y, sobre todo, con la iniciativa de la propia Alba. "Ella tiene la intención desde el principio de que sea una película muy transparente, muy honesta, sin secretos, precisamente porque es la primera que tiene necesidad de conocer y porque la familia Flores, de forma muy extraña, siempre ha vivido de cara al público", recuerda Lacuesta en su entrevista con El HuffPost.

Esta honestidad traspasa la pantalla al abordar temas tan complicados como la salud mental, la adicción y los problemas con el consumo de drogas de Antonio Flores o los distintos roles y prejuicios que conllevaba su apellido. No obstante, tal y como recuerdan sus creadores, la exposición pública de la familia en todos sus aspectos ha ayudado a cómo se ha forjado el largometraje, que llegó este viernes a los cines.

¿Cómo nació el documental y cómo fue gestionarlo con la familia Flores? ¿Hubo alguna reticencia?

Isaki Lacuesta: En esta película la clave es que todo arranca de Alba. Es una película que nace del deseo de Alba de hacer un homenaje a su padre. Entonces, es una película en la que es ella quien se da cuenta que tiene que tener las conversaciones que no ha tenido con la familia. De hecho, en un principio, nos plantea hacer una película documental más clásico.

Nos imaginábamos una película en la que hablábamos a partir de las canciones de Antonio, de cómo fue su vida, porque todas sus canciones son muy autobiográficas y ahí es cuando Alba empieza a hablar con su familia contándoles lo que imagina hacer. Tanto ella como nosotros nos damos cuenta de que esas conversaciones no han tenido lugar, que por miedo a hacerse daño o por necesidad de protegerse no han hablado, por ejemplo, de cómo murió Antonio. Todo eso es un proceso en el que vamos entendiendo que Alba tiene que estar en la película y en el que pasa de ser una película en tercera persona a una historia de una hija que busca a su padre.

Se da esa circunstancia que son Alba Flores y Antonio, pero si no lo fueran seguiría siendo una película que seguramente interpelaría emocionalmente porque son cosas muy parecidas a las que nos ocurren a todos en todas las familias. Pero sí que no hay reticencias, no hay cortapisas, porque Alba es la productora de la película y ella tiene la intención desde el principio de que sea una película muy transparente, muy honesta, sin secretos, precisamente porque es la primera que tiene necesidad de conocer y porque la familia Flores, de forma muy extraña, siempre han vivido de cara al público.

Es algo un poco complicado de entender, salvo ahora que todo el mundo vive así por culpa de las redes sociales. Pero en esto ellos han sido pioneros, siempre han vivido de cara al público y tiene algo casi natural que Alba haya encontrado su forma de acercarse a su padre a través de la excusa de una película.



Vemos a Alba Flores romperse en el documental viendo algunas imágenes de archivo cantando con su padre, ¿hubo algún punto en el que a mitad del proceso que dijerais 'eres tú la que tienes que llevar la voz cantante'?

Elena Molina: Es que no hubo un momento como tal de revelación. Obviamente, el día de rodaje en casa de Marianne Nilsen, cuando Alba de forma inesperada se rompe cuando ella le pregunta "por qué no has seguido cantando", fue superrevelador. Pero de alguna manera, eso no fue el primer día de rodaje, ya veníamos rodando las conversaciones guiadas por Alba.

De alguna manera, ella misma iba dándose cuenta de que había conversaciones pendientes que no había tenido, que ella decía "¿cómo puede ser?" Y esa respuesta también está en la propia película: por el miedo al dolor y el amor, que están intrínsecamente unidos. Entonces, puede sonar raro de tanto contarlo, pero a veces parece que es como una película terapéutica, pero realmente ha sido proceso muy fuerte para Alba, obviamente. Pero para toda la familia y para todas las personas que hemos trabajado en ella.

Ha sido algo muy intuitivo creo y, en ese sentido, creo que Alba necesitaba sentirse preparada para hacer este viaje de alguna manera, se rodeó de un equipo que en ningún momento quisimos forzar. Nunca se planteó como "nosotros queremos hacer esto y nos ponen un límite". Digamos que esa forma de hacer cine no ha existido en este rodaje ni en este proyecto por convicción de las personas que participábamos, pero también porque la película nos pedía otra cosa.

Entonces, en todo momento ha sido un diálogo. De hecho, a mí me gusta mucho hablar de que Alba, Isaki y yo éramos un poco la tríada creativa. Luego, cuando estábamos en montaje con la montadora Mamen Díaz, íbamos hablando todo, tomando decisiones y cuando había momentos de duda recurríamos siempre a Ana Villa, que ha estado siempre ahí como una especie de oráculo diciéndonos “pues mira, para hablar de este tema, quién sería la persona o creo que hay este material” y luego recurrir al archivo.

> **"El tema de la adicción quisimos verlo, como visto desde el hoy, desde entender que es un problema de salud mental"**
>
> Elena Molina, directora

Cuando teníamos también dudas de hasta dónde explicar o hasta dónde llegar, porque no queríamos poner límites, pero sí encontrar la mejor manera, recurríamos al archivo del propio Antonio hablando de ciertos temas que eran los más complicados. El tema de la adicción quisimos verlo, como visto desde el hoy, desde entender que es un problema de salud mental, que las conductas adictivas son un problema de salud mental, él era muy generoso y lo explicaba de una forma que otra gente en ese momento no lo veía así.



Isaki Lacuesta y Elena Molina, en el rodaje de 'Flores para Antonio'.

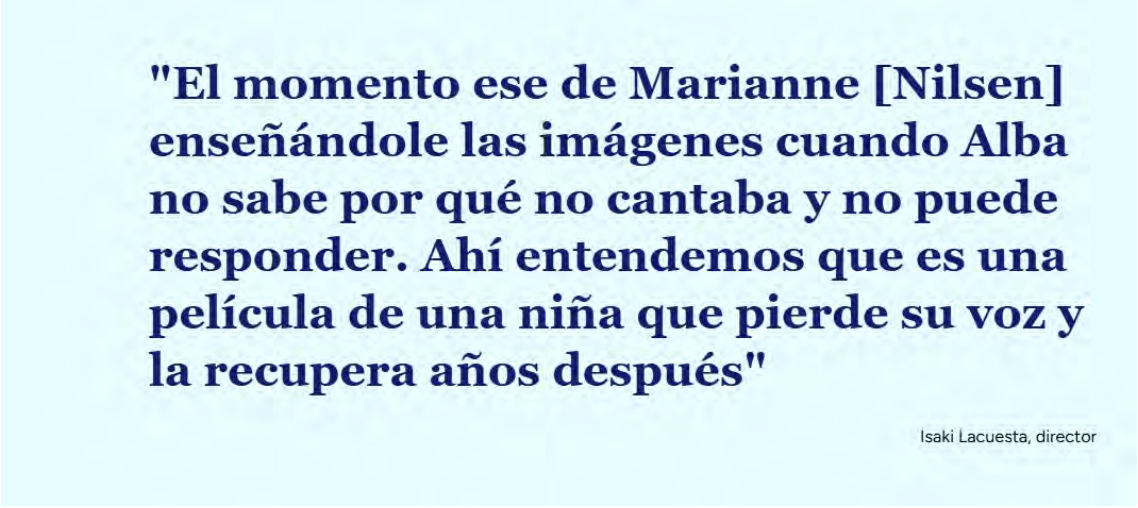
Por lo tanto, era un tabú y lo último que queríamos en la película era incorporar ese tabú o esa idea. Entonces, ha sido todo un proceso de entender, acompañar, ver la mejor manera, buscar el contexto que creíamos que era también fundamental, que la película dé contexto para responder a la pregunta de Alba de "yo quiero saber qué pasaba con mi padre porque es algo que me han atacado siempre". Eso, en ese tema, pero en los otros igual, era ir encontrando, ir hablando con sus primos, con sus tías, e ir encontrando esas respuestas que necesitaba.

¿Teníais una visión de Antonio Flores antes del documental? ¿Os ha cambiado algo lo que habéis ido encontrando de él? ¿Os ha descubierto algún aspecto que desconocíais?

Isaki Lacuesta: Por mi edad descubrí a Antonio cuando sacó Cosas mías, había escuchado cosas antes, pero es cuando hace Cosas mías cuando lo descubro y le veo como un artista maduro, completo, exitoso... Y es haciendo la película que me doy cuenta de que, para llegar hasta ahí, ha tenido un proceso muy largo. Yo no era consciente, por ejemplo, de cómo a principios de su carrera le perdonaron la vida.

Cuando ves las entrevistas que hacen en televisión, en el fondo se te cae la cara de vergüenza al ver con qué agresividad le tratan considerándole un nepobaby, como diríamos ahora que es una palabra que entonces no existía. O cómo sus propios compañeros de generación a veces le ven con una condescendencia enorme. Algo muy importante es esta lucha de Antonio por encontrar quién es él mismo. Al principio intenta presentarse en público sin el apellido Flores, los medios se lo acaban poniendo... Es muy impactante ver como hasta que su madre no enferma no tiene la fuerza como para recuperar la rumba, recuperar las raíces y encontrar su propia voz.

Eso es algo que hace eco con lo que hemos visto en el proceso de Alba a lo largo de la película. Cómo ella tiene que dejar de cantar porque muere su padre y no lo soporta. Por ejemplo, el día que filmamos el concierto, son cosas que no están previstas y que no entendemos hasta que suceden en frente de la cámara, Alba se viste con la ropa de su padre.



Eso es una cosa que da mucho vértigo porque son muy parecidos físicamente, pero al mismo tiempo cuando canta las canciones de Antonio, lo hace con su propia voz. Es como que tiene que cantar las canciones de su padre para reencontrar su voz propia, igual que Antonio Flores y Rosario cuando integran la rumba en su lenguaje funky y rockero, que es cuando encuentran una voz singularísima y que es la propia de ellos. Este tipo de cosas no las entendemos hasta que las estamos rodando.

El momento ese de Marianne [Nilsen] enseñándole las imágenes cuando Alba no sabe por qué no cantaba y no puede responder. Ahí entendemos que es una película de una niña que pierde su voz y la recupera años después.



Los directores Isaki Lacuesta y Elena Molina junto a Alba Flores durante el rodaje.

Concha De La Rosa/Cortesía de Movistar +

Se ha hablado mucho de los Flores, pero muchas veces desde el punto de vista de Lola, como la matriarca de los Flores, o de Antonio desde el prejuicio y el sensacionalismo, con esta cinta cambia la perspectiva.

Elena Molina: Fue muy interesante. Además recuerdo una frase en el guion de analizar las películas, los discos... Antonio firmaba Antonio González, luego Antonio sin apellido y, de repente volvió a González hasta que ya aceptó el Flores. Entonces, de repente ahí había algo que dices "aquí está pasando algo". Y no fue solo Antonio, también Lolita y Rosario.

En la película Lolita lo dice: “Salimos con el nombre que teníamos en casa”. Pero en realidad si analizas un poco esa búsqueda musical y vas a las películas o analizas, lo que decía Isaki, todas esas entrevistas te das cuenta de que ahí hay una huida, que es lo que decía del guion. Me acuerdo que había una secuencia de montaje ya escrita, que era “Antonio corriendo” porque en muchas de sus películas corría y es “huye de su apellido” porque necesita encontrar su voz, que es lo que al final necesita en ese momento porque él quiere ser rockero, porque es una persona súper conectada con lo que está pasando. Pero es hijo de una de La faraona, de la folclórica más grande que tenemos.

Entonces, claro, todo es esa lectura. Yo, por ejemplo, que yo tengo la edad de Alba, entonces para mí el No dudaría era un himno. Me acuerdo en las manifestaciones contra la guerra, de cantar el No dudaría, me acordaba de Mi gato, pero no tenía ni idea de todo eso. Creo que fue muy bonito en esta triada creativa, hablando con Ana [Villa] y con la familia, ir encontrando esos mimbres que son los que también articulan la película. Además de obviamente la búsqueda de Alba, porque la película creo que tiene como diferentes capas y también con la intención de que cada cual pueda habitar la película desde un lugar.

La gente que sea muy fan de la música de Antonio, se la va a cantar entera, pero gente que igual conociera menos su música la va a descubrir de repente, o quien no la conozca de nada puede conectar con el viaje de Alba y con su historia personal, que también está pasando, y la gente se acerca a hablar desde ahí; quien no, puede hacer un recorrido por un momento histórico muy interesante. Creo que lo interesante es que la película funciona en diferentes niveles y que de alguna manera es un poco polisémica. Cada cual puede hacer el recorrido a su manera.

Isaki Lacuesta: Hay una frase que dice Antonio que dice “Soy famoso desde que salí de la vagina de mi madre, que ya estaban los fotógrafos allí y hablan de que ha nacido ‘el lolillo”. Esto hace que sea una familia que no ha distinguido nunca entre lo público y lo privado. Antes de que existieran los actuales códigos de relación entre los medios de comunicación y las celebrities, cuando esas palabras no existían, ellos lo estaban viviendo.

Esa falta de distinción entre el mundo público y lo privado es lo que hace que cuando ves imágenes domésticas de ellos estén todo el rato actuando como si estuvieran en un espectáculo teatral, están haciendo Falcon Crest y, en cambio, cuando están en un programa de Nochevieja, en prime time están hablando de sus cosas más íntimas y Lolita le está preguntando por sus adicciones.

Eso es muy insólito, sobre todo por el hecho de que se dé en tantas generaciones consecutivas. Más allá de las monarquías, no hay otra familia como los Flores, quizás los Kennedy como decían el otro día, que lleven desde los años 50 hasta ahora estando presente en los medios de comunicación.

Y una cosa que nos gusta decir es que la diferencia entre las monarquías y los Flores, es que los segundos han dicho la verdad.

Ahora sabemos que lo que decían los Borbones era mentira y lo que dicen los Flores ha sido una transparencia absoluta. La cuestión es que para ellos todo se puede decir, es una cuestión de tono. La pornografía o el sensacionalismo solo aparecen en la forma en que se cuentan las cosas, no porque alguien esté contándote el amor, la muerte o las adicciones, sino por cómo se cuentan y cómo se miran.

En los dibujos de Antonio, por ejemplo, ves que lo está contando todo en directo. Hay una simultánea crudeza y metaforización, igual que en sus canciones. Cuando ves los dibujos que hace de Conan, está contando lo que más le gusta, que son los cómics, pero a veces está relatando cómo se encontraba él: si estaba en plena forma porque salía de un hospital o está sufriendo y el Conan aparece acuchillado con la espada clavada, la serpiente o el gato, son metáforas supertransparentes.



Una hija hablando sobre su padre, así se siente ver 'Flores para Antonio' tras 30 años de su muerte

Alba Flores busca respuestas, quiere conocer todas las facetas de un padre que solo vio durante 8 años de su vida. Busca conocer al adulto, al hombre o al hermano, ya que eso le acercará mucho más a su padre. Te cuento por qué 'Flores para Antonio' merece una oportunidad



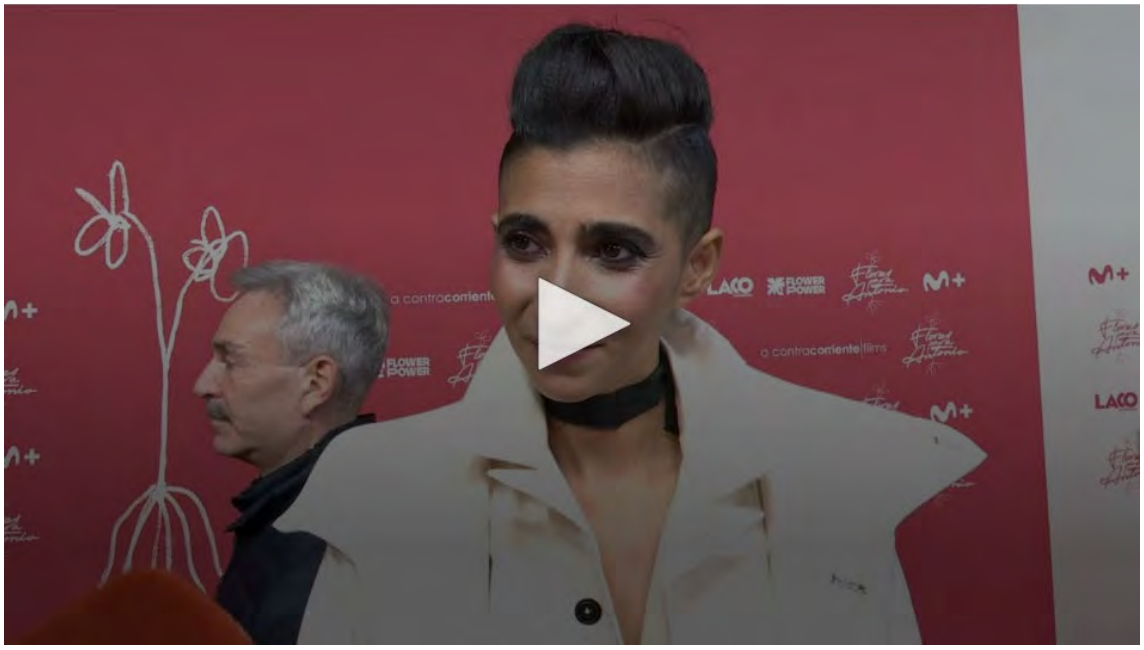
Esther Gallego - 28/11/2025, 13:13

Isaki Lacuesta y Elena Molina dan forma a un homenaje que es más bien una carta de una hija a un padre que conocía, pero que quería descubrir con más profundidad. Es un relato íntimo, hecho con mimo, que no se siente como una exposición, sino como un mensaje desde la nostalgia y el aprecio que habitan.

'Flores para Antonio', es una película documental de más de 98 minutos que se te hace amena cuando ves que ese indagar, nace del querer beber desde la raíz. Alba, su hija y conocida actriz por grandes proyectos como 'La casa de papel', se deja sentir para descubrir todas las facetas de un padre que perdió con tan solo 8 años.

¿Dónde se puede ver 'Flores para Antonio'?

Actualmente está disponible en todos los cines de España desde hoy, 28 de noviembre. No obstante, si quieres ver el documental en tu casa, solo tienes que esperar a principios de año, ya que desde comienzos del 2026 estará disponible en Movistar Plus+.



¿Por qué 'Flores para Antonio' tiene tan buena crítica?

No solo porque cuenta con una gran documentación, ni porque toda la familia ha querido formar parte. Más bien es por la ejecución, el cariño en cada plano y en la mirada desde una niñez que crece.

"Es una celebración a mi padre y a mi madre, pero para mí también es un homenaje y un abrazo a esa niña que sale en la peli. Como adulta puedo abrazar a esa niña, que es lo que me toca hacer. Y esa niña herida, la que tengo dentro, igual que todas tenemos dentro una niña herida, tenía ganas de romper una lanza a favor de su propia historia", comentó en el podcast 'Saldemos mejores'.





Antonio Flores con un tocadiscos / Gtres

Y aunque el foco es desde su hija, es muy enriquecedor ver a toda la familia, ver imágenes de todos, totales de sus hermanas y recursos de la faraona. Comprender desde dentro cómo era Antonio, o qué veían de él.

Asimismo, dar consuelo a esa pequeña que con tan solo 8 años tiene que escuchar en la escuela y prensa cómo fue el final de su padre. Cuando ni siquiera sabía lo que eran las drogas (porque no tenía por qué saberlo).



Familia Flores

“En la vida hay una cosa que son las drogas; están ahí, se pueden usar para la medicina, para divertirte y, en ocasiones, también dan problemas. Depende de cómo las uses; un cuchillo lo puedes usar para cocinar o para matar a alguien. Esto es lo mismo”, rememoraba Alba en el podcast, cuando le preguntaron cómo se enteró sobre la existencia de estas sustancias. Y ella con mucho cuidado narra la forma en la que su madre le explicó qué eran.

¿Qué verás en la película documental de Alba Flores?

Para quienes no conozcan esta familia, raro es esto, es una buena manera de descubrir a una de las familias más flamencas y con más duende de España. Asimismo, si los conoces, es una bonita forma de reconectar con un final triste. Es una película que sabes cómo acaba, pero no te impide saborear los pequeños o grandes recuerdos... Un claro ejemplo de la vida: vas a un destino y lo bonito es disfrutar del proceso.

Esto es lo que se siente si ves 'Flores para Antonio', una mirada al pasado, para poder seguir andando con menos dolor porque Alba conoce cada vez más a su padre.

MARCA

Cine

Alba Flores se imagina la charla que tendría hoy con su padre: “Me hubiese encantado discutir con él”

La cineasta ha estrenado ‘Flores para Antonio’, un documental sobre el artista



Alba Flores se imagina la charla que tendría hoy con su padre: “Me hubiese encantado discutir con él”

SMM Actualizado 28/11/2025 - 17:12CET

Después de haberse consagrado como una de las actrices más polifacéticas de este país, Alba Flores deja de estar delante de la cámara por una temporada para colocarse detrás en la silla del director. La tarea no es sencilla, pues ha elegido la vida de su padre para crear su primer documental: ‘Flores para Antonio’. Para ella, es una forma más de acercarse a su figura.

El pasado martes, 25 de noviembre, tuvo lugar la premiere en la alfombra roja de Callao. Un equipo de Los 40 le preguntó a Alba Flores por la conversación que le hubiera gustado tener con su padre. Aunque al principio se mostró un poco dubitativa, después tuvo claro que lo que más echa en falta son las pequeñas discusiones, pues es donde más se aprende con el paso del tiempo.

Alba Flores, sobre lo que más echa de menos de no tener a su padre: “Hablar con él como adulta”

“Hasta donde me da la imaginación. Pero me hubiese encantado hablar de tantas cosas con él como adulta… Muchas veces pienso que me hubiese encantado discutir con él, ¿sabes?”, afirmó en un primer momento.

“Creo que me he perdido una buena pelea de sobremesa con mi padre. Porque en esas cosas una crece mucho también. Y creo que él también se hubiese enriquecido mucho al compartir eso”, sentenció después de pensarlo bien. Sólo queda por ver si ese deseo se ve plasmado en el documental de alguna forma.



Alba Flores se imagina la charla que tendría hoy con su padre: “Me hubiese encantado discutir con él”

Antonio Flores falleció el 30 de mayo de 1995, cuando su hija apenas tenía un año. Desde entonces, fue responsabilidad del resto de la familia que Alba creciera con su legado presente. Ella siempre ha tenido en cuenta a todos, pero se lo agradeció especialmente a varias personas: “La suerte es que tengo a mi madre, a mis tías, con ellas puedo tener una pequeña sensación de lo que podría haber compartido con él".

Diario de Avisos

PAÍS: España
PÁGINAS: 42
AVE: 3074 €
ÁREA: 376 CM² - 61%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7999
OTS: 33000
SECCIÓN: TIEMPO

29 Noviembre, 2025



Ana Villa: su importante papel en la producción de 'Flores para Antonio'

Alba Flores, la única hija del cantante y la productora, rinde homenaje al artista con un proyecto que ve la luz cuando se han cumplido 30 años de su muerte. Ayer se estrenó en cines

CRISTINA BRUNETTI
Madrid



Gran día para la familia Flores. Ayer viernes, 28 de noviembre, se estrenó en cines *Flores para Antonio*, una película documental que rinde homenaje a Antonio Flores, el hijo pequeño de Lola Flores, que perdió la vida el 30 de mayo de 1995, cuando apenas tenía 33 años y solo dos semanas después del fallecimiento de su madre.

Detrás de este gran proyecto está Alba (39 años), la única hija del cantante. La actriz perdió a su padre cuando apenas tenía ocho años y ahora, a través de imágenes de archivo, vídeos caseros y fotografías inéditas, revive su historia y deja constancia de su legado.

Alba, sin embargo, no ha estado sola en la producción de la película. En *Flores para Antonio* también ha trabajado su madre y la que fuera mujer de Antonio Flores, Ana Villa.

El filme es una producción de Flower Power Producciones, la productora familiar dedicada al cine, la música y el teatro. Una empresa gestionada, principalmente, por Ana Villa.

Según ha podido confirmar *El Español*, es ella la administradora única de la compañía desde marzo de 2005. Alba, por su parte, figura como apoderada desde noviembre de 2019.

De Ana Villa también cabe destacar un segundo cargo. Ha sido nombrada representante de *Flores para Antonio*. No en vano, pese a que siempre ha buscado mantenerse en un discreto segundo plano, ha estado presente en diferentes actos que se han llevado a cabo para promocionar la película documental.

Además de arropar a su hija, Alba Flores, fruto de su relación con el inolvidable artista, ella ha ejercido un rol fundamental en la realización del proyecto.

Ana fue la única mujer del cantante de *No dudaría*. Si bien Antonio Flores tuvo varios affaire, solo se casó con la madre de su hija.

Se conocieron a comienzos de los años 80. Lo suyo comenzó como una amistad y se transformó en una historia de amor. Se dieron el *sí, quiero* por lo civil el 19 de marzo de 1986. Una boda mucho más íntima y familiar que la de Lolita Flores (67), quien se había casado tres años antes.

El enlace, sin embargo, fue igual de mediático. Fueron portada del *¡Hola!* junto a La Faraona, vestida de verde y con sombrero. La revista aseguraba que Ana Villa había lanzado el ramo a su cuñada Rosario, en señal de que ella sería la siguiente en celebrar su matrimonio.

Cuando se casaron, la productora ya estaba embarazada de su única hija, Alba, quien llegó al mundo siete meses después del enlace.

En su día, Villa dejó claro que se casaba porque estaba enamorada, no porque estuviese embarazada.

Solo estuvieron casados durante tres años. En 1989, Antonio Flores y Ana Villa pusieron fin a su matrimonio. No así a su historia, que siempre ha estado y estará unida por su única hija, Alba. Pese a la separación, mantuvieron una relación cordial. Tanto que ella ha querido participar en la película documental.

El filme, además, relata cómo fueron los inicios de su relación. Villa, incluso aparece embarazada de Alba Flores.

En 2018, en una entrevista con *Vanity Fair*, confesó que el hijo de Lola Flores ha sido el gran amor de su vida: "A mí se me ha muerto mucho más que el padre de mi hija: Antonio era el único hombre con el que he compartido mi vida. Claro que seguía enamorada de Antonio. Le quería por encima de todo. Nunca dejé de quererle".

Ana Villa también sigue muy unida a la familia Flores. Les ha acompañado en importantes citas profesionales, pero también en acontecimientos que atañen a su vida privada.

Profesionalmente, la madre de Alba Flores se dedica a la industria del entretenimiento. Eso sí, tras bastidores. Se ha desempeñado, sobre todo, como productora teatral.

La película documental cuenta con los testimonios de algunas figuras que formaban parte del entorno de Antonio.

Diario de Mallorca

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,48
AVE: 3143 €
ÁREA: 411 CM² - 62%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6825
OTS: 80000
SECCIÓN: PORTADA

29 Noviembre, 2025



Juanlu Real



La cineasta mallorquina Charli Bujosa, con camisa blanca, junto al director Isaki Lacuesta, Alba Flores y el resto del equipo creativo en el preestreno.

Cine

El documental estrenado ayer recorre la vida y la obra del músico Antonio Flores de la mano de su hija, Alba, que tuvo en su equipo creativo a la cineasta isleña nominada a un Goya

La mallorquina **Charli Bujosa** coproduce 'Flores para Antonio'

RAQUEL GALÁN
Palma

«No hay ninguna familia como los Flores, aunque todas se parecen a la hora de arrastrar silencios, al no hablar de ciertas cosas. En todas hay asuntos que se han quedado enquistados y a menudo generan mucho dolor». Lo cuenta Charli Bujosa Cortés sobre el documental *Flores para Antonio*, que se estrenó ayer en cines y recorre la vida y la obra del cantante y compositor de la mano de su hija, la actriz Alba Flores. Es también la productora creativa junto a un equipo de siete personas en el que se encuentra la cineasta mallorquina nominada a un Goya en 2024. «Éramos como un engranaje donde cada pieza se sostenía con la otra en una labor esencial», compara Bujosa, que conocía a Alba Flores desde hace mucho tiempo y entró a formar parte del proyecto hace dos años «para ayudar a coordinar, ya que hacían falta más mentes, manos y corazones a medida que el proceso fue desarrollándose».

La película, que ha sido dirigida por Isaki Lacuesta y Elena Molina, «está hecha con mucho amor y servirá para cerrar una herida que es común a todo un país que hace tres décadas compartió el dolor de una familia única», en palabras de la mallorquina. Considera que la historia «es muy extrapolable», no solo por los citados silencios, sino también por ser intergeneracional. «Hay gente joven que ha venido a verla al preestreno porque conocía a Alba Flores (protagonizó *La casa de papel* y *Vis a vis*), padres que les atraía por Antonio Flores y gente mayor que se acercó por la figura de Lola Flores. Les ha interpelado por razones diferentes, aunque al final todos descubren cosas de la historia de esta familia y parece que está impactando, según las primeras impresiones», tal como destaca Charli Bujosa.

Desde el primer momento, la intención del equipo creativo era «hacer una película artística, ya que se homenajea a un artista, y que a la vez fuese llana, accesible y muy sincera». Siente que es su proyecto «más emotivo», pero no el más difícil porque han tenido «todas las puertas abiertas», una ingente cantidad de material para documentar la historia y «tiempo para reflexionar sobre cómo guiar y montar el documental». Esto ha sido básico, resalta, porque en un principio Isaki Lacuesta y Elena Molina «tenían un guion centrado en Antonio y donde la presencia de Alba era mucho más anecdótica.

«No hay ninguna familia como los Flores, aunque todas se parecen a la hora de arrastrar silencios»

Sin embargo, cuando empezamos a rodar nos dimos cuenta de que la búsqueda de una hija para conocer y entender a su padre era un hilo conductor muy lógico, honesto y bello», detalla sobre un proceso que ha sido un descubrimiento en tiempo real de la figura inmortal de Antonio Flores.

Además de las grabaciones de la familia, allegados y la televisión, protagonizan el documental las charlas de Alba con sus tías, Lolita y Rosario, y quienes conocieron a su padre. «El nivel de emotividad era enorme porque grabábamos lo que ella averiguaba y, a medida que sucedía, nos íbamos dando cuenta de lo importante que era romper ese silencio que se había quedado ahí 30 años», desde su muerte dos semanas después del fallecimiento de la matriarca. ■

±NCINEMA



By: **Eric Lavallée** Date: **November 28, 2025**

In his debut You Are All Captains (2010), Óliver Laxe blurs the line between fiction and non-fiction, probing questions of authorship and control, with creative agency at the core. Half a dozen years later, with his sophomore feature Mimosas, he shifts toward the spiritual testing grounds of the metaphysical, where characters grapple with doubt and destiny. Three years after that, in Fire Will Come (read review), Laxe moves from Morocco to the Galician region of Spain, exploring exile and ancestral ties through themes of guilt and forgiveness. His gut-wrenching, heart-filling fourth feature, Sirāt (read review)—critically acclaimed at Cannes—turns its attention to humility and humanity in the face of something vast and ineffable. What that "something" is, where it resides, and who bears responsibility is left open to interpretation. What emerges is a gripping portrait of nomadic travellers whose attunement to intense living offers solace to those who have strayed from their own path.

NEON released the film theatrically this month (it continues to play major pit stops on the film festival circuit) as it prepares for award campaigns – most recently nabbing several tech noms for the European Film Awards. I had the chance to ask the Spanish filmmaker about the physical space encounters he had while location scouting, his process for working with these specific rave sonic happy non-professional actors, and how he approaches time off between projects—both practically and personally.


Interview: Oliver Laxe - Sirât (2025)
Ver más ta...
Compartir
INTERVIEW
INDIE • WORLD • DOCS
SIRÂT
ONCINEMA
Ver en YouTube

EFE

Oliver Laxe: «Sirat» no podría haber surgido de un algoritmo

Marrakech (Marruecos), 29 noviembre 2025 (EFE).- El director español Oliver Laxe considera, en una entrevista con EFE en Marrakech, que herramientas como la Inteligencia Artificial «nos van a obligar a ser más humanos» y sostiene que una películas como «Sirat» no podría ser resultado de un algoritmo.

Laxe, que presenta este sábado «Sirat» en el Festival de Cine de Marrakech, compara el impacto de la película en el espectador al de «un masaje que los primeros días te hace daño pero luego es benéfico».

«Hay un arquetipo universal, que es que para llegar al paraíso tienes que pasar por el infierno. Lo que pasa es que estamos tan infantilizados hoy en día, somos niños pequeñitos que no tenemos mucha capacidad para entender la vida ni herramientas. Entonces, pues a la mínima que hay curvas, nos tiemblan las piernas», apunta.

«Yo soy de los que piensan que no hay nada que suceda en la vida que no sea benéfico. Y muchas veces la vida te prueba, te testa. Y creo que es bueno asumir esos retos», continúa Laxe (París, 43 años), que aborda en su última película la peripecia de un padre -interpretado por el actor español Sergi López- que busca a su hija desaparecida en el universo de las «raves» en el Sáhara.

Saltar al abismo

Varios de sus protagonistas no son actores profesionales, una decisión que «aporta verdad, vulnerabilidad» porque «tienen esa fragilidad que es tan bonita y que es tan nuestra. Creo que como espectadores nos gusta ver a la gente frágil».

«Se trata de que confíen en ti, se trata de que se tiren al abismo contigo, y lo han hecho» en «Sirat», asegura en la entrevista con EFE.

Un abismo del que Laxe dice haber salido ya en parte gracias a la película. «Sirat ha sido un proceso de reconectar con mi herida y con esa vulnerabilidad de la que hablaba. Y eso me ha hecho un poquitito más libre. Un poquitito. Es difícil ser muy libres en este mundo, pero me ha ayudado».

El desierto, volver a casa

Rodada en Marruecos, el desierto es un protagonista omnipresente, como ocurre con el paisaje en otros trabajos de Laxe: «Yo filmo la naturaleza porque la naturaleza te testa, te pone a prueba».

«El desierto marroquí te pone en tu sitio, te va quitando, te hace sentirte pequeño, pero eso te da más serenidad», asegura.

Es, además, el escenario donde se funde la música electrónica con el Corán, dos elementos «que me habitan», dice el director español.

«Al final hacer cine es mirar adentro, es asumirte y, pues mira, me gusta el tecno y me gusta el Corán» y «creo que precisamente es lo que más ha penetrado en el espectador», asegura Laxe, que vivió varios años en Marruecos.

«Es un país que me ayudó mucho, que me sentí muy en casa (...) Yo creo que hay una continuidad de valores entre España y Marruecos, y me sentí, eso, muy en casa», recuerda.

Del ruido al éxito

Galardonada en Cannes y candidata española a los Óscars, el éxito de «Sirat» ha superado las expectativas de su director. «Sabíamos que íbamos a hacer ruido» pero «tanto éxito, no».

«La gente habla de ella, suscita debate y eso me parece muy rico». «Hay gente que la ve que siente que es un infierno y hay otros que consideran que es la puerta al paraíso», sostiene Laxe.

«Yo como artista, obviamente, soy un narcisista que quiere gustar a todo el mundo, pero asumo que, que no es posible. Y además, confío en mi trabajo. O sea, yo creo que Sirat trasciende la categoría de me gusta o no me gusta. O sea, Sirat es una película que toca, que te hace mirar adentro».

Y ese era su objetivo: «Es lo que quería, que la gente mirara adentro y conectara consigo mismo».

La IA no podría con «Sirat»

Oliver Laxe no mira con preocupación el avance de la tecnología, convencido de que «todo lo que nos deshumaniza nos va a obligar a ser más humanos».

«La vida nos va a empujar a un abismo en el que nos va a preguntar: ¿Qué? ¿Quién eres? ¿Qué es ser humano? O sea, o sea, no creo que la inteligencia artificial nos sustituya a eso, en absoluto».

En el caso del cine, «la tecnología puede tener facilidad, pero al final el alma del cineasta es lo que va a imponer. Sirat es una película que estoy convencido y cualquier persona lo sabe, no le podría haber surgido al algoritmo».EFE

MOVIEBREAK
Zurück in die Kinos.

„Film is the art of frustration“ - Interview mit Oliver Laxe zu „Sirāt“

Von Lidanoir in „Film is the art of frustration“ - Interview mit Oliver Laxe zu „Sirāt“
am Samstag, 29 November 2025, 22:57 Uhr

0 0



Für sein existenzialistisches Epos wurde Oliver Laxe in Cannes mit dem Preis der Jury ausgezeichnet, und geht dazu als spanischer Kandidat für die Oscars ins Rennen. Auf dem Marrakech International Film Festival, wo Sirāt in der Sektion 11thContinent, die visionäre Filme mit Mut zu unbeschnittenen Wegen feiert, sprach der Regisseur über die spirituelle Ebene seines Werks, die philosophischen Motive, Tod und Tanzen.

Lida Bach: Der Titel deines Films hat einen besondere Bezug zur Unterwelt. Was bedeuten diese religiösen und spirituellen Themen für dich?

Oliver Laxe: Jeder Film ist ein Spiegelbild der Werte der Filmschaffenden, ihrer Kosmologie, seiner Sicht auf das Leben. Für mich ist das Leben ein Sirāt, Sirat al-Mustaqim, „der richtige Weg". Ich denke, das Leben ist eine Prüfung, sich selbst zu verbessern, um nach dem Tod zu transzendieren. Das ist von größter Bedeutung in der muslimischen Sufi-Kultur. Als Mensch und als Filmemacher mache ich mir darüber Gedanke. Es ist ein harter Film: Menschen leiden, Menschen sterben. Aber aus dieser kulturellen Perspektive ist das Problem nicht der Tod an sich, da der vorherbestimmt ist. Man stirbt eben.

Niemand hat gefragt: „Warum ist der oder der Charaker gestorben? Er war doch so nett." Nein, das wäre eine absurde Frage. Die eigentliche Frage ist: Wie ist er gestorben? Ist er in Würde gestorben? Konnte seine Seele ins Jenseits aufsteigen? Waren die Werte stärker als das Ego? Ich glaube, in Sirāt geht es darum, und in meinem Leben geht es darum. Für mich ist dieser Film, oder meine künstlerische Praxis auch eine Art spirituelle Praxis. Ich habe Angst, ohne Würde zu sterben. In Marokko und anderen muslimischen Ländern hört man oft den Satz „Inna lilahi wa inna lilahi raji'un" hört, was bedeutet: Wir kommen von Gott und wir kehren zu Gott zurück.

Diese Worte werden verwendet, wenn Menschen sterben oder wenn die eigene Kultur zerstört wird. Man sieht Menschen, die alles verloren haben, aber die Art, wie sie das akzeptieren und eine Art von Distanz schaffen – man spürt es in diesem Satz, man spürt es in ihrer Stimme, diesen Glauben. Hoffentlich kann ich dieses Niveau erreichen.

LB: Hast du durch die Regiearbeit mehr über dich selbst gelernt? Wie haben Sie sich beim Drehen dieses Films kennengelernt? Ja, ja, auch ganz allgemein. Und wie beeinflussen deine Erfahrungen hinter der Kamera deine Geschichten?

OL: Alles, was man tut, ist Übung. Ein Künstler gibt sich seinem Metier hin. Er weiß nicht, wohin die Reise geht. Das Leben drängt einen ständig an den Rand des Abgrunds. Es will, dass man springt - und anscheinend ohne Netz bietet. Meine Arbeitsweise als Filmemacher ist daher langsam, denn es braucht Zeit, mehr Vertrauen zu fassen und die Angst zu überwinden, ins Ungewisse zu springen, weil es immer ein Netz gibt. Immer. Das ist wahrscheinlich der Schlüssel zu meiner künstlerischen Praxis, und wahrscheinlich ist das der Grund, warum Sirāt etwas Besonderes ist.

Natürlich habe ich Ängste, ich habe ein Ego, ich bin ehrgeizig, ich projiziere mich nach Cannes. Aber irgendwann weiß ich, dass ich springen muss, und ich weiß, dass es ein Netz gibt. Ich weiß, dass mich selbst ein Scheitern wachsen lässt. Natürlich wünsche

ich mir Erfolg, ich möchte Preise in Cannes –, aber irgendwann spüre ich auch eine andere innere Stimme, die mir sagt: Wenn es ein Misserfolg ist, wird das gut für dich sein. Wenn es dein letzter Film ist, wirst du daran wachsen. Du wirst das erreichen, was das Leben von dir verlangt. Was die Zuschauer auf besondere Weise schätzen, ist die Freiheit des Autors. Was sie von diesem Kunstwerk aufnehmen, ist diese Freiheit. Ich behaupte nicht, dass ich ein völlig freier Mensch bin. Das bin ich nicht. Aber ich bin, glaube ich, ein wenig mehr mit meinem Wesen verbunden als die meisten Filmemacher. Es gibt Filmemacher, die noch stärker verbunden sind.

LB: In Sirāt kommt das Sterben, von dem du sprachst, abrupt, radikal und zugleich unerbittlich. Ist das ein Sinnbild für den gegenwärtigen Zeitgeist?

OL: Ich empfinde den Tod in meinem Leben nicht als grausam. So muss es sein. Ja, sie sterben in meinem Film, aber wie sie sterben! Tanzend! Ich würde gerne tanzend sterben. Wenn man stirbt, während man feiert oder mit sich selbst verbindet, dann - wow! In meinen Augen ist dann die Seele transzendent. Der Tod ist das Tor zur Ewigkeit. Von hier aus ist es für uns Menschen schwer, die Regeln des Lebens zu begreifen. Wir hängen sehr an Dinge, die wir zu glauben brauchen, aber das Leben gibt uns, was wir wirklich brauchen. Es ist oft schwer zu verstehen, was der Sinn war, gerade dieses Kind; welche Folgen sein Tod hat. Wahrscheinlich auch gute. Für mich ist das komplex. Aber ich zweifle nicht daran, dass es so sein muss und dass es einen Grund gibt - selbst für das Schlimmste, Schmerzlichste. Wie der Verlust eines Kindes. Wenn ich mit Vätern spreche, die ihre Kinder verloren haben, kann ich das bestätigen. Dass selbst das ein Geschenk sein kann. Das ist leicht gesagt …

LB: Die Figur der vermissten Tochter ist interessant als Projektionsfläche von Verlustgefühlen und Erinnerungen.

OL: Ich weiß nicht, ob es daran liegt, dass ich in Marokko bin, aber es fällt mir leichter, arabische oder muslimische Begriffe zu verwenden. Dhikr bedeutet Erinnerung. In gewisser Weise besteht das Leben also darin, sich an unseren göttlichen Zustand zu erinnern. Dhikr ist wie ein Mantra, bei dem wir diese göttlichen Namen rezitieren. Und das Leben ist der Prozess des Verlusts dieses Zustands. Ja, in Sirāt geht es um Verlust. Als Mensch verliert man vom ersten Tag an: seine Gesundheit. Als Mensch emanzipiert zu sein, bedeutet damit umzugehen, dass man ständig verliert.

Als wir diesen Film drehten, waren wir sehr mit diesem Schmerz verbunden, der uns umgibt. Dieser kreative Prozess diente dazu, uns mit dieser Wunde zu verbinden, die ich und wir alle haben. Das meine ich nicht dramatisch. Es ist etwas, das wir tun müssen, um mehr Ausgeglichenheit zu finden.

LB: Wie vereinst du deine filmische Vision mit den Unwägbarkeiten beim Dreh in der Wüste und mit Laien?

OL: Filmemachen ist eine Kunst der Frustration. Man muss mit seiner Frustration umgehen. Selbst Hindernisse sind ein Geschenk. Ich wachse mit jedem meiner Filme. Mein Glaube wächst. Glaube bedeutet, etwas anzunehmen, ein Hindernis als Geschenk zu sehen. Als Filmemacher erkennt man beim Schneiden eines Films, dass Kunst vom Zufall lebt. Man versucht, beim Drehen Vertrauen zu haben. Es gibt ständig Probleme - ich suche nach Problemen. Ich drehe nicht in der Natur, weil es beeindruckend ist. Nein, ich drehe in der Natur, weil die Natur einen herausfordert. Die Natur sorgt für einen, treibt einen aber auch an den Rand des Abgrunds.

LB: Du suchst also gezielt die Herausforderung?

OL: Ja, denn so kann der Film über sich selbst hinauswachsen. Die Kontrolle ein Stück weit zu verlieren, haucht den Bildern Leben ein. Wir haben etwa die Rave-Szene gedreht, aber nicht kontrolliert. Ich habe ein radikales Vertrauen in die Bilder - und in die Zuschauenden.

LB: Was hat dich inspiriert, elektronische Musik zu einem Kernelement der Handlung zu machen?

OL: Elektronische Musik oder Techno-Musik steht der Volksmusik und traditionellen Musik sehr nahe. Es geht um die Atmung, es ist wirklich kathartische Musik. Die gesamte Musik ist eng mit dem Atem und dem Herzrhythmus verbunden. Und man kann Stampf-Elemente hören. Durch die Wiederholung dieser Elemente haben wir in zwei Dimensionen gearbeitet. Die erste, eher physische mit Techno, dann die existenzialistische Musik. Schließlich die Ambient-Musik, der am Ende sakraler Musik folgt. Der Schlüssel zu meiner Arbeitsweise ist die Außerkraftsetzung der rationalen Wahrnehmungsebene. Ich vertraue aber auch auf unseren Körper als Werkzeug, um Dinge zu fühlen, die wir vielleicht nicht verstehen, aber doch begreifen.

LB: Alle Schauspieler im Film, außer Sergi Lopez, sind Laien. Wie hast du die Darstellenden gefunden und wonach suchst du bei Menschen, die du in diesem Film wolltest?

OL: Natürlich sucht man nach dem Geheimnisvollen, nach Verborgenem, nach ihrer Tiefe, aber auch Wahrheit. Es ging darum, verletzliche Menschen zu zeigen. Es gibt ein gutes Gleichgewicht zwischen Stärke und Zerbrechlichkeit. Auch ich bin verletzlich. Zuschauende sind verletzlich. Deshalb sehen wir auf der Leinwand gern verletzliche Menschen. Diese fragile Energie finde ich wunderschön. Wenn wir Sirāt sehen, sehen wir, dass diese Menschen im Leben kämpfen. Man spürt auch, dass sie über sich hinauswachsen. Sie haben Schmerz erfahren, aber überwinden ihn. In gewisser Weise ist dieser Film eine Gemeinschaft verletzter Menschen. Er ist wie eine Familie; die Freundschaft von Menschen, die erkannt haben, dass sie zerbrochen sind. Es ist, als würden die Raver zu Luis sagen: „Willkommen zu Hause. Jetzt verstehst du uns besser."

LB: Welche Filmschaffende und Autor*innen inspirieren die bei deiner filmischen Arbeit?

OL: Ich mag Pasolinis radikale und direkte Suche nach Schönheit. Eine Explosion der Schönheit. Ich stehe allerdings eher in der Tradition transzendentaler oder spiritueller Filmemacher wie Tarkowski oder Bresson … David Lynch… Visconti … Antonioni inspiriert mich wirklich. In meinem Kino stecken zwar Existenzialismus und Metaphysik, die in Pasolinis und Antonionis Filmen kaum vorkommen, aber er war ein Filmemacher, der verstand, was ein Bild ausmacht. Kunst dreht sich um Proportionen. Bilder drehen sich um Proportionen. Man spürt etwas durch das Bild. Man spürt die Entfremdung.

LB: Vielen Dank für das Interview!



Sirat

Drama · Laufzeit: 115 min

von Oliver Laxe

mit Sergi López, Bruno Núñez, Stefania Gadda

7.0

Ein Vater macht sich in Begleitung seines Sohnes auf die Suche nach seiner vermissten Tochter in Nordafrika.

VARIETY

Nov 29, 2025 12:49pm PT

‘Sirat’ Director Oliver Laxe Looks to Rainforest for Next Film: ‘I’m Very Drawn to the Amazon’

Spanish filmmaker shares dispatches from the awards campaign, as he and fellow Oscar candidate Kleber Mendonça Filho begin to feel the grind

By **Ben Croll**



Oliver Laxe Marrakech Film Festival

The arid plains might soon give way to something far more verdant for “Sirat” director Oliver Laxe, who is looking to the rainforest for inspiration.

“I’m very drawn to the Amazon,” he tells Variety, pointing to “the ceremonies, the soul of the place, its rituals and its medicines” as elements he hopes to explore next. But before he starts writing, Laxe will need to pack his bags. “I need to experience it,” he explains. “I don’t turn reality into film from a distance; it has to be lived. It has to be felt.”

For now, he'll have to wait, as he's currently deep into an awards campaign that has taken him all the way to the Marrakech Film Festival. Still, Laxe's brief stay in Marrakech feels like something of a homecoming for a filmmaker who lived in Morocco for more than a decade, who launched his career out of Tangier, and who wrote his Cannes-winning "Sirat" — Spain's submission for the international feature Oscar — with the Atlas Mountains, the Ziz Valley and the oasis of Erfoud in mind.

"I'm very drawn to that landscape as well," he says. "It's a tectonic landscape from the formation of the planet, a landscape that puts you in your place. You feel small but serious at the same time."



'Sirat'

And yet, as anyone familiar with the harrowing, existential "Sirat" might expect, Laxe prefers to stay rooted in the present — which, at the moment, means seeing his promotional-turned-awards campaign through to the end.

The journey has been long. Since Cannes, Laxe has spent all but two weeks on the road, and the strain is beginning to show.

"The level of intense connection with the audience gives me peace," he says. "It tells me, 'Okay, you're on the right path.' But yes, I'm tired. And yes, I have no time for meditation. Yesterday, I was with ['The Secret Agent' director] Kleber Mendonça Filho [selected by Brazil as its Oscar candidate], and we were saying that we're starting to lose objects. You leave the hotel thinking you checked everything, and suddenly you realize your computer is still on the table.

“I’ve lost clothes, jackets,” Laxe adds. “We’re starting to lose things and it’s only December. I don’t know how far I’ll make it, but Kleber will certainly go until March.”

Does Laxe hope to join his newfound friend at the Oscar ceremony on March 15?

“Inshallah,” he grins.

MOROCCO WORLD NEWS

Olivier Laxe Returns to 'Scandalous Beauty' of Morocco for Marrakech Film Festival

Olivier Laxe sees his cinema as a response to fear, particularly the fear he observes in contemporary society.



By **Firdaous Naim** — Nov, 30, 2025

0 0 AA



Olivier Laxe Returns to 'Scandalous Beauty' Morocco for Marrakech Film Festival

Marrakech – At the 22nd edition of the Marrakech International Film Festival (FIFM), Olivier Laxe stood on familiar ground.

Laxe is a Spanish filmmaker, screenwriter, and actor born in France, with roots in Galicia. He is widely recognized for works such as You All Are Captains, Mimosas, Fire Will Come, and Sirat. With Sirat, Laxe received the Jury Prize at the 2025 Cannes Film Festival.

His film “Sirat,” also presented in the 11th Continent category, marks both a professional milestone and a personal homecoming.

“I lived here ten years,” he said, smiling as he spoke of Morocco as a place that continues to anchor his work. Even amid a demanding schedule that includes the British Independent Film Awards happening simultaneously in the UK, Laxe insisted he wanted to be in Marrakech: “I really wanted to present the film in Morocco.”Moroccan food recipes

For Laxe, Morocco is not just a setting. It is a terrain he knows intimately, particularly the southern regions around Ouarzazate, where he spent years observing landscapes that he describes as humbling and nurturing.

The director’s connection to the desert is evident in every frame of Sirat. “The landscape is not just a place,” he explained. “Nature challenges you, it puts you to the test, it speaks. You have to read the signs.”

In his view, the mountains and desert do more than shape the film’s visual identity – they shape the people who stand within them. “They make me feel small, and that’s the real nature of being human,” he said. “It impresses you but gives you serenity.”

A film that walks on the edge

Laxe’s filmmaking is defined by difficulty, by choice. “I look for problems in the shoot,” he admitted with disarming ease. For him, art lives in extremity. “Art, life, spirituality – they’re about going to the limit. That’s where you learn.”

Shooting part of Sirat in the Sahara demanded endurance, but Laxe refused to frame it as hardship. “I don’t understand life without difficulties, nor my job,” he said. “For me, doing my work is going to the limit.”

The director credits his Moroccan team with making those limits bearable. Working with the production company Montfleury, he found what he calls an essential equilibrium on set. “A shoot isn’t only about talent and technical experience. It’s also psychological,” he said.

Long days, emotional intensity, and physical demands require more than skill. They require presence. “Having people next to you who have sbar (patience), hamd (gratefulness), iman (faith) – it helps,” he added. “When there are problems and they say ‘alhamdulillah wa shukurillah’, it helps.”

Spiritual cinema, without explaining everything

Sirat continues Laxe’s exploration of spirituality, not as doctrine, but as lived experience. He cites a hadith that inspires the film’s visual search: “Allah al-jamil wa yuhib al-jamal” (“God is beautiful and loves beauty”).

For him, the world's contradictions and paradoxes contain their own form of sacred order. "The mystery of the world is in that beauty," he said.

Yet he resists didacticism. "Today, art, especially in the West, has too much clarity. It becomes too demonstrative," he said.

He prefers ambiguity, trusting images to operate on a deeper, invisible register. "Images are a tool of esoteric transmission," he explained. "They penetrate you in another way."

Many viewers leave Sirat saying they did not fully understand it, and Laxe accepts that without hesitation. "I'm like a doctor. I know my profession. I know how to make images that make people look inside."

One of the film's moments he cherishes most involves listening to Surat Maryam. "It penetrates the body and the soul," he said. "I have no doubt."

Success, freedom, and the place of fear

Although Laxe speaks with spiritual detachment, he acknowledges ambition. "I have a lot of nafs (pride)," he said with a quiet laugh. "Awards are important. Success is important." Not for prestige, but for what it unlocks: freedom for future projects.

Still, he sees his cinema as a response to fear, particularly the fear he observes in contemporary society. "Today, people are afraid, so they calculate a lot," he said. "In my films, they feel a certain freedom. And that freedom comes from my faith. I am not afraid of failure."

Returning to Morocco to share Sirat brings that freedom full circle. For Laxe, shooting here is never just a logistical choice but a return to a place he describes as "of scandalous beauty," a place where nature confronts and consoles, a place where cinema becomes an act of listening.

"I think Morocco is showing excellence on many levels as a society," he reflected. "And it keeps its soul, it keeps its truth."

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 50
AVE: 13167 €
ÁREA: 236 CM² - 63%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 51959
OTS: 395000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

30 Noviembre, 2025



Crónicas de cine • José Luis Losa

Los rivales de Oliver por el Óscar

«Sirât» pugnará con filmes como «Sentimental Value», «O agente secreto», «Un simple accidente», «No Other's Choice», «Sound of Falling» y «La voz de Hind»

Para saber las posibilidades reales que Oliver Laxe tiene en la carrera hacia los Óscar que culmina el próximo 15 de marzo conviene remontarse al equilibrio de fuerzas del pasado festival de Cannes. Recuerdo el pase bajo embargo de *Sirat* el pasado mes de mayo, una semana antes de su estreno en Cannes. También la coincidencia con algunos de los colegas de la crítica de los que más festivales llevan a sus espaldas en la idea de que la película de Oliver Laxe tenía asegurado hacer mucho ruido en la Croisette. Y en consecuencia con las reglas que allí rigen, que valoran mucho el cine epatante, sus opciones elevadas de llevarse premio en el podio *cannoise*.

Una vez producida la detonación de *Sirat* en su proyección en la sala Lumière no tuve ninguna duda sobre la presencia de Laxe en el palmarés. Es verdad que la percepción era que la Palma de Oro caería entre dos películas de las de falso prestigio: la endeble nueva obra del iraní Jafar Panahi, *Un simple accidente*, como un mal sucedáneo del cine de Berlanga y Azcona. Y la sumamente empalagosa engañifa danesa de Joachim Trier *Sentimental Value* y su intento de colar su cine trucho como si fuese un Bergman tuneado. En efecto, al final estos dos blufs fílmicos se llevaron en Cannes la parte del león. Panahi fue Palma de Oro, por aquello de ensalzar su disidencia iraní. Y Trier se llevó la plata del Gran Premio del Jurado. Las tres películas realmente importantes de ese Cannes triunfaron en sol menor: los rubros de dirección y de actor para la pieza maestra de Klever Mendonça Filho, *O agente secreto*. Y el Premio del Jurado, en un ex aequo, para *Sirât* y la alemana *Sound of Falling*, de la joven cineasta alemana Masha Schilinski.

Pues bien, esa cartografía de Cannes podría muy bien repetirse en la lista final de cinco nominaciones al Óscar a la mejor película de habla no inglesa que llegará a la noche del 15 de marzo. No es ni mucho menos una certeza porque en la carrera hacia ese premio específico se cuela muchas veces una liebre mecánica, inyectada ahí por sorpresa gracias a una campaña publicitaria que muchas veces define el voto de unos académicos que ya no son tan ancianos pero donde sigue primando el votante al que hay que proyectarle las películas en el sofá de su casa.

Pero al quinteto de Cannes hay que anotarle dos liebres proyectadas en Venecia. *La voz de Hind*, propulsada por el impacto emocional de su pase en la Mostra, es la estafa que una inescrupulosa directora franco-tunecina ha colado al manosear para su beneficio el genocidio de la población palestina. Su dispositivo inmoral utiliza la voz real de una niña antes de ser asesinada por los militares israelíes en el interior del coche de su familia. La desesperada conversación que mantuvo con la Media Luna Roja es insertada como vil recurso lacrimógeno en paralelo a una mala ficción en la que los actores fingen llorar al escucharla en falso tiempo real. Y también de la Mostra procede la última de las piezas arribadas a la lista de favoritas: la excentricidad de Park Chanwook *No Other's Choice*, que podría aprovechar que el director coreano es ya conocido en Hollywood para ver en las nominaciones a su asesino nato adaptado de la novela negrísima de Donald Westlake.

CRUZAR EL CHARCO
Hollywood. Si Oliver Laxe es desde el inicio de su carrera un autor mimado por Cannes, esta será la primera ocasión en que probará la difícil aventura americana de los Óscar.

Como siempre saltan otras liebres, falta por ver cuáles son estas cuando el próximo 16 de diciembre se dé a conocer la *short list* o preselección de quince títulos. Por ahí andarán también pujando dos películas latinas, la colombiana *Un poeta* y la chilena *La misteriosa mirada del flamenco*, ambas vistas en Cannes al igual que las ganadoras de la Cámara de Oro, la iraquí *The President's Cake*, y de la Semana de la Crítica, la tailandesa *Un fantasma útil*. La china *Resurrection*, de Bi Gan, ha pinchado en su engolada egomanía. Pero todavía posee devotos suficientes para salir de la oscuridad. Lo más normal es que todas estas se queden en el camino.

Casi habría que hablar de certeza en cuanto al acceso de *Sirat* a ese corte de mediados de diciembre. En el del 22 de enero, donde solo quedarán las cinco finalmente nominadas, se producirá el pulso crucial.

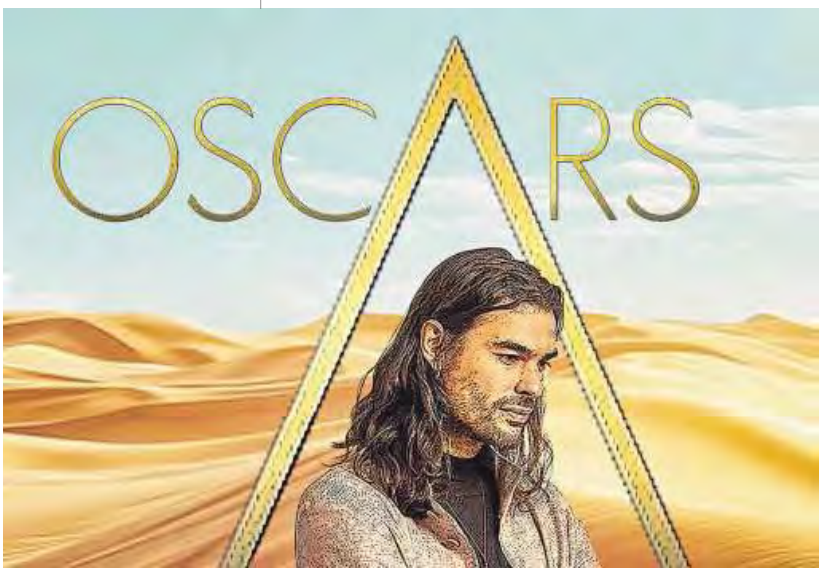


ILUSTRACIÓN **MARÍA PEDREDA**

La campaña de promoción de «Sirât», con los deberes bien hechos

A la hora de lograr plaza en el quinteto de elegidas, Oliver Laxe va haciendo los deberes con excelencia. Cuenta como distribuidora norteamericana con la poderosa Neon, que estuvo detrás de *Anora*, *Anatomía de una caída* y *Parásitos*. Para no caer en desinformación triunfalista hay que decir que Neon distribuye también el resto de filmes favoritos. Con su hoja de ruta/rave Laxe lleva meses en el roadtrip para infatigables: ha recorrido el circuito de festivales domésticos norteamericano, del Lincoln Center a California. Ha ganado los festivales de Chicago y Denver. Ha hecho pleno en las candidaturas a los Premios del Cine Europeo (EFA), con nueve nominaciones. También ha obtenido la candidatura como mejor director en los Gotham, en una categoría donde Oliver Laxe compite con Paul Thomas Anderson, Jafar Panahi y Kelly Reichardt.

El oscarómetro del semanario estadounidense *Variety* sitúa a *Sirât* al filo de entrar en la selección final. Por delante de todas las demás, como clara favorita a mejor filme de habla no inglesa, se sitúa la meliflua *Sentimental Value* (que entrará con seguridad en varias candidaturas más), seguida de *O agente secreto* y *Un simple accidente*. Así las cosas, con quien *Sirât* podría lidiar para soñar con ser carne de Óscar será con el asesino nato de *No Other's Choice*, con las mujeres suspendidas en el tiempo de *Sound of Falling* y con la deshonestidad lacrimógena de *La voz de Hind*. Al fin y al cabo, ¿qué es la ruta hacia los Óscar sino un crudo *survival* con tantos giros de guion como el desierto fondeado de explosivos?

VARIETY

Nov 30, 2025 10:00am PT

Awards Season Ignites: What Will Gotham, NYFCC, NBR and LAFCA Pick — and Will It Shape the Oscar Race?

By Clayton Davis



Courtesy Everett Collection; Hamnet: Focus Features/Courtesy Everett Collection

The marathon to the Oscars officially begins next week, when five influential organizations unveil their selections — setting the early tone for a season that promises heavyweight contenders, late-breaking surprises and no shortage of pundit hand-wringing.

The Gotham Awards (Dec. 1), New York Film Critics Circle (Dec. 2), National Board of Review (Dec. 3) and Los Angeles Film Critics Association (Dec. 7) make up the first major wave of precursor announcements. Sprinkled between them are the Film Independent Spirit Award nominations (Dec. 2), the Critics Choice film nominations (Dec. 5) and the occasional smaller regional critics' citations — all adding to the noise as the season ignites.

While each group has its own identity, influence and taste profile, three of them — NYFCC, NBR and LAFCA — are considered part of the so-called "Big Four" critics' awards (the National Society of Film Critics completes the quartet when it announces on Jan. 3). Only three films in history have swept all four: "Schindler's List" (1993), "L.A. Confidential" (1997) and "The Social Network" (2010). Only "Schindler" went on to win the Oscar for best picture.

This coming week could also determine how Paul Thomas Anderson's action epic "One Battle After Another" settles into the season. As the assumed frontrunner, its performance across these groups will be watched closely — though a miss (or even multiple misses) would hardly render it "dead." Instead, depending on who emerges victorious, it could clarify the shape of a spoiler. That might be Chloé Zhao's "Hamnet," anchored by presumed best actress leader Jessie Buckley; Ryan Coogler's gothic horror drama "Sinners," featuring a transformative Michael B. Jordan; or Josh Safdie's wild-card period comedy "Marty Supreme," showcasing Timothée Chalamet.

This marks the third year since the Gotham Awards — hosted by the Gotham Film & Media Institute — eliminated its $35 million budget cap. The change has broadened its slate and, occasionally, its Oscar impact. Past Gotham best feature winners include "Spotlight," "Moonlight" and "Everything Everywhere All at Once," all of which ultimately won the Academy's top prize. Still, the Gothams often set the tone rather than foretelling destiny, signaling which titles are entering the conversation with heat. PTA's $130 million-plus vehicle set the all-time Gotham noms record with six (much to the disdain of indie filmmakers who are trying relentlessly to garner some notice). Many believe the film will clean up. However, with jury of five people, there's no telling what they'll select.

The NYFCC is among the industry's most prestigious critics' groups, though its choices rarely mirror the Academy's ultimate victor. The membership gravitates toward deep, textural narratives — think Todd Haynes' "Carol" — and often sidesteps the presumed Oscar frontrunner. The group has aligned with the Academy's best picture winner only once in the past decade, with Michel Hazanavicius' "The Artist." The group is also vulnerable to recency bias, memorably selecting "American Hustle" in 2013 just one day after screening it. That could bode well for James Cameron's "Avatar: Fire and Ash," the third installment in his franchise which will screen for critics for the first time on Monday. Many of the NYFCC membership have been publicly euphoric about PTA's starry ensemble joint. That could kick things off accordingly.

The National Board of Review often manufactures early-season momentum that evaporates by the time Oscar voting arrives. Historically, NBR has favored Warner Bros. films, particularly those directed by Clint Eastwood. Over 40 years, most NBR best film winners have gone on to earn at least an Oscar nomination for best picture — exceptions include "Gods and Monsters" (1998), "Quills" (2000) and "A Most Violent

Year" (2014). The 1980s included two notable misses: "Empire of the Sun" (1987) and "Betrayal" (1983), the latter tying with "Terms of Endearment."

Since the Academy expanded the best picture lineup in 2009, NBR and the Oscars have intersected only once with "Green Book" (2018).

And last year was a particularly rough one for NBR's predictive power. Of its major winners, only Kieran Culkin ("A Real Pain") went on to win the Oscar. Best film winner "Wicked" and adapted screenplay winner "Sing Sing" secured nominations, but the rest — director Jon M. Chu, Daniel Craig ("Queer"), Nicole Kidman ("Babygirl"), Elle Fanning ("A Complete Unknown") and the original screenplay "Hard Truths" — failed to materialize with the Academy.

The Los Angeles Film Critics Association tends to favor bold filmmaking, and its best picture winner can often becomes a significant awards-season force. Last year's pick, "Anora," joined a lineage of LAFCA champs that later triumphed at the Oscars, including "The Hurt Locker" (2009), "Moonlight" (2016) and "Parasite" (2019). LAFCA's choices for best director often intersect with the Academy as well, with six winners since 2009 — including Kathryn Bigelow, Bong Joon Ho and Jane Campion — eventually taking home the statuette.

Selected by roughly 575 voting members, the Critics Choice Awards tend to reflect broader industry consensus. Last season, "Anora" used a Critics Choice best picture win to reassert itself after being shut out at the Golden Globes and SAG Awards — momentum it carried all the way to the Academy Awards. Three acting winners — Adrien Brody, Kieran Culkin and Zoe Saldaña — also repeated at the Oscars.

All this speculation also comes with a word of warning: early rarely equals most accurate. The earliest precursors can deceive. Before Guillermo del Toro's "The Shape of Water" won best picture, it failed to crack NBR's top 10 and was omitted by other early groups, leading many pundits to declare the film finished. Could a similar pathway present itself with his newest effort, "Frankenstein?"

Also noteworthy, none of the "The Lord of the Rings" films ever made NBR's top 10 lists either. And early critics' citations can convince awards watchers that a contender is emerging — only for the Academy to pass on it entirely, as seen with Regina Hall in "Support the Girls" and Rachel Weisz in "The Deep Blue Sea."

As these five organizations roll out their selections next week, industry watchers will begin parsing patterns, tea leaves and perceived momentum. But history suggests patience: the race doesn't truly take shape until the guilds weigh in come January. Until then, next week is merely the opening act — lively, unpredictable and essential for understanding the terrain ahead.

Read *Variety's* predicted precursor winners below.

Gotham Awards



Best Feature: "Train Dreams" (Netflix) — Michael Heimler, Will Janowitz, Marissa McMahon, Ashley Schlaifer, Teddy Schwarzman, producers

Alternates: "One Battle After Another" (Warner Bros.) and "Hamnet" (Focus Features)

Director: Paul Thomas Anderson, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Alternate: Oliver Laxe, "Sirât" (Neon)

Outstanding Lead Performance: Jessie Buckley, "Hamnet" (Focus Features)

Alternate: Wagner Moura, "The Secret Agent" (Neon) and Lee Byung-hun, "No Other Choice" (Neon)

Outstanding Supporting Performance: Stellan Skarsgård, "Sentimental Value" (Neon)

Alternates: Teyana Taylor, "One Battle After Another" (Warner Bros.) and Benicio Del Toro, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Breakthrough Performer: Chase Infiniti, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Alternate: Tonatiuh, "Kiss of the Spider Woman" (Roadside Attractions/Lionsgate/LD Entertainment)

Original Screenplay: "The Secret Agent" (Neon) — written by Kleber Mendonça Filho

Alternate: "Sorry, Baby" (A24)

Adapted Screenplay: "Train Dreams" (Netflix) — written by Clint Bentley, Greg Kwedar

Alternate: "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Documentary Feature: "The Perfect Neighbor" (Netflix) — directed by Geeta Gandbhir; Sam Bisbee, Geeta Gandbhir, Nikon Kwantu, Alisa Payne, producers

Alternate: "2000 Meters to Andriivka" (PBS)

International Feature: "It Was Just an Accident" (Neon) — Philippe Martin, Jafar Panahi, producers

Alternate: "No Other Choice" (Neon)

Breakthrough Director: Akinola Davies Jr., "My Father's Shadow" (Mubi)

Alternate: Harris Dickinson, "Urchin" (1-2 Special)

New York Film Critics Circle



Photo : Courtesy Everett Collection

Best Film

1. "One Battle After Another" (Warner Bros.)
2. "No Other Choice" (Neon)
3. "Train Dreams" (Netflix)

Director

1. Paul Thomas Anderson, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
2. Josh Safdie, "Marty Supreme" (A24)
3. Jafar Panahi, "It Was Just an Accident" (Neon)

Actor

1. Timothée Chalamet, "Marty Supreme" (A24)
2. Wagner Moura, "The Secret Agent" (Neon)
3. Leonardo DiCaprio, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Actress

1. Renate Reinsve, "Sentimental Value" (Neon)
2. Rose Byrne, "If I Had Legs I'd Kick You" (A24)
3. Jessie Buckley, "Hamnet" (Focus Features)

Supporting Actor

1. Sean Penn, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
2. Billy Crudup, "Jay Kelly" (Netflix)
3. Alexander Skarsgård, "Pillion" (A24)

Supporting Actress

1. Amy Madigan, "Weapons" (Warner Bros.)
2. Teyana Taylor, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
3. Inga Ibsdotter Lilleaas, "Sentimental Value" (Neon)

Screenplay

1. "One Battle After Another" (Warner Bros.) — Paul Thomas Anderson
2. "Marty Supreme" (A24) — Ronald Bronstein and Josh Safdie
3. "Train Dreams" (Netflix) — Clint Bentley and Greg Kwedar

Animated Film

1. "Little Amélie or the Character of Rain" (GKids)
2. "Zootopia 2" (Walt Disney Pictures)
3. "KPop Demon Hunters" (Netflix)

Cinematography

1. "Train Dreams" (Netflix) — Adolpho Veloso
2. "Sinners" (Warner Bros.) — Autumn Durald Arkapaw
3. "One Battle After Another" (Warner Bros.) — Michael Bauman

Non-Fiction Film

1. "The Librarians" (Independent Lens)
2. "Orwell: 2+2=5" (Neon)
3. "The Alabama Solution" (HBO Documentary Films)

International Film

1. "Sirât" (Neon)
2. "The Secret Agent" (Neon)
3. "The Voice of Hind Rajab" (Willa)

First Film

1. "Pillion" (A24) Harry Lighton
2. "The Chronology of Water" (The Forge) — Kristen Stewart

National Board of Review



Best Picture: "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: "Frankenstein" (Netflix); "Hamnet" (Focus Features)

Director: Paul Thomas Anderson, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: Guillermo Del Toro, "Frankenstein" (Netflix); Joachim Trier, "Sentimental Value" (Neon)

Actor: Jesse Plemons, "Bugonia" (Focus Features)
Alternates: Joel Edgerton, "Train Dreams" (Netflix); Jeremy Allen White, "Springsteen: Deliver Me From Nowhere" (20th Century Studios)

Actress: Amanda Seyfried, "The Testament of Ann Lee" (Searchlight Pictures)
Alternates: Jessie Buckley, "Hamnet" (Focus Features); Cynthia Erivo, "Wicked: For Good" (Universal Pictures)

Supporting Actor: Jacob Elordi, "Frankenstein" (Netflix)
Alternates: Adam Sandler, "Jay Kelly" (Netflix); Delroy Lindo, "Sinners" (Warner Bros.)

Supporting Actress: Ariana Grande, "Wicked: For Good" (Universal Pictures)
Alternates: Gwyneth Paltrow, "Marty Supreme" (A24); Teyana Taylor, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Original Screenplay: "Jay Kelly" (Netflix) — Noah Baumbach and Emily Mortimer
Alternates: "Weapons" (Warner Bros.); "Sentimental Value" (Neon)

Adapted Screenplay: "Hamnet" (Focus Features) — Maggie O'Farrell and Chloé Zhao
Alternates: "Wake Up Dead Man" (Netflix); "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Breakthrough Performance: Chase Infiniti, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: Inga Ibsdotter Lilleaas, "Sentimental Value" (Neon); Miles Caton, "Sinners" (Warner Bros.)

Directorial Debut: Kristen Stewart. "The Chronology of Water" (The Forge)
Alternates: Ben Leonberg, "Good Boy" (IFC); Harry Lighton, "Pillion" (A24)

Ensemble: "Sinners" (Warner Bros.)
Alternates: "One Battle After Another" (Warner Bros.); "Hamnet" (Focus Features)

Documentary Feature: "The Alabama Solution" (HBO Documentary Films)
Alternates: "Cover-Up" (Netflix); "The New Yorker at 100" (Netflix)

International Feature: "The Secret Agent" (Neon)
Alternates: "Nouvelle Vague" (Neon); "Belen" (Amazon MGM Studios)

Cinematography: "Avatar: Fire and Ash" (20th Century Studios) — Russell Carpenter
Alternates: "The Smashing Machine" (A24); "Train Dreams" (Netflix)

NBR Freedom of Expression: Kaouther Ben Hania, "The Voice of Hind Rajab" (Willa)

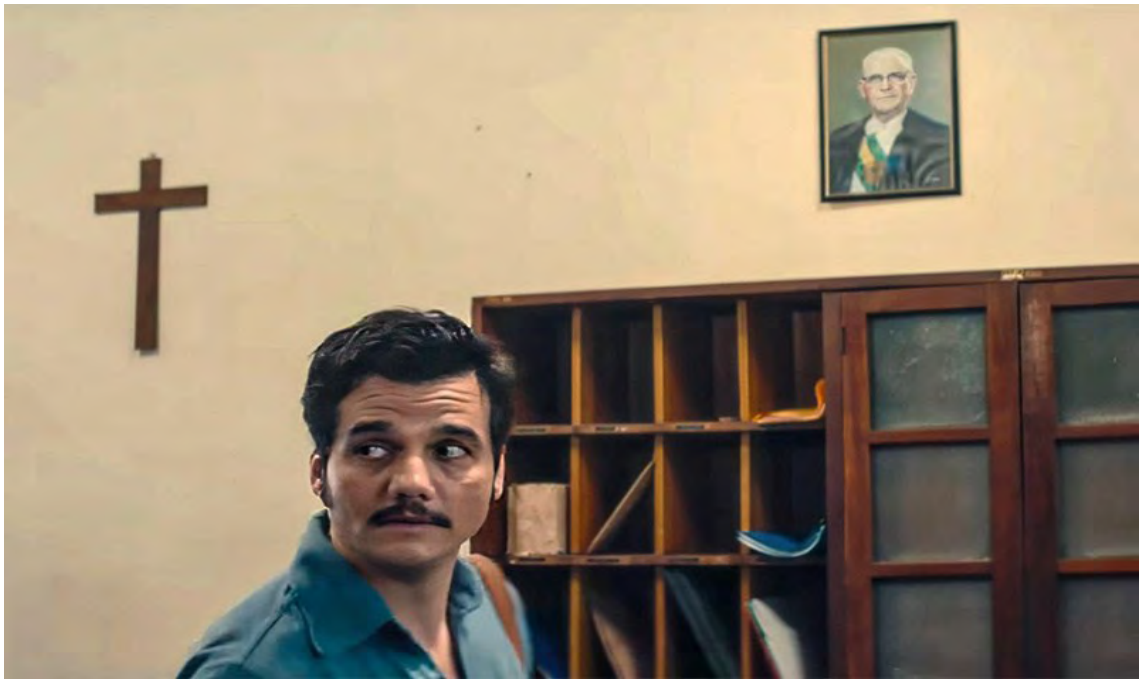
Top 10 Films

- "Avatar: Fire and Ash" (20th Century Studios)
- "Bugonia" (Focus Features)
- "F1" (Apple Original Films/Warner Bros.)
- "Frankenstein" (Netflix)
- "Hamnet" (Focus Features)
- "A House of Dynamite" (Netflix)
- "Roofman" (Paramount Pictures)
- "Sinners" (Warner Bros.)
- "Springsteen: Deliver Me From Nowhere" (20th Century Studios)
- "Weapons" (Warner Bros.)

Top 10 Independent Films

- "The Baltimorons" (IFC)
- "Blue Moon" (Sony Pictures Classics)
- "Bob Trevino Likes It" (Roadside Attractions)
- "Don't Let's Go to the Dogs Tonight" (Sony Pictures Classics)
- "East of Wall" (Sony Pictures Classics)
- "The Life of Chuck" (Neon)
- "Preparation for the Life" (Amazon MGM Studios)
- "The Plague" (IFC)
- "Sorry, Baby" (A24)
- "Twinless" (Roadside Attractions)

Los Angeles Film Critics Association



Best Picture: "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: "It Was Just an Accident" (Neon); "Avatar: Fire and Ash" (20th Century Studios)

Director: Kleber Mendonça Filho, "The Secret Agent" (Neon)
Alternates: Paul Thomas Anderson, "One Battle After Another" (Warner Bros.); Clint Bentley, "Train Dreams" (Netflix)

Leading Performance: Jessie Buckley, "Hamnet" (Focus Features) and Joel Edgerton, "Train Dreams" (Netflix)
Alternates: Lee Byung-hun, "No Other Choice" (Neon) and Renate Reinsve, "Sentimental Value" (Neon)

Supporting Performance: Elle Fanning, "Sentimental Value" (Neon) and Teyana Taylor, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: Zoey Deutch, "Nouvelle Vague" (Netflix) and Benicio Del Toro, "One Battle After Another" (Warner Bros.)

Screenplay: "It Was Just an Accident" (Neon) — Jafar Panahi
Alternates: "Sinners" (Warner Bros.) — Ryan Coogler; "One Battle After Another" (Warner Bros.) — Paul Thomas Anderson

Cinematography: "Sinners" (Warner Bros.) — Autumn Durald Arkapaw
Alternates: "Avatar: Fire and Ash" (20th Century Studios) — Russell Carpenter; "One Battle After Another" (Warner Bros.) — Michael Bauman

Best Editing: "Marty Supreme" (A24) — Ronald Bronstein, Josh Safdie
Alternates: "F1" (Apple Original Films/Warner Bros.) — Stephen Mirrione; "Hamnet" (Focus Features) — Affonso Gonçalves and Chloé Zhao

Best Music: "One Battle After Another" (Warner Bros.) — Jonny Greenwood
Alternates: "A House of Dynamite" (Netflix) — Volker Bertelmann; "Sinners" (Warner Bros.) — Ludwig Göransson

Animated Film: "KPop Demon Hunters" (Netflix)
Alternates: "Arco" (Neon); "Zootopia 2" (Walt Disney Pictures)

Production Design: "Frankenstein" (Netflix) — Tamara Deverell
Alternates: "The Fantastic Four: First Steps" (Marvel Studios) — Kasra Farahani; "Marty Supreme" (A24) — Jack Fisk

New Generation: Chase Infiniti, "One Battle After Another" (Warner Bros.)
Alternates: Inga Ibsdotter Lilleaas, "Sentimental Value" (Neon); Miles Caton, "Sinners" (Warner Bros.)

Documentary Feature: "The Perfect Neighbor" (Netflix)
Alternates: "2000 Meters to Andriivka" (PBS); "The Alabama Solution" (HBO Documentary Films)

Foreign Language Film: "The Secret Agent" (Neon)
Alternates: "It Was Just an Accident" (Neon); "Sirāt" (Neon)

LA RAZÓN
Tecnología y consumo

De dominar el deporte a rozar el colapso: el fútbol arrastra a Mediapro al abismo

La salida de varias competiciones internacionales, una estrategia fallida con los eSports y la sobredimensión de su infraestructura técnica agravan la situación



Mediapro da dos semanas a las cadenas para hagan sus ofertas para emitir la Liga

David Jaramillo 28.11.2025 14:45

Mediapro, la histórica productora que durante años fue sinónimo de retransmisión deportiva de primer nivel, se enfrenta a uno de los peores momentos de su historia. La empresa prepara un ERE que podría afectar a más de 1.000 empleados, una medida drástica que refleja un modelo de negocio que ya no aguanta ni su propio peso. El detonante ha sido el fútbol: sin él, la maquinaria se ha quedado sin motor.

La compañía ha perdido, una a una, las grandes ligas que sostenían su estructura internacional. Primero cayó la Ligue 1, luego la Serie A y, más recientemente, la liga canadiense. Cada baja fue un golpe a su músculo operativo, dejando sin trabajo a equipos técnicos enteros. Pero el mazazo definitivo llegó con la pérdida de los derechos de LaLiga española. Sin este contrato, más de 100 unidades móviles de alta tecnología y miles de eventos anuales se han quedado sin razón de ser.

Mientras tanto, los intentos por reinventarse han quedado en humo. El ambicioso fondo de 1.000 millones para competir en la compra de derechos deportivos internacionales nunca despegó, y los proyectos en eSports —presentados como la gran apuesta de futuro— han quedado congelados por falta de inversores. El repliegue ha sido tan rápido como costoso, y ahora la empresa tiene que recortar a toda prisa.

El nuevo equipo directivo, que tomará el relevo en enero, hereda una situación crítica. Según las cifras filtradas, Mediapro cerró 2024 con unas pérdidas de 72 millones de euros, una cifra que ha alarmado al fondo chino Orient Hontai Capital, su accionista mayoritario. Después de años de inversiones sin retorno, los números no perdonan.

Pero más allá del ajuste contable, el ERE marca el principio del fin de una era en la producción audiovisual deportiva en España. La retirada de Mediapro de los grandes campeonatos internacionales no solo reduce su influencia global, sino que reconfigura el equilibrio de poder en un sector donde los derechos de emisión son el oro del siglo XXI. La empresa que una vez lideró el cambio tecnológico en el fútbol ahora se ve obligada a vender sus herramientas más preciadas.

En el fondo, este derrumbe tiene un mensaje claro: sin contenidos potentes, ni la mejor tecnología salva a una productora. Mediaproapostó todo al fútbol y ha perdido la partida. Lo que antes fue su ventaja competitiva, hoy se ha convertido en un lastre imposible de sostener. La televisión del deporte ya no se juega solo en el campo; también en el tablero empresarial, y ahí Mediapro se ha quedado sin jugadas.

LA RAZÓN
Tecnología y consumo

FINANCIAL TIMES

Football

FC Barcelona's tie-up with Samoa-based crypto start-up sparks backlash

Heavily indebted club faces accusations of desperation over sponsorship deal with little-known firm Zero-Knowledge Proof



Ferran Torres celebrates with Lamine Yamal, both of FC Barcelona. The club has distanced itself from ZKP's coin auction © FT montage/EPA/Shutterstock

Josh Noble in London NOV 28 2025

FC Barcelona has come under fire after agreeing a sponsorship with a little-known crypto start-up registered in Samoa, in a deal that critics argue underscores the club's desperation to raise new revenue and potentially exposes its fans to financial risks.

The heavily indebted Catalan club this month announced a three-year deal with Zero-Knowledge Proof, which will become Barcelona's official blockchain technology partner.

ZKP announced the sponsorship deal with one of the world's pre-eminent sports teams in its first post on X. Its account had only dozens of followers at the time.

The start-up is named after a cryptographic concept in which a person can prove they possess certain information, or have sufficient funds to make a payment, without revealing any personal data. ZKP held its first auction of 200mn zero knowledge proof coins on Thursday.

While ZKP's website professes a commitment to transparency, it offers scant detail on who is running the company, or who provided the $100mn financing it claims to have received. Its terms of service are governed by the laws of Samoa.

"Everyone asks, "Who's behind this?" the company says on its website. "As if knowing the names would make the code stronger. It won't. We're real — engineers, cryptographers, ex-founders, system killers. But we're not playing the PR game."

ZKP did not respond to requests for comment.

Martin Calladine, author of No Questions Asked: How football joined the crypto con, said the dearth of information on ZKP was "deeply concerning" and its tie-up with Barcelona harks back to some of the most egregious sponsorship deals between football clubs and dubious crypto firms.

Calladine added Barcelona fans could be lured into buying coins that "could easily end up being worthless". ZKP will be able to advertise its service through Barcelona's digital channels as part of the agreement.



FC Barcelona's delayed stadium renovation, overseen by club president Joan Laporta, has left it saddled with €900mn of related borrowing © Lluis Gene/AFP/Getty Images

Hours after the Barcelona deal was announced, self-described misogynist influencer Andrew Tate posted a video on X encouraging his followers to embrace "zero knowledge proof privacy systems" in order to prevent their crypto holdings being accessed by tax authorities.

Tate told the Financial Times in a statement that while he was an advocate of the technology he has "zero involvement with FC Barcelona, zero interest in football, and zero desire to sponsor anything in that world."

Tate is one of three accounts followed by ZKP's X account, along with FC Barcelona and Bitcoin.

Former Barcelona board director Xavier Vilajoana, who plans to run against incumbent Joan Laporta for the club presidency next year, questioned what due diligence the club had done before signing the deal with ZKP.

Vilajoana warned that partnering with an embryonic and secretive crypto start-up was a sign that "desperation" was shaping decision-making at the financially stricken club.

"It is incredibly concerning that Barca's leadership would choose to associate the club with a company whose background raises so many red flags," he said.

Barcelona did not respond to questions over the ZKP deal from the Financial Times, but pointed to a statement published on Wednesday distancing itself from ZKP's coin auction.

The Catalan club said it had "no connection whatsoever" to ZKP's token, had "no responsibility" for its issuance, and did not use "the associated technology".

A previous version of ZKP's terms of service gave its legal name as Braxova Ltd, a Samoan business whose address is listed as being at an offshore business consultancy based in a two-storey building in the capital, Apia. The reference was subsequently removed.

ZKP says on its website it has no base as it is "a decentralised project" with contributors across multiple jurisdictions.

In a press release announcing the Barcelona deal, ZKP included quotes from Jeff Wilck, described as its head of blockchain. The Financial Times was unable to find further details about Wilck, whose name is similar to that of Jeffrey Wilcke, a co-founder of the Ethereum blockchain. Wilcke did not respond to a request for comment over LinkedIn.

The ZKP deal comes at a time when Barcelona is under severe financial pressure, after embarking on an ill-judged player-buying spree between 2017 and 2019.

The club has been punished repeatedly for breaching Spanish football's spending limit and forced to offload star players. Its latest accounts showed net debt of €469mn plus more than €900mn of stadium-related borrowing.

Barcelona has sought to improve its finances through asset sales, including a portion of its long-term television income, but costly delays to its stadium renovation have made raising revenue more pressing.

Crypto firms have rushed to sponsor football clubs in recent years but many deals have ended in acrimony. Inter Milan, Roma, Chelsea and Atlético Madrid are among the clubs that have entered into deals that ended early — in some cases the crypto groups failed to make agreed payments.

Some of Barcelona's other efforts to cash in on nascent technologies have also gone awry.

The club booked a €141mn writedown last year after a deal to sell a stake in Barca Vision, a subsidiary set up to house "all initiatives associated to Web3, NFTs and the metaverse", collapsed when investors failed to make payments.

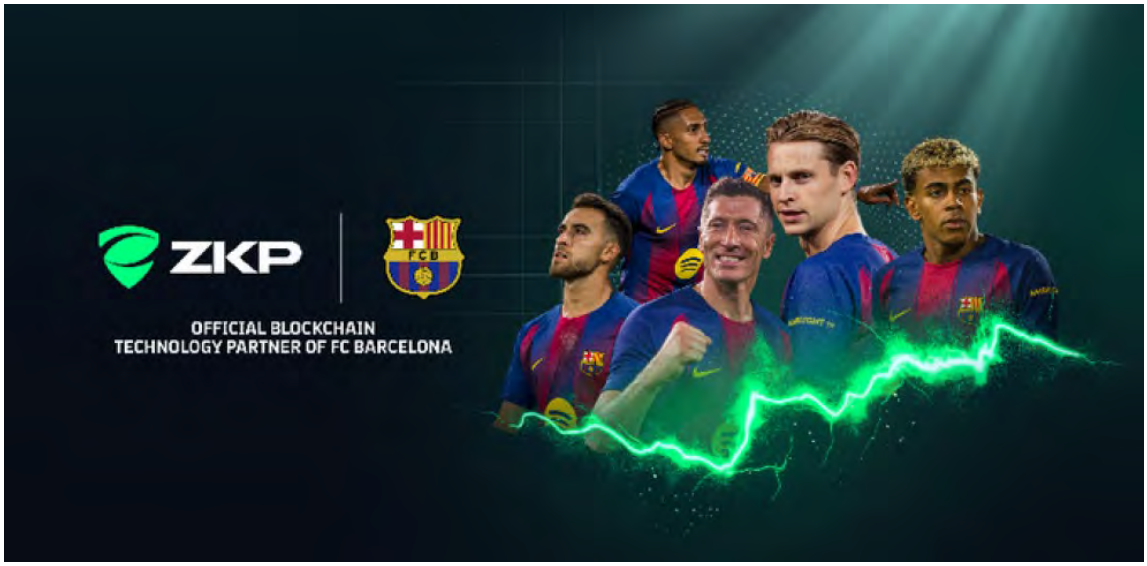
Additional reporting by Chris Cook

LA VANGUARDIA
Barça

FC BARCELONA

El Barça inicia la ruptura del acuerdo con su patrocinio más fugaz y polémico

A Zero Knowledge Proof se le vincula con un promotor acusado de graves delitos



Joan Josep Pallàs, Roberto Rodríguez 28/11/2025

El FC Barcelona, a través de su departamento jurídico, está buscando la fórmula para romper el acuerdo de patrocinio que el propio club hizo oficial hace unos días con la compañía Zero Knowledge Proof (ZKP). Según fuentes de la entidad azulgrana, las conversaciones con el todavía socio comercial forman parte del inicio del proceso de resolución, aunque el tiempo que durarán las gestiones y su desenlace dependerán de la letra pequeña del acuerdo.

Durante este viernes, las informaciones periodísticas sobre los controvertidos vínculos de ZKP alertaron a muchos socios y aficionados barcelonistas. Y no era para menos. Con sede en Samoa, un paraíso fiscal, la compañía presume de no ofrecer información sobre sus inversores ni sus socios y su principal promotor es Andrew Tate, un exluchador de kickboxing con 21 cargos en la justicia del Reino Unido, entre ellos los de violación, tráfico de personas, agresión y control de la prostitución. ZKP, hasta que se confirme la intención del Barça de romper su acuerdo, debía ser el nuevo partner de protocolo criptográfico del club hasta 2028.

La compañía, "de baja reputación" según el 'Financial Times', lanzó un token del que el club ya se ha desvinculado

Uno de los medios más críticos con la compañía era el periódico económico británico Financial Times, que aseguraba en su web que "la desesperación del Barça por buscar nuevas fuentes de financiación" le había llevado a asociarse con una empresa "de muy baja reputación en el sector".

La primera señal de preocupación se originó un día después del anuncio del acuerdo con el Barça, al lanzar ZKP un nuevo token que fue únicamente promocionado por el mencionado Andrew Tate a través de un vídeo en sus redes sociales. La promoción por parte del Barça de esta empresa podía llevar a cualquier aficionado culé a fiarse y adquirir este token, cuya compra podría suponer un engaño.

La entidad azulgrana reaccionó el jueves con un comunicado en el que aseguró no tener ninguna vinculación con el token lanzado, "ni responsabilidad ni participación alguna en la emisión o gestión del activo digital", dejando claro que tampoco utiliza "la tecnología asociada a este producto". El club subrayaba que "la creación de este token no formaba parte del acuerdo de patrocinio" firmado hace unos días, y que su existencia "no estaba prevista" en el marco de la colaboración establecida entre ambas partes.

Una de las circunstancias que más llamaban la atención de la controvertida startup es que, antes del acuerdo, no había publicado nunca en la red social X, y solo seguía a tres perfiles: al club azulgrana, al perfil de Bitcoin, la criptomoneda más conocida, así como a Andrew Tate, el polémico influencer. Desde el día del acuerdo, el perfil de la empresa ha pasado de tener 32 seguidores a los 1.665 actuales.

The Hollywood Reporter

Paramount+ Becomes Official Partner of English Soccer Club Arsenal

Arsenal legend Thierry Henry narrates a video released in celebration of the partnership's launch.

By Lily Ford November 28, 2025



Arsenal player Gabriel Martinelli. Courtesy of Getty

In what the partners described as a “landmark” deal, Paramount+ has become an official partner of English soccer club Arsenal.

The partnership will see Arsenal players, club legends and supporters come together to celebrate some of the streamer’s big series, including Landman, starring Billy Bob Thornton, Demi Moore and Sam Elliott, and Guy Ritchie’s MobLand with Tom Hardy, Helen Mirren and Pierce Brosnan.

The Premier League club will also work with Paramount+ on a series of social media campaigns. Fans will see Paramount+ branding featured in-stadium during men’s and women’s match days across the big screens, matchday program features and other stadium experiences.

Arsenal legend Thierry Henry narrates a co-branded video released Friday in celebration of the partnership's launch, titled For the Love of the Team, which you can watch below.

"We're beyond excited to unite Paramount+ and Arsenal — two global iconic brands with supporters that live and breathe passion," said Marco Nobili, executive vp and international general manager of Paramount+.

"With hit series like SpongeBob, South Park, Landman, Yellowstone and more, we're creating experiences that celebrate teamwork, elevate the game and connect supporters," he continued. "This partnership brings the drama, comedy, and unforgettable moments of both worlds to life — on the pitch and beyond."

Arsenal's chief commercial officer, Juliet Slot, added: "We're delighted to welcome Paramount+ into our Arsenal family. They're a world-class, global entertainment brand, and we're so excited to work together and create new ways for our supporters to feel even closer to the club. Their expertise, creativity and investment strengthen our ability to deliver outstanding experiences for our supporters and supports our ambition to compete for major trophies."

Future campaigns will coincide with some of the biggest launches on Paramount+ throughout the 2025-2026 season, the platform added. The first of these, created to mark the return of Taylor Sheridan's hit drama Landman this November, will star first team players in conversation with lifelong Arsenal supporter and social media influencer Sharky alongside Eberechi Eze, William Saliba and Gabi Martinelli.

Subsequent content themed to different Paramount+ shows will showcase several men's and women's first team players.

MotoGP tiene un problema en Italia. Este mundial ha generado tan poco interés que la TV ofrece menos de la mitad por seguir emitiendo las carreras

- Tras años emitiendo MotoGP, Sky rompe la baraja: ofrecen menos de la mitad por renovar

Roberto Montijo 28 NOVIEMBRE 2025



Lo llevamos diciendo todo el año: MotoGP tiene un problema. En los tiempos que corren, vender un producto sin incertidumbre alguna en el que antes de empezar ya se sabe lo que va a pasar no es la mejor manera de atraer al espectador, y ahora toca pagar las consecuencias: Sky Sports se está planteando abandonar MotoGP.

Sky acaba contrato con MotoGP este año, por lo que técnicamente ya ha emitido su última carrera si no renueva. Según asegura el medio especializado Mowmag, Sky le ha ofrecido a Dorna menos de la mitad de lo que pagaban hasta ahora para seguir emitiendo MotoGP. Si no aceptan, el mítico operador abandonará el mundial de motos.

Ni siquiera emitiendo en abierto las Sprint la audiencia se engancha a MotoGP

MotoGP tiene un grave problema en Italia. Si con Marc Márquez y Álex Márquez dominando el campeonato las audiencias se han dado un batacazo importante en España, podemos imaginar lo que ha ocurrido en el país transalpino. Y todo en el peor momento posible: el último año de contrato de Sky Sports con MotoGP.

Según Mowmag, las consecuencias han sido gigantes: Sky le está ofreciendo a Dorna menos de la mitad de lo que pagaban hasta ahora para renovar el contrato. Si los gestores de MotoGP no aceptan la oferta, el histórico operador italiano dejará de emitir las motos tras muchos años de ser la mejor cobertura del mundial.

Precisamente esa es la preocupación de Dorna. Manejan alternativas a Sky, especialmente la de DAZN, con quienes hay buena sintonía desde sus inicios en España. Pero Dorna sabe que DAZN no igualará el despliegue y la cobertura envidiable que año tras años ha hecho Sky de MotoGP. Mantener ingresos pero perder más repercusión.



El fiasco de audiencias de Sky en Italia es especialmente significativo por el formato que utilizaban. Desde que se implantó el formato Sprint, Sky emitía en abierto las carreras cortas de los sábados, y lo único que era de pago es la carrera del domingo. Ni aún así las audiencias han respaldado a MotoGP. Y difícilmente DAZN mantenga ese formato, visto lo visto en España.

Por otro lado da para pensar el hundimiento de interés de MotoGP en España e Italia, los dos únicos países europeos, quizá junto a Francia, en los que tienen cierta implantación. Y es que en la época de los giros de guion y los spoilers, conocer quien va a ganar un campeonato antes de empezar no es la mejor presentación para enganchar a nueva audiencia.

Veremos qué camino toman los nuevos dueños de Liberty Media y cómo se encuentran la casa cuando quieran empezar a trabajar en ella.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 62-63
AVE: 118170 €
ÁREA: 1461 CM² - 117%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

30 Noviembre, 2025



Un año después de llegar a la presidencia de la corporación, ha catapultado las audiencias con tertulias de alto voltaje

El gran poder de José Pablo López en RTVE

QUINO PETIT
Madrid

El niño José Pablo juega con su hermana en Sayalonga, una pequeña localidad enclavada entre los montes de la Axarquía malagueña que presume de ser "el paraíso del níspero". El muchacho desconoce aún su destino en el olimpo audiovisual español. Ni mucho menos imagina verse en medio de intrigas políticas que le llevarán a la presidencia de la radiotelevisión pública española (RTVE), por entonces tan solo un mágico universo encerrado en la pequeña pantalla donde ver *Un, dos, tres...* al son de Mayra Gómez Kemp. Pero aquel niño luchará por ser alguien importante. Cuatro décadas después, logrará su objetivo.

A principios de diciembre del año pasado, José Pablo López tomó posesión, en presencia de sus padres y diversas autoridades, del cargo de presidente de la corporación de medios públicos españoles. Fue su llegada a la cima de una trayectoria como ejecutivo en diversos medios de comunicación tras un camino de hitos como su época al frente de otras cadenas como Trece, la televisión de los obispos. Uno de los periodistas veteranos que colaboró durante su mando en Trece se le acercó para saludarle al final de una reciente comparecencia parlamentaria. "No te reconozco en las cosas que dices, es como si te hubieras muerto y nacido distinto", le reprochó. El aludido respondió: "Todavía no tengo el don de la resurrección".

Tras salir de la cadena de los obispos, López dirigió la pública madrileña hasta su defenestración en la cámara autonómica por un acuerdo entre el PP de Isabel Díaz Ayuso y la ultraderecha de Vox. Enrolado en RTVE durante la primavera de 2022 como director de contenidos generales, su vida dio un vuelco un Martes Santo en la sede madrileña de la corporación en Prado del Rey. Aquella Semana Santa de 2024 ha pasado a la historia de RTVE como la de los *Plenos de Puerto Hurraco.* Durante unas explosivas reuniones del consejo de administración, el director de contenidos generales, José Pablo López, y su presidenta interina, Elena Sánchez, cayeron fulminados por el controvertido fichaje de David Broncano.

Semanas antes de aquellos cruentos plenos, los dos directivos se habían enfrentado entre sí por las condiciones de la contratación del presentador. El órgano de gobierno decidió cortar sus cabezas en la misma sesión. Y ahondó en la inestabilidad que provocó un decreto del Ejecutivo de Pedro Sánchez para renovar de un plumazo a los consejeros. Tras perder su puesto en RTVE, José Pablo López inició un exilio forzoso en su casa de siete meses. Solo atendía llamadas y mensajes de un reducido número de personas. Algún integrante de aquel círculo más cercano quedó después en el camino. "Hablábamos todo el tiempo y compartíamos la estrategia a seguir, pero dejamos de hacerlo cuando le nombraron presidente", recuerda hoy uno de los caídos.



SCIAMMARELLA

Durante aquel exilio forzoso, José Pablo López vislumbró cómo sería RTVE si lograba volver a la planta noble de Prado del Rey. Una nueva parrilla, recortes del organigrama y medidas contra el déficit. El plan estaba ultimado sobre el papel mientras el anterior consejo de administración se encaminaba hacia el colapso. López contemplaba las estocadas internas desde la barrera y albergaba la posibilidad de regresar por la puerta grande. Solo faltaba el impulso político a su regreso triunfal. Y llegó en forma de decreto tras el verano de 2024.

Por entonces, la parte negociadora del Gobierno de coalición entre el PSOE y Sumar liderado por Pedro Sánchez llevaba meses intentando sin éxito pactar con el PP la renovación del consejo de administración de RTVE. La mitad de sus integrantes tenían el mandato caducado desde marzo de 2024 y permanecía una vacante correspondiente a los socialistas desde que José Manuel Pérez Tornero dimitió como presidente en septiembre de 2022. La presidenta interina —Concepción Cascajosa, sustituta de Elena Sánchez tras su caída en los *Plenos de Puerto Hurraco*— afrontaba la amenaza de los consejeros opositores a su gestión, dispuestos como estaban a forzar una votación para destituirla. Ante una nueva situación de bloqueo institucional, el Ejecutivo tiró por la calle de en medio.

El Consejo de Ministros aprobó un decreto que rebajó la mayoría cualificada de dos tercios de las Cortes para designar a un nuevo órgano de gobierno de la corporación de medios públicos españoles. El decreto modificó la ley para que los consejeros designados por el Congreso y el Senado prosperasen con mayoría simple con un mandato de seis años. Convalidado con gran polémica entre los grupos de la oposición al Ejecutivo en el Congreso el día siguiente de la dana que anegó un tercio de la provincia de Valencia y provocó más de 200 muertes, el nuevo marco normativo rebajó las funciones del consejo de administración para concentrar el poder en la presidencia. Además, sus integrantes aumentaron de 10 a 15 y pasaron a tener dedicación exclusiva a cambio de 126.000 euros anuales. El candidato al cargo propuesto por el PSOE como presidente fue el renacido José Pablo López.

A sus 48 años, aquel niño de Sayalonga es hoy un hombre delgado y menudo de perfil aguileño que paladea los éxitos y somatiza los fracasos. Mira con lupa cada noticia sobre RTVE, y quienes conocen sus luces y sombras aseguran que ha llegado a lo más alto de su ambición.

"Tampoco hay que descartar que salte a la política después de esto", sugiere alguien que compartió desvelos durante su época de exilio forzoso. El aludido niega tener tal ambición y asegura concentrar todo su foco en el puesto actual, por el que percibe un salario de 164.000 euros anuales con una retribución "condicionada a objetivos" de 30.000 euros.

Designado el 28 de noviembre de 2024 en el Congreso mediante una segunda votación —por mayoría simple, junto a los 10 consejeros propuestos por el PSOE y sus socios parlamentarios—, inició su andadura presidencial con un férreo control del consejo de administración. Allí solo encuentra la oposición frontal de los cuatro consejeros propuestos por el PP que fueron designados por el Senado. Prepara los plenos en reuniones previas con los 11 consejeros *fieles,* y cuando empiezan las reuniones del órgano de gobierno anuncia sus decisiones. Para algunas de ellas busca consensos, aunque en muchos asuntos no los necesita porque el decreto gubernamental le otorga amplios poderes para hacer y deshacer a su antojo. Sobre todo, para elegir y cesar a directivos y contratar programas en una corporación con casi 7.000 trabajadores y un presupuesto anual de 1.200 millones de euros.

En su primera comparecencia del pasado enero ante la comisión de control de RTVE en las Cortes,

"No me da órdenes ningún partido de esta Cámara", ha dicho el dirigente

PP y Vox le acusan de poner la cadena en "precampaña electoral"

aseguró que no conocía a Pedro Sánchez y que ni siquiera había "intercambiado con él ni un 'buenos días". Ambos posaron recientemente en los estudios de Radio 3 durante una visita del presidente del Gobierno. Tanto el líder del Ejecutivo como el de la corporación están obligados a comparecer ante las Cortes. Las intervenciones parlamentarias de López permiten esbozar un retrato en sus propias palabras: "Intentar ocultar algo en Televisión Española es lo más parecido a meter una vela debajo de la cama. Lo más probable es que se incendie la cama y termine todo el edificio ardiendo. Después de dos años lo he aprendido con sangre". "Yo soy muy de Semana Santa. Soy muy *capillita* en ese sentido y agradezco la mención a la cuaresma. Ya falta menos". "Tengo una frase en mi Twitter que dice: 'La mejor forma de no ser criticado es no decir nada, no hacer nada y no ser nadie'. Este es el objetivo que muchos tienen en este país para la televisión pública. Y yo estoy tra-

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 62-63
AVE: 118170 €
ÁREA: 1461 CM² - 117%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

30 Noviembre, 2025



bajando para que sea lo contrario". "A lo que funciona, *p'alante.* Y lo que no funciona, se elimina". "El monólogo de Marc Giró sobre el varón español me ha parecido muy gracioso y no ha afectado a mi virilidad, que como todo el mundo sabe la mantengo intacta". "Yo no tengo vocación política, pero tampoco soy la Madre Teresa de Calcuta". Y la última: "Soy el máximo experto mundial de mí mismo. Y a mí no me da órdenes ningún partido de esta Cámara".

Él, y solo él, da las órdenes en RTVE. Su primera decisión de calado como presidente fue nombrar director de Televisión Española a Sergio Calderón, antiguo ejecutivo de Mediaset en la época de Paolo Vasile y vinculado después a los fundadores de La Osa Producciones. Esta compañía —artífice de programas como el extinto *Sálvame* de Telecinco y el fracasado sucedáneo *La familia de la tele* en TVE— mantiene contratos con la cadena pública para la producción de espacios como *Malas lenguas* y *Directo al grano,* que han impulsado las audiencias, y sus propietarios acaban de ser condenados por un delito de revelación de secretos en una sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid que piensan recurrir.

Después de nombrar a Calderón al frente de la programación televisiva, López completó el organigrama. Designó como *guardia de corps* a un integrante del anterior consejo de administración: Roberto Lakidain, propuesto por Podemos para formar parte del órgano de gobierno precedente que protagonizó los *Plenos de Puerto Hurraco*. Pero la revolución del área informativa comenzó el pasado febrero.



Rosalía con David Broncano en *La revuelta.*

El presidente encargó entonces a Maribel Sánchez Maroto, directora del documental *Nevenka,* liderar los contenidos informativos de RTVE. Bajo su mando y el de Jon Ariztimuño como director de informativos en Televisión Española, López propició este verano el regreso de Pepa Bueno al telediario de la noche tras ser destituida como directora de EL PAÍS.

La cancelación de *La familia de la tele* por falta de conexión con los televidentes dio pie a su apuesta definitiva: llenar la parrilla de programas de actualidad y consolidar las noches de David Broncano con otros espacios liderados por otros presentadores como Marc Giró y Andreu Buenafuente. El cóctel dio un vuelco a las audiencias.

En la estela de *La hora de la 1,* que con Silvia Intxaurrondo cosecha el 20% de los telespectadores al comienzo del día, Adela González y Javier Ruiz toman el testigo con *Mañaneros 360;* Marta Flich y Gonzalo Miró, en la sobremesa con *Directo al grano,* y Jesús Cintora, con la tarde de *Malas lenguas.*

Más allá del contenido basado en una sucesión de tertulias, el impulso de La 1 pisa los talones al liderazgo en audiencia de Antena 3. Los colaboradores que se intercambian estos nuevos programas han relegado gracias a explosivas intervenciones como las de Sarah Santaolalla y Ernesto Ekaizer —el "¡quién coño eres tú!" de Ekaizer es ya un emblema del alto volumen que modula estas tertulias— a espacios similares de otras cadenas como La Sexta. En las plantas nobles de las televisiones privadas se mira con lupa esta evolución de La 1.

"Una subida de cuatro puntos de audiencia en apenas dos meses no se había visto nunca en este país", sintetiza un directivo de un grupo competidor que admite la necesidad de replantear estrategias frente al empuje del primer canal de TVE. Su programación prima los magacines donde el comentario político alterna con el de los sucesos y las conexiones en directo, mientras que los telediarios se intercalan entre tertulia y tertulia. Una fórmula que ha puesto en pie de guerra interna al Consejo de Informativos por externalizar la producción de los programas de actualidad. La oposición del PP y Vox al Gobierno acusa al presidente de la corporación de ser un "sargento chusquero de Telepedro al servicio del sanchismo" y de poner la televisión pública en "precampaña electoral". El diputado de Vox Manuel Mariscal ya ha advertido de que su partido entrará "con motosierra o con lanzallamas" en RTVE si logran gobernar.

José Pablo López esgrime los exitosos balances de audiencia en las redes sociales, donde también muestra en ocasiones escenas de su perrito *Balú.* Pero los problemas propios y ajenos crecen. Entre los lastres de anteriores mandatos está el escándalo de la filtración de las oposiciones al puesto de informador por el que dos trabajadores de RTVE, integrantes del sindicato UGT, permanecen investigados judicialmente por revelación de secretos. Otros frentes abiertos son su petición de una mayor financiación y los conflictos en los tribunales por las deducciones de IVA. Respecto a las cuentas de RTVE, su presidente se ha comprometido en sede parlamentaria a que este 2025 la corporación costará "43 millones menos que hace un año".

De momento, nada mitiga el gran poder de José Pablo López en la radiotelevisión pública. "Su vida gira en torno a estar donde está", asegura una de las personas que mejor lo ha conocido en los últimos años. "Pero no tiene reparos en dejar atrás lo que deja de servirle o puede hacerle sombra. Es una especie de Tom Ripley que ha dejado muchas víctimas. Y cualquier día pueden salir a flote".

THEOBJECTIVE

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Así es Siete, el consorcio de los afines al Gobierno que aspira a la nueva TDT

El grupo retomó el proyecto para hacer una televisión en abierto que el presidente de Prisa rechazó en febrero



El ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública, Óscar López

Fernando Cano @canocadizfc@theobjective.com 01/12/2025 • 05:30

El consorcio de empresarios españoles afines al Gobierno que opta a quedarse con la nueva licencia de televisión en abierto TDT que el Ejecutivo ha sacado a concurso, se ha agrupado en torno a Siete, la marca elegida para poner nombre a su proyecto. Según ha podido confirmar THE OBJECTIVE esta es la denominación de la sociedad con la que han participado en la puja y la idea es mantener esta identidad, si finalmente son los elegidos por el Ministerio de Transformación Digital de Óscar López. Una puja que todavía tiene largo recorrido por delante, ya que puede resolverse hasta el próximo 20 de noviembre de 2026.

El consorcio de afines al Gobierno entre los que se encuentran parte de los accionistas rebeldes de Prisa, otros empresarios españoles y un grupo industrial extranjero «de referencia» —que se mantiene en el anonimato— se presentó al concurso junto a Mediaset. Otros grandes grupos de medios, como Atresmedia, Prisa, Movistar+ y

Radio Blanca, renunciaron a participar. Se cumple así la hoja de ruta adelantada por este diario, que hablaba de que el propio Ejecutivo de Pedro Sánchez alentaba la presentación de la oferta de un grupo cercano. En esta TDT deposita sus esperanzas de poner en marcha una nueva cadena oficialista que sea el altavoz de la oposición del PSOE en caso de que Sánchez pierda las elecciones en 2027. O antes.

Siete está basada en el plan que José Miguel Contreras presentó a Prisa hace un año y que Joseph Oughourlian rechazó y utilizó para sofocar la rebelión de algunos accionistas como Global Alconaba, Diego Prieto y Adolfo Utor. El presidente del editor de *El País* y la SER dijo que el proyecto era inviable y aprovechó la coyuntura para despedir a Contreras y forzar la dimisión del entonces CEO de Prisa Media, Carlos Núñez. Desde entonces, este grupo ha intentado sin éxito apartar al empresario francoarmenio al mismo tiempo que buscaba apoyos para mantener viva esta televisión.

Televisión de Prisa

El plan original pasaba por utilizar las redacciones de la Cadena SER y *El País* para poner en marcha una televisión de carácter informativo y de actualidad, con un marcado carácter de *infoentretenimiento*. «Quería hacer lo mismo que vemos ahora en RTVE», dicen quienes vieron los detalles del proyecto. Sin embargo, la pérdida de apoyo de Prisa ha hecho que se ajusten algunos flecos. En la cabeza del grupo está hacer una televisión de bajo coste -de 10 a quince millones de inversión-, y están convencidos de que hay un hueco comercial para una cadena informativa de izquierdas.

De momento, Siete ha conseguido conformar un grupo heterogéneo de inversores, con mayoría de los rebeldes de Prisa, entre los que se incluyen Andrés Varela Entrecanales, Utor y Prieto, pero además otros empresarios vinculados a la izquierda y afines a José Luis Rodríguez Zapatero. No hablamos de grandes inversores ni de empresas del IBEX, sino de directivos vinculados al mundo de las comunicaciones y de la publicidad que ya participaron en el asalto frustrado a Prisa.

Es un maridaje impulsado por Moncloa, que ante la falta de otros apoyos externos ha querido unir a la gran mayoría de sus asesores externos en torno a esta nueva cadena de TDT. Uno de quienes ha cocinado a fuego lento estas alianzas ha sido el propio Óscar López, cuyo ministerio debe decidir el concurso. Pero también han requerido del apoyo de un *player* industrial que —según dice el entorno de este consorcio— apunta a un grupo internacional de referencia.

Nueva TDT

El concurso mandataba presentar un aval bancario por valor de seis millones de euros; que las empresas participantes obtuviesen al menos 2,5 millones de euros en ingresos en los tres años anteriores relacionados con servicios audiovisuales; en el caso de nuevas compañías con menos de cinco años de antigüedad (como es el caso

de Siete) se podría cumplir este requisito a través de alguno de sus socios con poder de decisión. Con todo, la ley española limita la presencia de un grupo extranjero en medios de comunicación solo al 25% de su capital.

Otra cosa que ya tiene resuelta Siete tiene que ver con algunos aspectos de producción y comerciales. Como ya había publicado este diario, la producción estaría a cargo de Mediapro y la comercialización de publicidad sería de Pulsa, la empresa que ahora mismo gestiona la mayoría de las cadenas pequeñas de TDT que no son de Atresmedia o Mediaset. Por otro lado, en el proyecto está incluida la posibilidad de utilizar platós e infraestructuras en Madrid de algunas otras pequeñas cadenas que ya están en marcha.

En este sentido, el único problema es cerrar una parrilla en condiciones, ya que buena parte de los programas que en su momento se pensaron hace dos años están ahora en RTVE. Tampoco se plantean arrebatar presentadores como se intentó en su momento, pero sí tener un grupo importante de presentadores y tertulianos vinculados a la izquierda que puedan dar continuidad a la programación. En cualquier caso, para aquilatar el proyecto, el Ministerio de Transformación Digital (como ya adelantó este diario) ya ha indicado que apurará el plazo al máximo (tiene doce meses); a partir de la concesión hay otros seis meses para poner la cadena en el aire.

¿Y por qué Siete? Es el nombre que ya se barajaba incluso cuando el proyecto estaba en Prisa. Es la forma de darle continuidad a las grandes cadenas de televisión y las que tienen más audiencia (La 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta), aunque no sea estrictamente generalista y se centre en información y actualidad. Paradójicamente, el ideólogo es José Miguel Contreras, que ya fue fundador y consejero delegado de La Sexta, aunque en esta oportunidad no participa en el accionariado de la sociedad que finalmente se presentó a la licitación.

Sin embargo, no es seguro que cuando ya estén en antena (y si es que les dan la licitación) termine llamándose Siete. En estos momentos, Unidad Editorial emite Veo 7, la cadena generalista del grupo que en su momento tuvo información, pero que ahora —tras un letargo de más de una década— solo incluye películas y series de catálogo. El editor de *El Mundo* tuvo que resucitarla después de que Gol (de Mediapro) no renovara su contrato de emisión. Y aunque son cadenas con distintos contenidos, hay quien piensa que si las dos utilizan el número siete podría producirse confusión entre los espectadores.

Por otro lado, Mediaset emitió hace unos años La Siete, cadena que sigue registrada en la Oficina de Patentes y Marcas. Pese a que actualmente está en desuso, también podría generar algún tipo de demanda por utilización de la marca. Y esto —aunque no haya demasiado recorrido—supondría un conflicto legal largo e incómodo.

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,60-61
AVE: 77060 €
ÁREA: 2764 CM² - 167%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: PORTADA

1 Diciembre, 2025





Los actores de uno de los próximos estrenos, «Los protegidos: un nuevo poder»

La plataforma sigue apostando por talento e historias locales y anuncia sus próximas producciones, entre las que se encuentran «Padre no hay más que uno: la serie» y «Los protegidos»

Cita histórica de la Industria en **Gran Canaria** en el atresplayer Day

P. Navarro. GRAN CANARIA

Gran Canaria dejó de ser durante unos días un destino turístico para convertirse en el escenario donde se discutió el presente —y se adelantó el futuro— del audiovisual español, convirtiéndose en la gran cita de la industria. El atresplayer Day resultó un encuentro que volvió a reunir a gran parte del sector para presentar estrenos y lograr enviar un mensaje claro de liderazgo, ambición industrial y apuesta sostenida por la creación nacional, su punto fuerte y el rumbo que ha seguido desde el primer día la marca nacional. El encuentro acabó con una gala presentada por Roberto Leal, por la que pasaron gran parte de los protagonistas, y no quisieron faltar José Antonio Antón, director general de Atresmedia, ni Emilio Sánchez Zaballos, director de atresplayer, para ir desgranando todas las novedades. Montse García, directora de Ficción de la casa, y Carmen Ferreiro, directora de Entretenimiento, también saltaron a escena para presentar algunas de las novedades que no podremos perdernos este próximo año que se acerca.

Intérpretes, creadores y directivos compartieron espacio y conversaciones en un fin de semana diseñado como escaparate, pero también como punto de reflexión. Mesas redondas, avances exclusivos, preestrenos articularon un programa que confirmó que la plataforma de Atresmedia no solo suma títulos, sino que construye un modelo propio dentro del ecosistema del streaming en español. Un liderazgo sostenido en cifras atresplayer afronta 2025 consolidada como la plataforma española con mayor volumen de producción nacional estrenada en el último año. Más de 25 millones de usuarios únicos y más de 700.000 suscriptores refuerzan un crecimiento que no se explica únicamente por el catálogo, sino por una línea editorial que ya es reconocible: historias locales con vocación global y que han encontrado vida más allá de nuestras fronteras, ejemplo de ello ha sido «Veneno» o «Ángela», formatos híbridos y una convivencia natural entre ficción, entretenimiento y no ficción.

Ese equilibrio fue el hilo conductor del encuentro. Gran Canaria sirvió como marco para presentar más de una veintena de proyectos que confirman una programación pensada a medio y largo plazo, con decisiones innovadoras que buscan adelantarse a los hábitos de consumo.

Entre los anuncios más esperados estuvo la confirmación del calendario de estrenos que marcará el cierre de 2025 y el arranque de 2026. Diciembre traerá el regreso de una de las sagas más reconocidas del catálogo con «Los Protegidos: Un nuevo poder», que se pudo ver en adelanto, mientras que enero abrirá el año con «Padre no hay más que uno: la serie», una de las grandes apuestas familiares de la temporada, con el sello de Santiago Segura, que produce, pero con una familia totalmente renovada, que abrirá sus puertas al público el 25 de enero.

Febrero y primavera desplegarán un abanico estilístico amplio: desde la comedia surrealista «Rafaela y su loco mundo» (el 15 de febrero), que es sin duda una de las producciones más esperadas y una apuesta arriesgada de las que se agradecen, hasta la segunda temporada de «Entre tierras», que llegará acompañada del peso que arrastra haber sido la serie más vista del año con la interpretación



LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,60-61
AVE: 77060 €
ÁREA: 2764 CM² - 167%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: PORTADA

1 Diciembre, 2025



ATRESMEDIA



Parte del elenco protagonista de «Padre no hay más que uno: la serie»

en España con capítulos de corta duración y alto impacto narrativo. La decisión no es casual. Responde a un cambio profundo en los hábitos de consumo y refuerza la idea de que la innovación no solo pasa por las historias, sino también por la forma de contarlas.

El entretenimiento ocupa un lugar central en la estrategia de atresplayer, y las novedades presentadas en Gran Canaria lo confirman. «Nos vamos de madre», el nuevo formato protagonizado por Roberto Leal y su madre, combina viaje, desafío y emoción en un relato intergeneracional que huye del reality convencional para centrarse en el vínculo familiar.

También se presentó «Piyamada», el docurreality que abrirá las puertas de la casa de Lola Lolita y que apuesta por una narrativa íntima, generacional y sin filtros. A ello se suma la confirmación de la segunda edición de «Drag Race España: All Stars», que consolida a la franquicia como uno de los grandes activos internacionales.



Roberto Leal fue el maestro de ceremonias de la gala del atresplayer Day

de Rodolfo Sancho. Abril cerrará el primer bloque con «La Nena», que continúa expandiendo el universo de la saga criminal más sólida de la plataforma.

A estos títulos se suma la confirmación de nuevas temporadas y universos narrativos que siguen creciendo. «Renata & Nicole», continuación del éxito ambientado en la Marbella de los años 80, regresará con una trama que mezcla lujo, misterio y alianzas femeninas al límite, mientras que proyectos como «33 días», «Ágata y Lola», «Trazos ocultos» o «A la deriva» evidencian una clara apuesta por el thriller, el drama emocional y el relato de personajes complejos.

Uno de los movimientos más comentados del atresplayer Day fue la entrada de la plataforma en el terreno de las series verticales. No como experimento puntual, sino como línea clara de contenido pensada para el consumo móvil. La primera producción de este tipo, «Una novia por Navidad», inaugura un género —el microdrama— que triunfa en Asia y Latinoamérica y que ahora aterriza

No ficción

La no ficción vuelve a ser uno de los pilares. «El hombre equivocado» fue uno de los anuncios que más impacto generó. La docuserie reconstruye uno de los errores judiciales más graves de la España reciente y plantea una pregunta incómoda que atraviesa a instituciones, medios y sociedad. Además, la integración del catálogo de Onda Cero Podcast a partir de diciembre amplía la experiencia de usuario y confirma la apuesta por el audio como territorio estratégico. True crimes, ficciones sonoras y documentales convivirán dentro de la plataforma, borrando fronteras entre formatos y reforzando la idea de un consumo transversal.

La gala, que contó con un poder de convocatoria inaudito, acabó con el estreno de «Los protegidos. Un nuevo poder». Se cerraba así el atresplayer Day en la isla de Gran Canaria. Toda una declaración de intenciones de la plataforma, que ya no se define solo por su posición en el mercado nacional. Su expansión en América Latina y Estados Unidos, apoyada en acuerdos con operadores y servicios globales, convierte al catálogo en una ventana permanente al talento español. Gran Canaria fue el escenario. Pero el mensaje apunta lejos.

Cine·Noticias

Emma Lustres, Medalla de Oro de los Forqué: “Si no se protege al productor independiente, es muy posible que desaparezca”

noviembre 28, 2025 **por Admin**

RUBIK ha acudido hoy a un acto en homenaje a la productora Emma Lustres, cofundadora de Vaca Films que el próximo 13 de diciembre recibirá la Medalla de Oro de los Premios Forqué. La Antigua Fábrica de Cerveza El Águila, que es actualmente la Biblioteca Regional de la Comunidad de Madrid, ha acogido este encuentro conducido por la periodista Yolanda Flores, en el que Emma Lustres ha puesto mucho el acento sobre la defensa de la producción independiente y ha remarcado que no quieren ser colonia cultural, sino potencia cultural. Por Carlos Aguilar Sambricio



Emma Lustres es la segunda mujer que recibe este galardón honorífico de los premios que organiza EGEDA. Anteriormente, la única productora que había recibido este premio había sido en 2020 Beatriz de la Gándara, que lo recibió junto a Fernando Colomo. Dos insignes productores fallecidos este año como José Antonio Félez y Julio Fernández recibieron también esta medalla.

Al acto han acudido múltiples personalidades tanto de las instituciones como de la industria audiovisual y han tomado la palabra Luis Martín Izquierdo, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y Enrique Cerezo, presidente de EGEDA.

Enrique Cerezo reconoce que los Premios Forqué han evolucionado mucho desde unos inicios que se entregaban en el Ateneo o en el Casino de Madrid y no cabía la industria: "Ahora hay una gran organización, que permiten que sean unos premios tan importantes".

El presidente de EGEDA recuerda que estos galardones surgen para "potenciar la figura del productor" porque "es imprescindible". A pesar de ser tan importante, mediáticamente es bastante invisible así que los Forqué buscan "darle el reconocimiento y el trato que se merece".

Sobre Emma Lustres, Cerezo destaca que "es una productora de raza" que ha destacado por combinar "innovación y ambición internacional" y "visión comercial y calidad" a través de una "independencia ejemplar" y un "sello distintivo".

"Es un orgullo para EGEDA darle este premio, porque además tiene todavía un sinfín de películas por producir", recalca.

22 años de Vaca Films

Emma Lustres fundó Vaca Films junto a Borja Pena en 2003. A partir de ahí, y desde Galicia, se ha convertido en una de las productoras más importantes en España.

Vaca Films ha producido películas como Celda 211, El desconocido, Secuestrados, Cien años de perdón, El niño, Hasta el cielo, Quien a hierro mata o la inminente Golpes, y series como La Unidad, El desorden que dejas o Clanes.

Con 50 años recién cumplidos, Emma Lustres no se esperaba este galardón tan pronto ya que la mayoría de los premiados son más veteranos. Pero la verdad es que la productora gallega empezó muy joven. Como recordó en el acto, con menos de 30 años ya se sentaba en la mesa de la federación de productores FAPAE y trataba con leyendas de la producción en España.

"Me siento muy joven, me parece que sigo siendo una niña. No quiero perder la ilusión ni el alma de los cortometrajistas de hacer las cosas como sea", apunta, que admite que tiene lógica que haya creado una empresa porque "desde pequeñita era muy mandona" y "siempre me ha gustado hacer las cosas a mi manera".



Emma Lustres es la segunda, tras Beatriz de la Gándara, en recibir este reconocimiento: “Habrá muchas más mujeres porque hay muchas mujeres productoras que la están rompiendo”.

Le enorgullece el reconocimiento por dos razones, principalmente, por “haber sido parte del motor que ha dado reconocimiento a Galicia en la industria audiovisual” y por haber tratado de “buscar el bien común” porque “el cine es importante como Marca España” y no solamente “genera empleo y riqueza” sino que “nos hace feliz a todos”.

Sobre ser una productora establecida en Galicia, Lustres subraya que “el poder trabajar en tu tierra es muy importante” y lleva a gala haber contribuido a que muchos profesionales gallegos no se vean obligados que emigrar para trabajar en este sector.

Proteger la producción independiente

Aunque Emma Lustres reconoce que “las plataformas han cambiado el negocio para bien” y estamos en “un buen momento” para la industria audiovisual con un sector “consolidado, fuerte y diverso”, hay ciertos aspectos preocupantes.

Principalmente, la productora pone el foco sobre que no pueden competir en igualdad de condiciones: “En cualquier sector, el Estado debe regularlo y equilibrarlo para que el león no se coma a la gallina, y que haya hueco para todos”. Según añade, “todos juntos sumamos más y la fortaleza de todos nos hace mejores”.

En ese sentido, la cofundadora de Vaca Films considera que “el mercado es injusto” así que hay partes que “necesitan protección”. “Si España no protege al productor independiente, es muy posible que desaparezca”, afirma.

¿Qué significa? Que aunque “hay sitio para todos”, las reglas “no pueden ser las mismas” para un productor independiente que para un conglomerado gigante porque eso “no es justo”.

Lustres indica que en Vaca Films nunca aceptarían una oferta para ser dependientes o formar parte de un grupo pero que es algo perfectamente respetable.

Es importante, en su opinión, proteger nuestra Cultura: “Queremos producir películas españolas porque es Cultura e Industria. No queremos ser una colonia cultural, queremos ser una potencia cultural”.

Dicho de otra manera, según redunda, “seremos un país pobre si no tenemos cine hecho por productores independientes” y, para eso, “hay que hacer una buena definición de producción independiente”.

España pide a la UE una nueva ley para proteger los derechos de autor en el marco de la IA

Bruselas (EFE) 28 noviembre 2025.- El ministro de Cultura, Ernest Urtasun, anunció este viernes que España va a proponer a la Unión Europea la necesidad de dotarse de un «nuevo instrumento legislativo» para proteger los derechos de autor en el marco de la normativa comunitaria sobre la Inteligencia Artificial (IA), pues el código de buenas prácticas aprobado «no resuelve» los problemas de indefensión de autores y creadores.

Urtasun explicó que tiene previsto proponerlo hoy en un Consejo de ministros europeos de Cultura, en el que se hablará de la llamada «Brújula Cultural», que la UE ha elaborado para guiar la vía a largo plazo en ese ámbito y que contempla asimismo una estrategia de IA para los sectores cultural y creativo.

«Proteger a nuestros creadores»

«Una de las grandes prioridades que tiene España en materia de cultura en estos momentos es proteger a nuestros creadores en el marco de la IA», subrayó.

Sobre la «Brújula cultural» (conocida en inglés como «Culture Compass»), el ministro indicó que hay dos temas de especial relevancia, empezando por la estrategia sobre la IA que la Comisión Europea «se ha comprometido a presentar».

«Saben que nosotros estamos en una pelea importante para la defensa de los derechos de los creadores en el marco de la emergencia de la IA, de la defensa de los criterios de transparencia de consentimiento y de remuneración adecuada en un contexto en el cual muchos modelos de lenguaje están utilizando obras protegidas por derechos de autor, sin remuneración y sin consentimiento», dijo.

Añadió que, desde ese punto de vista, España considera «imprescindible que haya un nuevo instrumento legislativo que permita afrontar la cuestión de los derechos de autor en el despliegue del reglamento de la IA, que es algo que en estos momentos no tenemos resuelto y que desde luego el código de conducta que se aprobó no resuelve».

Insistió en que para España «es muy importante tener un instrumento específico nuevo para afrontar la cuestión de la protección de los creadores, así como un sistema de licencias para ellos y en el marco de la IA».

Sobre el código de buenas prácticas sobre la IA que la Comisión aprobó el pasado julio, el ministro precisó que «no solo no ha resuelto la cuestión de los derechos y la protección de los creadores», sino que «de alguna manera ha incluso diluido lo que es un buen reglamento» y «necesitamos reforzar las disposiciones» de esa normativa.

Transparencia, remuneración y consentimiento

Lo que preocupa en particular es «que la excepción de textos y minería de datos (…) que establece la legislación europea está siendo utilizada por los modelos de lenguaje para entrenar sus modelos sin respetar los derechos de autor».

Opinó que la excepción de textos y minería de datos «no está hecho para eso» sino que «es una excepción de contempla la legislación en unos casos muy concretos, pero no para un entreno masivo de modelos de lenguaje».



El ministro de Cultura, Ernest Urtasun

Por ello, «estamos en una situación de indefensión de nuestros creadores que están viendo como sus obras están siendo utilizadas para los modelos de IA sin los tres criterios que España defiende», que son la transparencia, la remuneración justa en el caso de que se usen obras y también la cuestión del consentimiento por parte del autor o del creador.

«Necesitamos un instrumento específico» que resuelva la «indefensión en la que nos encontramos en estos momentos», dijo el ministro, que añadió que los creadores y artistas «saben en nuestro país que España está dando la batalla aquí en Bruselas para defenderse».

CINEMANÍA

Cahiers du Cinéma elige a 'Tardes de soledad' como la mejor película de 2025: empiezan las listas



Roca Rey en 'Tardes de soledad' Cinemanía

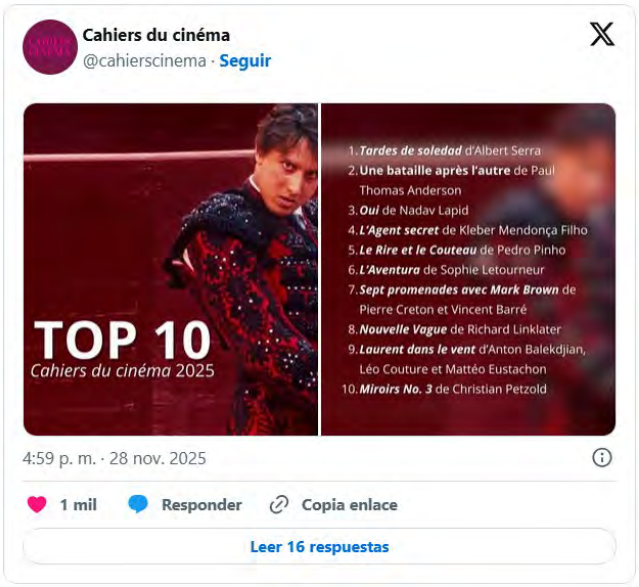
29 nov 2025 - 18:00 **Cinemanía**

La prestigiosa revista francesa también ha erigido a 'Una batalla tras otra' de Paul Thomas Anderson como cumbre de lo que ha dado de sí el año cinematográfico.

Justo cuando concluye noviembre y afrontamos la recta final del año, podemos dar por inaugurado **el tiempo de las listas**. Al término de 2025, y como no podía ser de otro modo, múltiples medios y firmas irán seleccionando cuáles han sido las cimas de la cosecha cinematográfica, en vísperas de que las diferentes carreras de premios diriman la cuestión desde el ámbito más industrial. La encargada de dar el pistoletazo de salida a estas listas no ha sido otra que ***Cahiers du Cinéma***, la prestigiosa cabecera francesa dedicada al cine de autor.

Cahiers du Cinéma nos ha dado una pequeña sorpresa al erigir una película española como la mejor de todo 2025: ***Tardes de soledad* de Albert Serra**. Es el documental sobre la tauromaquia que se alzó con la **Concha de Oro** en el Festival de San Sebastián el año pasado; no ha sido hasta que ha tenido una distribución internacional que ha enmudecido a la crítica de varios países, provocando finalmente este primer puesto.

En segundo lugar, los críticos se han decantado por un film algo más popular, que de hecho es muy posible que lleve la voz cantante en el circuito hacia los **Oscars**: ***Una batalla tras otra*** **de Paul Thomas Anderson**, que ha tenido una gran unanimidad crítica. Le sigue ***Yes***, lo nuevo del cineasta israelí **Nadav Lapid**: un film centrado en la actitud de la sociedad de Israel tras los atentados del 7 de julio y el genocidio sobre Gaza que expandió el gobierno de Benjamin Netanyahu como represalia.



En cuarta posición encontramos otra gran aspirante a los Oscar (en este caso dentro de la categoría de **Mejor película internacional**), como es ***El agente secreto***. Una producción brasileña de **Kleber Medonça Filho** que se estrenaría en España a principios del año que viene. El **top 5** se cierra con ***La risa y la navaja***, un drama de extensa duración a cargo del portugués **Pedro Pinho** que se hizo con el premio a **Mejor actriz para Cleo Diára** en la sección Un certain regard del último Festival de Cannes.



En el puesto 6 está ***L'aventura***, de **Sophie Letourneur.** Y en el 7 encontramos otro documental, titulado ***7 promenades avec Mark Brown*** y dedicado a las flores: **Pierre Creton y Vincent Barré** son sus directores. En el 8 encontramos una simpática presencia: ***Nouvelle Vague*** **de Richard Linklater**. Una película que se estrena en España el 9 de enero y que se centra en el rodaje de ***Al final de la escapada***, dirigida por uno de los históricos de la revista: **Jean-Luc Godard.**



CINEMANÍA

kinótico

La Newsletter

de premios de Dani Mantilla

La temporada de premios, desde los festivales a las galas, cada domingo en tu mail





Repartidos, pero no mucho

Buenos días, es 30 de noviembre. Una vez asentado el polvo de las nominaciones a la 13 edición de los Premios Feroz, es momento de hacer lecturas. Sobre el papel, que solo haya seis películas con más de dos candidaturas invita a pensar en que la Asociación de Informadores Cinematográficos de España ha repartido mucho sus candidaturas. La letra pequeña dice algo distinto. Este año las cinco nominadas en Mejor Película dramática han copado las categorías de dirección y guion, sumando entre ellas 35 candidaturas. El año pasado ese número se quedó en 26, rescatando a Arantxa Echevarría entre los directores y sacando a 'Casa en llamas' del nicho de la comedia. La gran sorpresa del anuncio ha sido 'La cena'. Después de conquistar al público, los periodistas han sido los siguientes en caer rendidos a su embrujo.

La presencia de secundarios como Asier Etxeandía y Elvira Mínguez la presentan, en teoría, como una rival más correosa de cara a los Goya que históricos como Amenábar, Díaz Yanes y Rodriguez. Todos ellos han salvado han salvado los muebles gracias a sus secundarios.

Al final, la prensa especializada ha seguido el camino marcado por los Forqué, rescatando a 'Romería'. Después de que el año pasado los Feroz se saltaran el guion de la temporada de premios reconociendo a 'Salve María' y 'Casa en llamas', en 2025 los caminos de la prensa vuelven a alinearse con los de la industria. No hay rastro en las nominaciones de 'Ciudad sin sueño', 'Los tortuga' o 'La buena letra'. Tampoco ha sido capaz 'Tardes de soledad' de dar el salto a las categorías principales. Son unas candidaturas sólidas, pero feroces, lo que se dice feroces, no del todo.

> 🎭 Las categorías interpretativas prometen ser la mayor fuente de sorpresas en los Goya, especialmente después de que nombres como Álvaro Cervantes, Miguel Garcés, Blanca Soroa y Miriam Garlo hayan sido reconocidos en categorías por las que no han sido presentados a los premios de la Academia. A diferencia de lo que pasa con la prensa [o en los propios Oscar], en los Goya los académicos no pueden escoger dónde votar a los actores.

En el terreno de las series, los Feroz rubricaron con sus candidaturas el gran año de la comedia en la pequeña pantalla. Gracias al buen hacer de títulos como 'Superestar' y 'Poquita fe', la comedia ha representado la mayoría en todas las categorías, con la excepción de Mejor Actor de reparto, donde el drama salva los muebles gracias a la doble candidatura de... dos interpretaciones protagonistas, Manolo Solo y Eduard Fernández. Hay dos perjudicadas en las nominaciones: 'La vida breve', serie de culto que quizás llegó demasiado pronto [en enero], y 'Pubertat', reconocida esta misma semana con el Ondas a la Mejor Serie. Si tuviera que apostar, 'Yakarta' y 'Poquita fe' serán las ganadoras de este año. Por cierto, ni olvido ni perdón para los que, en un año con tanto amor para 'Poquita fe', no haya espacio para la enorme Pilar Gómez.

> 📺 La estadística deja claro que Movistar Plus+ vuelve a ganar en la guerra de las plataformas. Con sus 20 candidaturas, se impone a todas sus rivales... juntas: Netflix [8], HBO Max [5], Disney+ [3], Prime Video [1] y Atresplayer [1].

The Hollywood Reporter

LIVE FEED

TV FEATURES

How ‘Heated Rivalry’ Became the Internet’s Favorite Show — Before It’s Even Aired

The romance series centered around two rival professional hockey players is based on the Rachel Reid novel of the same name.

By Nicole Fell November 25, 2025 8:37am



Hudson Williams (left) as Shane Hollander and Connor Storrie (right) as Ilya Rozanov in ‘Heated Rivalry.’ Sabrina Lantos/Bell Media/HBO Max

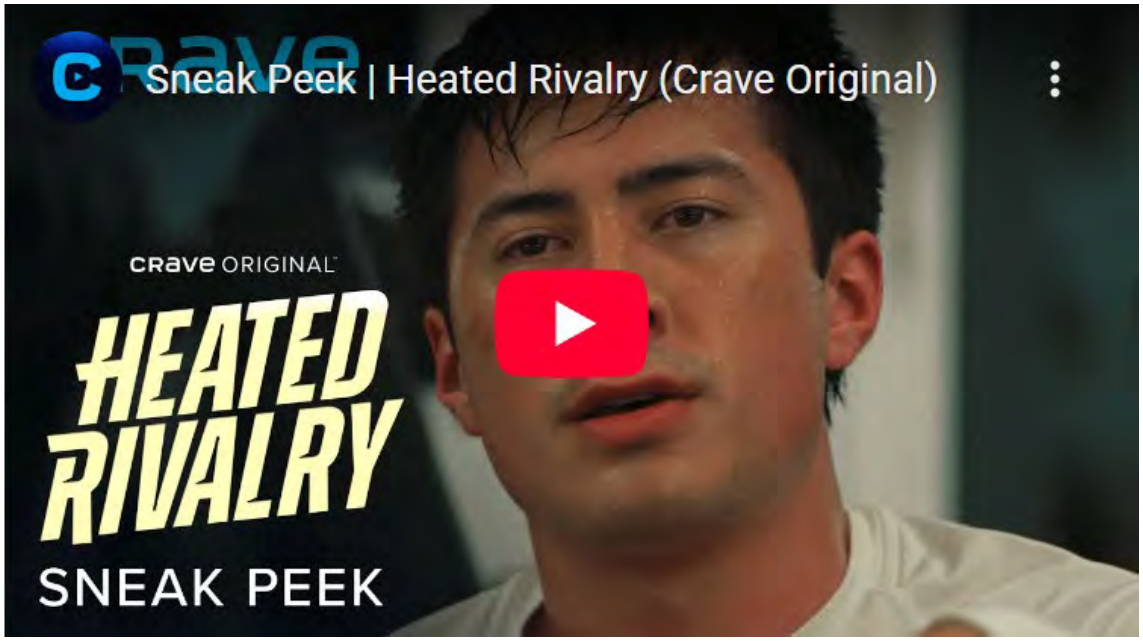
While TikTok’s algorithm caters to each user’s obsession of the moment, it feels nearly impossible to be on the app without seeing at least one video about Crave and HBO Max’s new gay hockey romance series, Heated Rivalry.

The series, created for television by Letterkenny alum Jacob Tierney and adapted from Rachel Reid’s novel of the same name, centers around a fictional hockey universe. Heated Rivalry focuses on two rival professional hockey players — Canadian-born Shane Hollander (Hudson Williams) of the fictitious Montreal Metros and Russian-born Ilya Rozanov (Connor Storrie) of the fictitious Boston Raiders — as they navigate a years-long secret fling.

“I was a late-to-the-romance-genre person, I’ll admit,” Tierney told The Hollywood Reporter a little over a week before the show premieres Friday on Bell Media’s streamer Crave. Until last week, the show had yet to find an international home. However, shortly into this conversation, Tierney and his producing partner and fellow executive producer Brendan Brady shared that HBO Max acquired the show in the U.S. and Australia.

“I thought [the book Heated Rivalry] was great. I did not ever truthfully think I was going to adapt it, or that it was especially adaptable because of the level of smut to it,” Tierney continues. Which is fair, considering Reid’s prologue begins with and never really lets off the gas in that regard. But he called Brady after reading about the romance genre’s popularity to tell him about his “crazy” idea. “I was like, ‘If somebody else options this, I’ll feel crazy because it’s gay and hockey. That’s me. I should be the [one to adapt the book],’ and then we did,” he says.

Tierney and Brady always knew there was a built-in audience — a largely queer, largely female-skewing audience. The writer-director stresses that they knew the numbers were there, but because it’s considered outside of the mainstream, it would take some explaining. “When you explain it to people, [they don’t get it]. They don’t get that the audience is women either,” he says of the book’s core fanbase. “We were like, ‘But these fans are really into it.’ Then you make the thing and you’re like, ‘Fuck, I hope they are. I hope they respond to this because it’s all alchemy. There’s no math.’”



Luckily for the pair and Bell Media, the fans are really into it — and the show hasn’t even officially aired yet. There’s plenty of reasons why that might be, but Heated Rivalry’s arguably perfect casting of its two leads in Williams’ Shane and Storrie’s Ilya likely has something to do with it.



Williams as Shane Hollander (left) and Storrie as Ilya Rozanov (right) in Heated Rivalry. Sabrina Lantos/HBO

The pair's chemistry is palpable in the trailer — released last month on Crave's accounts and last week on HBO Max's accounts — and that chemistry only increased tenfold in the sneak peek released last week. Not since Matthew Macfadyen's Mr. Darcy have we seen such intentional hand acting.

But as with any adaptation, there's always fear that the built-in fanbase won't see eye-to-eye with the show's creative decisions. "I was scared for [Williams and Storrie]. I wasn't scared for them once people saw the show, but in the lead up — in general, people aren't nice — so I was very ready for people to [say] all kinds of stuff," Tierney says, pointing to criticisms that can come when an adapted character isn't exactly how fans imagine them.

He says they spoke with the two actors about the potential for backlash. "What I knew is that, for me, they were perfect, and they were cast because of a chemistry read where we were all like, 'Holy shit,'" Tierney says. "This fanbase was so supportive from the beginning. It was a huge relief."

Brady adds that the cast and crew had been in a bit of bubble. "We also had the benefit [of] nobody knowing that this was really happening until after we had shot it," he says.

The show's just over 90-second official trailer has spawned a genuinely impressive amount of TikTok edits considering the limited material to work with. After a search through dozens, some highlights include edits to The Maria's "No One Noticed," Tate McRae's "Sports Car," Billie Eilish and Charli XCX's "Guess" and Sabrina Carpenter's "When Did You Get Hot?" Tierney describes an edit he particularly liked to Olivia Rodrigo's "Get Him Back."

The social media fanfare only seems to be growing as the show's premiere grows nearer. Tierney and Brady certainly feel pressure; they're not shying away from that. "I'm a fan. I love these books. I'm not trying to fuck with them. I'm not trying to change them," Tierney says plainly.

"We wanted to live up to the expectations for the fans," Brady adds. The executive producer says the show has received so much "reinforcement" over the last month since the trailer was released, leading to the show's eventual sale to HBO Max. "The fans' involvement in this experience has very much led to these amazing opportunities. It just feels like we've had a really great time getting to help bring this [show] to a community that wants it."

Tierney notes that Shane and Ilya's story doesn't exactly follow your typical romance structure, but the writer-director wasn't looking to follow the same formula anyway. "This is what I told Rachel [Reid] — the thing I want to do with it is take it seriously, which is to say I don't want to do what I think a lot of people do when they look at adapting romance, which is simplify, truncate, shorten," he says. Adds Brady, "[We] wanted to elevate this to the level that it deserved."

Reid's novel, presumably the same as the series, takes place over seven years, beginning when Shane and Ilya are teenagers and taking them into their mid-20s. The timeline was a big reason why Tierney thought the story could work as six one-hour episodes.

"This could actually sustain it because part of this [story] is that they're not together right away. They are people who meet up and fuck three times a year. Then suddenly they discover they can't shake each other," Tierney says.

"The emotional resonance of that requires an accumulation of meaning that you can't fake," he adds. "It wants air. It wants to breathe."

While the steamy nature of the story has likely helped fuel some of the social media love — some of these TikTok edits are, well, for lack of a better term, downright horny — it was also, as Tierney mentioned, a bit of an obstacle when it came to adapting. But the writer-director quickly found his footing.

"What I loved about [the story] and why I did ultimately think it was adaptable is because sex is the language of their love. Sex is how you tell the story because their sex changes as they get to know each other, as they get to know themselves," Tierney says.

"This thing grows and you watch them fall in love. They don't talk much. They fuck and they text, and that's kind of what they do, which feels very contemporary and real too," he continues.



Hudson Williams and Connor Storrie in Heated Rivalry. Sabrina Lantos/HBO

As the show prepares for its release — Heated Rivalry will air in Canada and in the U.S. simultaneously — Tierney and Brady are ready for fans to jump into the world of Shane and Ilya. "Come for the smuttiness, stay for the romance," Tierney jokes.

“What’s funny about episodes one and two is they are the setup episodes. There’s sex all the way through; I’m not going to pretend there’s not, but they’re kind of, in a way, the most horny or whatever,” he adds. The writer-director notes that the sweetness and the romance, much like in Reid’s novel, sets in as the story goes on.

Tierney promises to keep it spoiler free — as spoiler free as one can get for a story that by all indications seems to be a faithful adaptation of its source material — but is excited to see how people react to the show’s overall message.

“The thing that we really don’t get as queer people is a happy fucking ending, where we’re allowed to exist, fuck and smile at the same time. Usually it’s like, pick one,” he laments. “You get to have it all in this one.”

Heated Rivalry‘s two-episode premiere releases Friday on Crave in Canada and HBO Max in the U.S. and Australia, with new episodes dropping weekly on Fridays.

La Spotifyzación de las series

Al frente de su nueva compañía Dubhub, el experimentado ejecutivo Fredrik af Malmborg analiza en esta columna qué debería aprender Latinoamérica de los turcos y cómo usar YouTube y la IA para generar nuevas fuentes de ingresos.

Las series gratuitas financiadas con publicidad están atravesando una transformación profunda en todo el mundo. Y América Latina no es la excepción.

Los turcos llegaron para desafiar el statu quo en el terreno de las series de larga duración, ofreciendo alta calidad a un precio imbatible. Primero fueron los dramas semanales, con presupuestos más altos, y luego las series diarias, bastante más baratas. Pero lo que realmente hizo exitosos a los productores turcos no fue solo la relación calidad-precio, sino su nueva estrategia de derechos digitales.

Hace unos 15 años, cuando YouTube era una plataforma principalmente dedicada a clips cortos generados por usuarios, en las oficinas de Google en Alemania se realizó un experimento: ¿qué pasaría si subimos episodios completos de dramas turcos directamente a YouTube? Y el resultado fue revolucionario.

Es que, aunque claro que ayudó el hecho de que en Alemania viven unos cuatro millones de personas de origen turco, el experimento permitió que millones de espectadores descubrieran las series turcas en una plataforma accesible y financiada por publicidad.

Desde entonces, YouTube se convirtió, junto con los servicios catch-up de las propias cadenas turcas, en un potente canal de distribución paralelo. No una alternativa, sino un complemento.

Hoy, las series más populares de Turquía pueden alcanzar los 12 millones de suscriptores y hasta 7.000 millones de visualizaciones solo en sus canales de YouTube en turco. Con un promedio de ingresos por mil visualizaciones (RPM) de unos US$ 2, esos 7.000 millones de views representan un potencial de ingresos de US$ 14 millones solo por la versión turca. Y en las regiones más ricas del mundo el RPM puede ascender a entre US$ 5 y 15.

Con semejante nivel de reproducciones solo para los contenidos en turco, ¿qué puede pasar si se publican también sus versiones dobladas a otros idiomas en nuevos canales de YouTube? Por suerte, no hace falta imaginarlo: los resultados son asombrosos.

Un buen ejemplo es el drama histórico y nacionalista de ATV ‘Kuruluş Osman’, ambientado en la era otomana. Con un potencial de venta internacional limitado, la versión en turco de la serie suma 7.000 millones de vistas. Pero es que su versión doblada al urdu para Pakistán e India ya supera los 10.000 millones.

Por supuesto, los turcos no están solos. Muchos otros han descubierto el mismo modelo. MrBeast, por ejemplo, dobla su canal de YouTube en nada menos que 77 idiomas mediante un costoso proceso manual, igual que Netflix lo ha hecho durante años, pero con presupuestos enormes. Otro ejemplo impactante es el canal infantil Nicki and Vlad, que en YouTube cuenta con unos 140 millones de suscriptores en inglés y más de 20 canales localizados que suman otros 350 millones. No sabía que hubiera tantos niños en el planeta.

Entonces, ¿qué implica esto para productores, cadenas y plataformas en América Latina?

El mensaje de fondo es claro: los tiempos en que una producción podía depender exclusivamente de canales de distribución propios y controlados internamente quedaron atrás. Las views en YouTube, Facebook o TikTok rara vez canibalizan las audiencias de las plataformas propias: cuanto más, mejor.

Es cierto que Google se queda con entre el 40% y el 50% de los ingresos publicitarios, pero a cambio genera nuevas fuentes de ingresos de otro modo inalcanzables, además de fortalecer el reconocimiento de marca.

La lección es evidente. La nueva estrategia debe reflejar lo que las industrias de la música y el podcast llevan años haciendo: producir el contenido, encontrar socios para distribuirlo en tantas plataformas como sea posible y conquistar a la audiencia. Los ingresos llegarán por sí solos.

Redacción Cveintiuno

28-11-2025

©cveintiuno

OBSERVER

BUSINESS • MEDIA • EXPERT INSIGHTS

HBO's Crown Jewel Status Shapes the Battle for Warner Bros. Discovery

HBO's prestige, library strength and audience pull make it the most valuable prize in any potential Warner Bros. Discovery acquisition.

By Brandon Katz • 11/14/25 12:08pm



HBO delivers the legitimacy and value no rival can replicate.

There's a particularly trenchant quote from HBO's House of the Dragon that keeps popping into my head as major media companies jockey for position in pursuit of Warner Bros. Discovery: "Aegon Targaryen sits the Iron Throne. He wears the Conqueror's crown, wields the Conqueror's sword, has the Conqueror's name. He was anointed by a septon of the Faith before the eyes of thousands. Every symbol of legitimacy belongs to him."

Symbols are assets that can be leveraged for value in different ways. Zooming out to House of the Dragon's home network, HBO finds itself in a position to be an integral symbol of legitimacy and value in the WBD sweepstakes. As all publicly circle the wagons, it's time to explore the premium cable network's merits and which company would benefit most from its addition.

This article contains a plethora of data points that highlight whitespace opportunities and strategic value in the market. But it's not always the quantifiable elements that yield the greatest benefits. HBO's multi-decade track record as a culture-shaping authority cannot be summed up in an Excel sheet.

"It is not merely a content library; rather, it is a brand that stands for prestige and audience trust, meaning an acquirer instantly uplevels its brand value with the acquisition, as well as attracts unrivaled talent," Andrew Cussens, CEO of content studio Film Folk, told Observer.

This very notion was recently demonstrated when WBD re-rebranded its streaming service to HBO Max. The name carries weight throughout the industry while certain rival brands still search for a defined identity that elicits strong audience associations. The data backs up its position as a go-to destination and an illuminating opportunity.

HBO and HBO Max by the numbers

WBD's streaming platforms had 128 million subscribers at the end of September, with the vast majority belonging to HBO Max. (Netflix has more than 300 million subscribers.) It's a hits-driven platform that values prestige quality over quantity. That's incredibly valuable, but it can run counter to mass market ambitions.

For example, The Last of Us Season 2 and The White Lotus Season 3 rank among the most-watched U.S. streaming series of 2025, according to Samba TV's State of Streaming report. Yet, HBO Max only accounts for 7 percent of the Top 100 most-streamed series overall, per Samba, while WBD's share of U.S. streaming sits at just 1.3 percent, per Nielsen, respectively. Even as the majority of viewing for HBO series occurs on streaming vs linear, HBO Max remains a top-heavy platform that accounts for a surprisingly small slice of the U.S. TV pie despite its namesake brand's prestige.

From Watchmen and Penguin to House of the Dragon and It: Welcome to Derry, HBO has worked wonders in elevating brand-name intellectual property and franchise fare in pursuit of greater viewership (while still succeeding with more standard "prestige" fare like The White Lotus and Task). This raises the question: has it reached its scalable ceiling?

"There is definite upside in the number of subscribers and revenue-per-viewer, and HBO Max hasn't saturated either," Samba TV CEO and co-founder Ashwin Navin told Observer. "By adding new tier-one shows and tentpoles, they can continue to broaden their audience base. With more subscribers on the ad-tier, combined with more precision targeting and data, there's definitely room to grow monetization. The ceiling is much higher with the right investment and growth strategy."

HBO is already doing most of the heavy lifting for HBO Max, especially when compared to its high-minded cable counterparts. HBO titles account for 14 percent of the streamer's library, but more than 18 percent of its audience demand, according to Parrot Analytics. That tops Showtime on Paramount+ (7.2 percent supply vs. 7.3 percent demand) and FX on Hulu (3.6 percent vs. 4.6 percent).

Who stands to gain the most if WBD is sold?

For better and for worse (mostly the latter), Hollywood is chasing scale to compete. Yet, no one is talking about the potential overlap when it comes to possible streaming combos. Paramount Skydance, Comcast and Netflix could all stand to gain from HBO's prestige pricing power, but face challenges to continue scaling without sacrificing quality.

Roughly two-thirds of U.S. adults who subscribe to HBO Max also subscribe to Netflix, according to Greenlight Analytics, where I work as Director of Insights & Content Strategy. About 40 percent of HBO Max subscribers also use Paramount+, while only 20 percent overlap with Peacock.

"Either Paramount or Comcast would benefit the most," Hernan Lopez, founder and CEO of media/tech management consulting firm Owl & Co., told Observer. "They would immediately more than double their global revenue and profits from streaming, and the size of the library — both for their own streaming services as well as strategic leverage for negotiation with Netflix."

The end result for each suitor would be different. Generally speaking, we're talking about more subscribers, greater pricing power, higher combined lifetime value per customer, higher engagement, lower churn and so on. On paper, that's awfully tantalizing, though not without its obstacles.

"Netflix would only fully realize the value of buying WB streaming and studios if it keeps the TV and theatrical studios open, which would mean being willing to make and sell shows to third parties and distribute in theaters—things they haven't done so far," Lopez noted. Despite nudges in the theatrical direction, Netflix co-CEO Ted Sarandos said as recently as April that movie theaters are an "outmoded idea." Oof.

Interestingly, 78 percent of 2025 HBO Max engagement was directed at titles released before 2025, the second-highest rate among the premium streamers, per Samba. That speaks to the enduring power of HBO's treasured library and the appointment-viewing gaps between high-profile HBO releases. On the flip side, Peacock (64%) boasts the largest share of engagement dedicated to programming that debuted in 2025. Meanwhile, Paramount+'s male-skewing originals fit well with HBO Max's female-leaning audience. To Lopez's points, one can see the non-Netflix fits.

It would be media malpractice to see HBO reduced to a mere tile in another company's crowded streaming ecosystem. The small screen's crown jewel deserves better than that, not only for its reputational value but for the tangible results it yields. Yes, time spent has become the all-powerful quarry of every streaming platform. No, HBO is not a content firehose designed to constantly scratch that itch. But much like the throne, crown and sword, the validation it offers is the first step in empowering whomever its parent company may be to rule the realm.

MarketWatch

‘Stranger Things’ has made at least $1 billion for Netflix already. Now Season 5 could deliver another $200 million.

At least that’s what one expert says. But the bigger question is whether the hit show could become a ‘Star Wars’-type franchise worth billions more.

By **Charles Passy** Nov. 26, 2025 at 4:52 p.m. ET



“Stranger Things” Season 5 premieres on Netflix just in time for Thanksgiving — and the hit series has been a major moneymaker for Netflix over the past nine years.

“Stranger Things” has already become a billion-dollar earner for Netflix, at least according to one industry report. But now comes the bigger question: Can it turn into a $2 billion one? Or maybe even something beyond that?

Certainly, it’s a question on the minds of many entertainment and brand industry professionals, with Netflix set to launch the fifth (and reportedly final) season of the nostalgic, horror-centric series tonight. “Stranger Things” Season 5 will roll out in three segments, all timed around the holidays, with four episodes being released tonight (for Thanksgiving) and then three more on Christmas Day, and finally a single one on New Year’s Eve.

There's plenty of hype and buzz surrounding the occasion. Time magazine has devoted a cover to it. Food and restaurant companies have all sorts of product tie-ins ("Stranger Things"-themed Fruit Roll-Ups, anyone?). And naturally, fans of the show are setting aside time to binge their way through a rewatch.

In short, "Stranger Things," whose first season debuted in 2016, has gone from being a quirky show, rooted in '80s-era pop culture, into a global phenomenon — one that now encompasses a book series and even a Broadway show. And, yes, it has earned Netflix at least $1 billion just since 2020, according to Parrot Analytics, a company that focuses on the entertainment industry.



"Stranger Things" is back for its fifth and final season, with David Harbour, left, as Jim Hopper and Millie Bobby Brown as teen superhero Eleven.

"'Stranger Things' is less of a TV show and more of a modern media universe," said Dani Calogera, a former Showtime executive who runs What/If Co., a branding studio.

But it's not like there isn't risk involved in continuing the franchise: Netflix, which didn't respond immediately to a MarketWatch request for comment, is reportedly spending up to $60 million an episode for this fifth season, which translates into a $400 million-plus overall commitment. That easily makes it one of the most expensive productions in television history — and one that rivals budgets for blockbuster films.

> *"'Stranger Things' is less of a TV show and more of a modern media universe."*
>
> — Dani Calogera, a former Showtime executive who runs What/If Co., a branding studio

Which takes us back to the multibillion-dollar question: Will the risk pay off?

In the short term, there's obviously hope that the fifth season will bring a wave of viewers to Netflix — both "Stranger Things" fans who might have let their subscriptions lapse after the series' fourth season over three years ago, as well as curious folks who might finally decide to watch the show for the first time (clearly, they'll also likely have some catching up to do).

Some in the industry wonder if there's a chance viewers could lose interest in the show. It's the proverbial issue of "jumping the shark," especially given the fact that the "Stranger Things" principal characters have now aged out of their adorable tween selves — and it was their youthful sensibility that helped give the series its initial spark.

But most seem to say the series is simply too beloved for that to happen.

Sunny Bonnell, a brand expert who is the chief executive of the Motto agency, said the show is "one of the few franchises that can still influence culture at scale." She believes Netflix could see a major subscriber lift, and even up to a $200 million boost in revenue from the fifth season.

That's the short term, but what about the long term? Here's where things get tricky, say experts. It's possible that "Stranger Things" could be another "Harry Potter" or "Star Wars"-level franchise — something that can indeed generate billions of dollars over time. But for that to happen, it all comes down to what else Netflix can develop, now that the initial series is coming to a close.



The young cast of "Stranger Things" has grown from tweens in 2016, to the older teens and young adults seen today.

Photo: Netflix

Currently, the Duffer brothers, the siblings who created the "Stranger Things" franchise and continue to direct it, have their sights set on other projects and have signed a four-year deal with Paramount

that will reportedly encompass movie, television and streaming projects. But they are still associated with Netflix and have two non-"Stranger Things" series in the works, "The Boroughs" and "Something Very Bad Is Going to Happen."

At the same time, it's clear that "Stranger Things" won't die with the fifth season. A next move could be in the works in the form of a much-discussed spinoff.

As Matt Duffer told Variety: "We just want to make sure that if we're gonna do it, it's something that we're very excited about."

In theory, that spinoff could lead to another, and another, and so on. After all, "Star Wars" began with one movie, but it has now spawned multiple pictures and other projects, leading up to Disney+ series such as "The Mandalorian" and "Andor." And "The Mandalorian" is itself spawning a movie, which is being released next year.

If "Stranger Things" starts to follow a similar path, it could become that multibillion-dollar franchise, experts say.

"At this point 'Stranger Things' behaves less like a series and more like a brand, and that means its financial runway extends well beyond the finale," said Bonnell.

Stuart Thomson's
decodeTV
Insight on video and broadband business & technology

Australia says yes to streamer quotas to support local content

By **Stuart Thomson** November 28, 2025

Australia has joined the list of countries that require streamers to invest a proportion of their revenue in the country in local content creation. A new law will require streaming services with more than one million subscribers in the country to invest at least 10% of total programming spend for Australia, or 7.5% of their revenue in the country, in new local drama, kids, factual, arts and educational programming.

The new mandating an Australian content obligation was passed into law by the Australian parliament yesterday.

The government has simultaneously given pubcaster the Australian Broadcasting Corporation (ABC) a A$50m boost in funding to support the production of kids and drama content. The boost in funding will be spread over three years starting from 2026-27

"We have Australian content requirements on Free to Air television and pay television, but until now, there has been no guarantee that we could see our own stories on streaming services," said Minister for the Arts Tony Burke.

"Streaming services create extraordinary shows, and this legislation ensures Australian voices are now front and centre. Now, no matter which remote control you're holding, Australian stories will be at your fingertips.

Minister for Communications Anika Wells said that "this additional funding will help to support local industry and creatives bring what makes us unique to life", adding that "the ABC remains the largest commissioner of Australian scripted content and this funding boost will see even more locally produced drama and children's content on our screens."

The decision to introduced quotas was announced earlier this month, in line with the 'Revive' national cultural policy introduced by the Albanese government in 2023. This is a five-year plan aimed at reviving the country's arts, entertainment and cultural sector. The plan saw the creation of Creative Australia, replacing the former Australia Council for the Arts.

Streamers failing to comply with the new rules could theoretically be subject to fines of up to 10 times their annual revenues in the country. However, they will be given three years to meet the new requirements.

Netflix already invests significantly in Australian content and has opposed the introduction of new quota rules. The company's Australian revenues last year amounted to about A$1.3bn. While producers organisations have broadly welcomed the quota move, concerns have been raised in some quarters that the new rules could inflate production costs, with streamers outbidding local players for resources.

THE WALL STREET JOURNAL.

BUSINESS

Vivendi Takeover by Bollore Less Likely After Court Rules in Favor of Billionaire

A French court overturned a ruling that the family of Vincent Bollore had de facto control of Vivendi

By **Joshua Kirby** Nov. 28, 2025 11:46 am ET



Bollore currently holds around 30% of Vivendi's issued stock, according to FactSet. Sarah Meyssonnier/Reuters

Quick Summary

A French court overturned a ruling that the Bollore family had de facto control of Vivendi, impacting investor expectations.

A French court overturned a ruling that the family of Vincent Bollore had de facto control of Vivendi, quashing investor hopes that the billionaire might be forced into a full takeover of the media group following its four-way spinoff last year.

The country's highest court said Friday that a lower appeals court had made an error in ruling that the family's namesake Bollore holding company exerted de facto control over Vivendi.

"The appeals court, with different members, must make a new decision on the question of de facto control," the court said in its ruling.

The initial case was brought by a minority shareholder in Vivendi, which claimed that what it said was Bollore's de facto control over the group obliged the family company to make a takeover offer, despite it not holding a majority of the share capital. Bollore currently holds around 30% of Vivendi's issued stock, according to FactSet.

France's market regulator had earlier this year required Bollore to bid for full ownership of Vivendi, a decision based on the initial court ruling.

Shares in Vivendi dropped sharply last week when French daily Le Monde reported that the higher court would rule in favor of Bollore. Freeing the holding company from an obligatory takeover of Vivendi could save the family between 6 billion and 9 billion euros ($6.96 billion-$10.44 billion), according to estimates cited by Le Monde.

The legal battle comes after Vivendi at the end of 2024 completed a breakup of its core business into standalone entities. Studio group Canal+ was listed in London, while advertising group Havas was listed in Amsterdam and publishing firm Louis Hachette Group in Paris. The spinoff aimed to help the group avoid the so-called conglomerate discount, referring to the gap between a company's market value and that of the sum of its parts.

Write to Joshua Kirby at joshua.kirby@wsj.com

VARIETY

Nov 26, 2025 11:15am PT

‘Frankenstein’ to ‘Wednesday’ and ‘The Last of Us’: How Aggressive Incentives Have Resulted in a Boom in International Filming

By **Rafa Sales Ross**



FRANKENSTEIN. Jacob Elordi as The Creature in Frankenstein. Cr. Ken Woroner/Netflix
© 2025. Ken Woroner/Netflix

Despite President Trump routinely reinforcing his threat to impose a 100% tariff on movies produced outside the U.S., productions big and small continue to look for the best locations to shoot abroad, with Europe remaining a leading destination for major Hollywood projects. Last year, Brady Corbet’s epic “The Brutalist” made headlines during awards season when the director openly spoke about the benefits of filming in Budapest, Hungary. His partner, director Mona Fastvold, also shot her awards-hopeful “The Testament of Ann Lee” in the Hungarian capital.

It's not only Hungary reaping the benefits. Scotland has also welcomed a heap of major Hollywood productions in recent years, with Guillermo del Toro's "Frankenstein" and Destin Daniel Cretton's "Spider-Man: Brand New Day" shooting in the country over the last year. A recent study by the BBC reported the positive impact its hit TV show "The Traitors" brought to Scotland: a whopping £21.8million ($28.5 million) injected into the local economy. A representative for Screen Scotland also highlighted that productions like "Frankenstein" boost talent development through on-set training programs.

With cash and tax rebates becoming more and more aggressive and crews more and more experienced in multiple countries around the world, there is a wealth of options when it comes to where to take production.

As leading figures in the industry prepare to attend this year's Focus production conference, taking place in London on Dec. 8-9, Variety gathered a list of some of the rising international shooting destinations:



Glasgow, Scotland, hosted the shoot for 'Spider-Man: Brand New Day.'

Gosford House, Scotland

Scotland, like all nations in the U.K., offers a cash rebate of up to 25% of qualifying expenditure, with the tax relief capped at 80% of core expenditure. The country has seen a boom in international productions in recent years, with its three main cities — Glasgow, Edinburgh and Aberdeen — doubling for other international locations for films like "The Running Man," "Indiana Jones and the Dial of Destiny" and "Spider-Man: Brand New Day."

Although the country has seen its number of studios grow in recent years to keep up with demands from international productions, particularly major streamers, its natural scene and many castles have remained a great draw. Located in East Lothian just outside Edinburgh, Gosford House provided many of the exterior shots of Victor Frankenstein's childhood residence in del Toro's "Frankenstein." The iconic property has also been seen in many other high-profile productions, including Apple TV's "The Buccaneers" and hit Scottish TV series "Outlander."

Strathspey Railway, Scotland

A growing global sensation, BBC's reality show "The Traitors" is filmed in Scotland, having shot its big final mission showpiece on the iconic Strathspey Railway. The steam train is based in Aviemore, a town in the Cairngorms National Park in the Scottish Highlands, popular for its stunning natural scenery. The railway line and its historic 19th-century platforms also played a vital part in the beloved highlands-set drama "Monarch of the Glen," starring "Downton Abbey's" Julian Fellowes, with the fictional Glenbogle station used for the series — still visited by fans from around the world.

Canmore, Alberta, Canada

The Canadian province of Alberta offers a tax credit rate of either 22% or 30% on eligible productions. The town of Canmore is known for its impressive Rocky Mountains, rugged peaks and turquoise rivers. Located just outside of the Banff National Park, the location offers the benefits of a similar landscape without the added bureaucracy.

HBO's hit show "The Last of Us" was filmed in over 180 locations across Alberta, becoming the largest production in the province's history and one of the biggest in Canada. In the show, Canmore was transformed into the post-apocalyptic society of Jackson, Wyoming. Cast and crew have often listed the location as one of their favorites in Canada, with the cozy, private feel of the town and the stunning natural scenery proving great draws.

Ko Samui, Thailand

Thailand offers a cash rebate of up to 30% for foreign film productions with local expenditures of approximately $1.4 million or more. The Southeast Asian country skyrocketed in popularity earlier this year when it hosted the latest season of the hit HBO show "The White Lotus," but it has long been a popular destination for international productions thanks to its diverse mix of beaches, mountains, jungles and large cities.

Ko Samui is the third-largest island in the country but remains small enough to be circumnavigated in just a couple of hours by motorbike or car, making neighboring locations easy to access.



Season 3 of 'The White Lotus' shot on the islands of Koh Samui and Phuket in Thailand.

The island is home to the main "The White Lotus" location: the Four Seasons, a world-class luxury resort perched on a private hillside overlooking the Gulf of Thailand with panoramic sea views, lush coconut groves and secluded beachfront settings ideal for high-end productions. Nearby, one can also find the popular Fisherman's Village, a charming coastal street lined with old wooden shop-houses, local markets and beachfront cafés.

Riga, Latvia

Latvia offers a cash rebate program of 20% for local spend and 30% for wages. That sum can be combined with a rebate provided by the Riga Film Fund, as long as 50% of the total budget is confirmed before application.

Riga has increased in popularity in recent years, much thanks to how easily it can double for other major European cities like Warsaw, Berlin, London and Zurich. Riga also offers a coastline in the district of Kurzeme, and sprawling forests in Latgale, making it a versatile location.

Latvia has recently welcomed high-profile international indie productions like Kristen Stewart's directorial debut "The Chronology of Water" and Sergei Loznitsa's "Two Prosecutors."



Hit series 'Wednesday' used key locations in Romania.

Cantacuzino Castle, Romania

The recently revamped Romanian cash rebate program offers returns of 30% of expenditure, covering eligible expenses incurred in the country. The rethinking of the program comes as an effort to attract more international productions to the country at the crossroads of Central, Eastern and Southeastern Europe, especially in the light of the war in Ukraine. Recently, Romania was chosen as a key location for the Netflix series "Wednesday," which turned the Cantacuzino Castle in Bușteni into Nevermore Academy. The palace is located against the Carpathian Mountains and its lush forests, mixing the sharp edges of neo-Romanian architecture and vast natural landscapes. It is also somewhat conveniently located at two hours, 30 minutes away from the capital, Bucharest.

Auckland, New Zealand

The New Zealand Film Commission recently made changes to its rebate program to incentivize a sector that generates almost $2 billion yearly for the country. The rebate, currently sitting at 20% with a possible 5% uplift for international productions, is simple to claim and not tied to tax, with the New Zealand dollar offering excellent value for international productions. The new program has also lowered the threshold for qualifying projects to a $2.6 million minimum, lowered from $8.5 million. The city of Auckland is a popular shooting destination thanks to its geographical diversity —

with plenty of urban landscapes, forests, coastlines, black sand beaches and volcanic fields within a short drive from the center — but also because of its wealth of studios and post-production facilities. This year, the city has housed shoots for “Predator: Badlands” and Netflix’s “East of Eden” series.

Forbes

DAILY COVER

How Mark Wahlberg Became The King Of Streaming



By **Matt Craig**, Nov 19, 2025, 06:00am

As theatrical releases decline, the 54-year-old actor has become the most bankable star on Netflix, Amazon and Apple—earning $20 million or more a movie—in a major paradigm shift of Hollywood economics. Inside the new A-Minus List.

The list of actors who could replace Robert Downey Jr. was very small, but Amazon executives had to draw one up in 2023 after the Oscar-winner pulled out of a starring role in one of its projects to re-join the Marvel Cinematic Universe. The filmmakers knew they needed someone with a sense of humor, action hero chops, and most important, star power. In the end, they came to the same conclusion many streaming producers have in the past five years—Mark Wahlberg.

"We always intended for there to be a star in it," says Julie Rapaport, Amazon MGM Studios' head of film, production and development. "There is a comfort for audiences and familiarity of faces with a star like Mark, so people want to watch what his next movie is going to be, whether it's theatrical or streaming."

For the 54-year-old Wahlberg, it's been a steady stream of streamers recently. With the release of *Play Dirty* in October on Prime Video and *The Family Plan 2* for AppleTV on Friday, Wahlberg will have starred in seven streaming movies since 2020, for four different services (Netflix and Paramount+ being the others).

While direct-to-video projects were once a sign of decline in Hollywood, Wahlberg's embrace of straight-to-streaming movies has been extremely lucrative—*Forbes* estimates he earns A-list money, $20 to 25 million per project—and signals a new paradigm for Hollywood.



Man of Action: Wahlberg is bankable in thrillers, such as 2025's 'Play Dirty' (left) and family comedies. His new movie, 'The Family Plan 2' (right) combines the genres.

Traditionally, movie stardom was measured by an actor's ability to perform at the box office. But in the current entertainment landscape, in which the number of theatrical releases is in decline and celebrity alone does little to guarantee success—Dwayne Johnson's *The Smashing Machine*, Sydney Sweeney's *Christie* and Glen Powell's *The Running Man* being recent examples—a growing number of actors just below the highest tier of stardom have migrated to streaming platforms where they're still able to use their instantly recognizable faces to draw in those scrolling by the movie or show's tile on a given platform, and are rewarded with huge guaranteed paydays.

Call it the A-Minus List. After all, the actors are paid top dollar to appear in a project, minus the bonus incentives on the back end—because there isn't one. Included in this elite set are Kevin Hart, Charlize Theron, Jason Bateman and Millie Bobby Brown, all of whom have starred almost exclusively on Netflix in recent years and have received salaries that insiders agree they would be unable to command in the turbulent theatrical marketplace. There's also Jennifer Lopez, who received an estimated $16.5 million to produce and star in Netflix's *Atlas* in 2024, and Jake Gyllenhaal, who made an estimated $23 million combined from Prime Video's *Road House* remake and the AppleTV series *Presumed Innocent* in 2024.

By comparison, *Forbes* estimates that the biggest box office stars, including Leonardo DiCaprio, Brad Pitt or Denzel Washington, can command $30 million up to even $40 million for a rare streaming project.

Yet it is Wahlberg, famous for his 4 a.m. wakeup calls and numerous entrepreneurial ventures, who is hustling harder than the rest. In 2025, he has had the pair of streaming exclusives plus the limited theatrical release *Flight Risk*—which earned just $48 million at the box office in January but performed well in video-on-demand. Combined with earnings from TV producing and back catalog residuals, *Forbes* estimates Wahlberg earned $60 million this year before taxes and fees to agents, managers and lawyers. That number would have been large enough to place him at No. 5 on the highest-paid actors of 2024.



Spy Hard: 2024's 'The Union' (co-starring Halle Berry) is just outside Netflix's all-time top 10 movies by viewership.

"The biggest star in streaming is Mark Wahlberg," WME executive chairman Ari Emanuel said last month on an episode of "The Town" podcast, making a point to differentiate him from the top theatrical draws. "Without a doubt on the movie side. There's no question, just go look at all his movies."

Emanuel's hype isn't exactly objective—he has been Wahlberg's agent for some 30 years and inspired Jeremy Piven's Ari Gold character on the hit HBO show *Entourage*, which Wahlberg produced—but the numbers back it up. According to Parrot Analytics' valuations of global streaming revenue across all major platforms, Wahlberg's movies have generated an estimated $680 million since 2020, accounting for subscriber acquisition, retention, and advertising.

Play Dirty debuted as the No. 1 movie across all streaming platforms the week of its release on Prime Video, racking up nearly 23 million hours in its first three weeks. Apple said 2023's *The Family Plan* was its most-watched movie ever after its release, and 2024's *The*

Union sits just outside Netflix's all-time top 10 movies by viewership. Per Netflix's engagement report for the first half of 2025, users spent more than 350 million hours watching Wahlberg's movies between January and June, 30% more than platform tentpole Adam Sandler. Wahlberg is the star of seven of the top 170 most-watched movies on Netflix during that span, while only one other actor, Denzel Washington, has appeared in more than two.

Wahlberg hasn't completely abandoned theatrical releases either. He played second lead in 2022's *Uncharted* and in recent years fronted a handful of smaller budget independent films such as *Flight Risk*, *Father Stu* and *Arthur The King*, but streaming is now the place where his star shines brightest.

Brandon Katz, director of insights at Greenlight Analytics, says Wahlberg is now more of an "added value element" to a theatrical movie, rather than the "primary incentive," having trained audiences to expect to find him on streaming. Greenlight regularly surveys moviegoers on actors' drawing power to theaters and streaming, and though Wahlberg scored in the 48th percentile for theaters (41% "Will See – Theaters"), his streaming score (54% "Will See – Streaming") was on par with Tom Cruise (52%) and Dwayne Johnson (56%).

At a time when the kinds of movies Wahlberg specializes in—guy-with-a-gun action and family comedy (or both at the same time, in the case of *The Family Plan 2*) that aren't part of a franchise—are disappearing from theatrical release calendars in favor of targeted niche films or massive brand-driven blockbusters, streaming viewers have shown consistently that they cannot resist a fun genre flick with a familiar face.

"We've seen star power wane theatrically as [intellectual property] and brand power has increased over the last 15 years," says Katz. "But it's still very important in streaming, it still drives viewership. And if it didn't, you wouldn't see every single major streamer investing tens of millions of dollars in paydays to major stars."

Sandler was the first to capitalize on this major shift in movie stardom in 2014, seeing diminishing returns at the box office and pivoting to a multi-picture deal with Netflix that was reportedly worth $250 million, renewing the deal several times since. "I gotta tell you," Wahlberg said in a 2014 interview when asked about Sandler's move. "For me, personally, I am interested in knowing the reasons and economics behind those deals."

Around that time, *Forbes* estimates Wahlberg was earning $15-17 million up front for his theatrical movies, with the promise of a small percentage of each movie's profits in the case of breakout success. But by the mid-2010s his movies *Deepwater Horizon*, *Patriots Day* and *Mile 22* were already struggling to generate big back ends. Streaming deals, on the other hand, pay an upfront fee plus a "buyout" of a star's profit share as if it had been a modest success in theaters (streamers are experimenting with performance-based compensation, but it is not yet widely adopted). Beginning with 2020's *Spenser Confidential*, Wahlberg earned an estimated $24 million and never looked back.



Unlike Sandler or Kevin Hart, another star who generates most of his own material and has set up a production pipeline under one banner since signing a four-picture deal with Netflix in 2021 for more than $100 million, Wahlberg's value in the marketplace is largely as a star-for-hire. He was not a credited producer on *Play Dirty*, nor will he be for his next movie, a comedy for Prime Video called *Balls Up*. It's this malleability that has made him incredibly desirable to every major platform, in any kind of movie.

"Mark Wahlberg's talents defy categorization," says Josh Greenstein, co-chair of Paramount Pictures and vice chair of platforms, via email. "He is a giant worldwide theatrical star, global streaming star, prolific producer, and a successful entrepreneur. For decades he has had tremendous, genre-defying success, from *Ted* to *The Fighter* to *The Family Plan*, to name just a few. Simply put, there is no one like him."

FINANCIAL TIMES

Opinion Lex

Why the influencer economy deserves its fan club

This is a sector with blockbuster economics



YouTube claims to have paid out $100bn to creators and media companies over the past four years © Getty Images/Made on YouTube 2025

A stuntman, a 95-year-old grandmother and a silent comedian have little in common — apart from their self-made wealth. The trio are part of the influencer economy, an ecosystem shared by online content creators, social media platforms, ad agencies and data analytics, which Goldman Sachs has reckoned will be worth just shy of half a trillion dollars by 2027.

It is easy to sneer at online content creation: it isn't immediately obvious how creative it is to show off extravagant birthday gifts or peel a potato. But this is a sector with blockbuster economics. Unlike other entrepreneurs, from grocers to tech visionaries, influencers need no start-up capex. And while most early-stage start-ups burn through cash, influencers can pull it in from the get-go. Chinese influencer Zheng Xiang Xiang is widely claimed to have earned $18mn in a matter of days by fast-clip product promotions.

An increasing proportion of the wealth created accrues to the content creators themselves. YouTube, which broadcast creators' videos for nearly three years before paying, claims to have paid out $100bn to creators and media companies over the past four years, largely through sharing ad revenues. Influencers also earn money by

marketing brands' products. That apes much of the strategy in China where less snappily-named key opinion leaders — or KOLs in marketing lingo — are paid to sport watches, clothes and other trinkets.

Rather like traditional entrepreneurship, however, the influencer economy has spillover effects. Whole networks have sprung up around influencers, including managers and support teams. YouTuber MrBeast even has a CFO, who previously held the role at dating app Bumble. Both ad and model agencies have dedicated influencer units.

Some influencers have even created mini conglomerates. Mythical Entertainment, a digital entertainment studio spawned by influencers, claims 76mn subscribers on YouTube and a combined 52mn on half a dozen other sites including Facebook and Instagram. It even took baby steps towards industry consolidation, paying $10mn for peer Smosh — until the latter's founders bought it back.

Tripwires lurk. Times are tough across the media landscape. Artificial intelligence is a threat: why pay for user-generated slop when you can do it yourself? And social media platforms, on which content creators rely for their existence, have their own issues to deal with. At one point, influencers had to contend with the threat of TikTok being shut down by the US government, although that possibility seems to have receded somewhat. Fortunately, for the platform and for the content creators themselves, fans wield plenty of influence.

louise.lucas@ft.com

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 12635 €
ÁREA: 427 CM² - 63%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: EMPRESAS

29 Noviembre, 2025



La debacle de las 'telecos' locales

SITUACIÓN DIFÍCIL/ Los operadores locales están sufriendo la presión comercial en el segmento de bajo precio por la expansión de la red de fibra de Digi y la fortaleza de Telefónica en los clientes de alto valor.

Ignacio del Castillo. Madrid

Los operadores locales de telecomunicaciones en España están sufriendo un deterioro de su situación competitiva a manos de los cuatro grandes operadores del mercado en términos de facturación: Telefónica, Masorange, Vodafone y Digi.

El mercado español se está polarizando entre los clientes de alto valor y los de bajo coste. El alto valor concentra una buena parte de la mayoría de los ingresos y proporciona una situación competitiva más estable. El segmento de bajo precio, donde actúan la mayoría de los operadores locales, es el que tiene la mayor presión competitiva y, por tanto, es el que proporciona buena parte de las portabilidades (altas y bajas en una operadora de *telecos* para pasarse a otra).

A partir de la segunda mitad de 2024, el endurecimiento de las condiciones comerciales del mercado está haciendo que los más de 200 operadores locales que hay en España hayan pasado de competir cómodamente, logrando incrementar sus bases de clientes mediante el mecanismo de la portabilidad, a estar perdiendo clientes frente a sus cuatro grandes rivales.

Nuevas tarifas agresivas

Entre las razones figuran las nuevas tarifas que lanzó Digi en octubre de 2024, con la posibilidad de disponer de un precio de entrada de 15 euros para una oferta convergente (fijo-móvil, con 300 Mbps de velocidad en la fibra y 30 Gb de datos en el móvil) en su red propia de fibra, a la que denomina Fibra Smart.

La disponibilidad de fibra propia de Digi es muy importante, puesto que sobre ella ofrece la tarifa de fibra a 10 euros como precio de entrada, mientras que sobre fibra alquilada (a Telefónica) el precio mínimo es de 25 euros, es decir, 15 euros de diferencia, que en este segmento del bajo precio supone un enorme contraste.

Conforme Digi ha ido ampliando la cobertura de su red propia de fibra, ha extendido estas condiciones muy agresivas a más regiones, por lo que el impacto comercial se ha elevado, especialmente en las comunidades autónomas donde este tipo de operadores locales tienen más presencia, que son fundamentalmente, Andalucía, Murcia y la Comunidad Valenciana.

La llegada de Zegona

Al mismo tiempo, también se produjo a partir de marzo de 2024, la llegada de la británica Zegona al capital de Vodafone España, lo que supuso un giro radical en su política comercial a partir del tercer trimestre, especialmente en el caso de Lowi, su marca de bajo coste.

Y eso provocó movimientos de otros operadores, como Telefónica con la marca O2 y de Masorange con MásMóvil.

Este conjunto de movimientos de mercado en el segmento del bajo coste, junto con la fortaleza de Telefónica en el alto valor, ha llevado a que los operadores locales hayan empeorado notablemente su rendimiento comercial, y se enfrenten a dificultades para competir con sus grandes rivales debido a su falta de escala y sus bajos márgenes.

Donde es más evidente este comportamiento comercial es en el segmento de la telefonía móvil. Si se analiza la evolución de estos operadores frente a los cuatro grandes en los nueve primeros meses de cada año en los últimos tres ejercicios, se aprecia el deterioro competitivo.

Entre enero y septiembre de 2023, la ganancia neta de líneas móviles de los operadores locales se elevó a 109.500 (ver gráfico). Sin embargo, un año después, los nueve primeros meses se saldaron con una ganancia notablemente inferior, de sólo 20.200 líneas. Y en el presente ejercicio, la debilidad es más evidente, puesto que ya experimentan una pérdida neta de líneas de casi 30.000 líneas.

Frente a los cuatro grandes

La debilidad de estos operadores locales es general frente a los cuatro grandes grupos, aunque en diferente nivel de intensidad.

En el caso de Telefónica, las *telecos* locales ganaban 27.000 líneas en los tres primeros trimestres de 2023, cifra que se redujo a 14.700 en el mismo periodo de 2024 y en 2025 se ha situado en apenas 2.800 líneas, con los últimos meses ya en negativo.

En el caso de Digi, la evolución es también muy significativa, puesto que debido a su agresividad comercial el balance de las locales era ya de casi un empate en el periodo enero-septiembre de 2023, mientras que un año después la cifra ya se había convertido en negativa con casi 8.500 líneas perdidas. Y en este año, ya supera las 15.500 perdidas, duplicando las del año pasado.

También es muy significativo que Masorange, que en el periodo enero-septiembre es la que peor se ha comportado en portabilidad móvil, con un saldo neto negativo de 438.000 líneas –por los +135.000 de Telefónica, los +605.000 de Digi y los 272.000 negativos de Vodafone– también experimente una sustancial mejora frente a las *telecos* locales.

Éstas, que ganaban frente a Masorange 43.700 líneas en los nueve meses de 2023, ya registraron cifras negativas de 18.600 en el año 2024, saldo negativo que se ha profundizado hasta las 45.400 líneas en este ejercicio, el mayor entre los grandes.

La tendencia se aprecia también frente a Vodafone aunque en menor medida. Las *telecos* locales ganaban casi 39.000 líneas a Vodafone en los nueve meses de 2023, pero esa cifra bajo a 35.700 un año después y a algo más de 28.100 en los tres primeros trimestres del presente ejercicio.

También en el fijo

Y lo mismo ocurre con las cifras de la banda ancha fija, aunque como es lógico con magnitudes más pequeñas y con una caída más brusca para los grupos locales. Si en 2023, éstos mantenían un saldo positivo de 94.900 líneas fijas, un año después habían bajado a 89.600 durante los 9 primeros meses. Sin embargo, en este ejercicio la caída ha sido intensa, ya que mantienen un saldo positivo de 19.352 líneas, un 80% menos que hace dos años.

LA DECADENCIA DE LAS 'TELECOS' LOCALES FRENTE A LAS CUATRO GRANDES

Saldo neto, en líneas.

> Portabilidad móvil de las telecos locales frente al mercado

ENE-SEP 23	109.555
ENE-SEP 24	20.215
ENE-SEP 25	-29.962

> Portabilidad fija de las telecos locales frente al mercado

ENE-SEP 23	94.899
ENE-SEP 24	89.602
ENE-SEP 25	19.352

> Portabilidad móvil de las telecos locales frente a cada una de las cuatro grandes

VS. TELEFÓNICA

ENE-SEP 23	26.977
ENE-SEP 24	14.718
ENE-SEP 25	2.857

VS. DIGI

ENE-SEP 23	4
ENE-SEP 24	-8.461
ENE-SEP 25	-15.529

VS. MASORANGE

ENE-SEP 23	43.692
ENE-SEP 24	-18.614
ENE-SEP 25	-45.427

VS. VODAFONE

ENE-SEP 23	38.882
ENE-SEP 24	32.572
ENE-SEP 25	28.137

Expansión

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas

Desde la segunda mitad de 2024, la presión se ha elevado mucho para los grupos locales

En móvil, pasan de ganar 110.000 líneas en los primeros nueve meses de 2023 a perder 30.000 en 2025

En fijo, la caída es más brusca: ganaban 95.000 en 2023 y en 2025 se desplomaron un 80%

FOCALIZADOS

Hay más de **200 operadores de 'telecos' locales,** aunque la mayoría se concentra en Andalucía, Murcia y la Comunidad Valenciana. Los mayores por red de fibra son Adamo, Avatel, Elanta, Procono-Ptv Telecom y Onivia

Las 'telecos' locales recurren a la CNMC

Un grupo formado por centenares de operadoras locales de *telecos* se ha dirigido a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), el regulador de la competencia y de las *telecos*, para que inicie una investigación sobre las políticas comerciales de Digi, el operador rumano, según adelantó EXPANSIÓN el pasado 28 de octubre. Las alegaciones de estas operadoras (vehiculadas a través de la asociación Acutelan, una de las asociaciones sectoriales de *telecos*) señalan que las ofertas comerciales de Digi impiden que un operador alternativo eficiente pueda replicarlas de manera económicamente rentable. Por eso, las operadoras locales consideran que esas prácticas comerciales están provocando su expulsión gradual del mercado. Los representantes de estas operadoras han solicitado a la CNMC que se investigue si los precios de las tarifas que tiene actualmente Digi en el mercado son inferiores a los costes en que incurre en la prestación del servicio, y que se dilucide, por tanto, si se puede estar dando un caso de precios predatorios, una conducta abusiva.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 2407 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: EMPRESAS

29 Noviembre, 2025





José Miguel García, CEO de Vodafone España.

Vodafone subirá precios un 3,9% tras Movistar y Masorange

I. del Castillo. Madrid

Las tarifas de Vodafone España se encarecerán, de media, unos 2,5 euros al mes (IVA incluido) a partir del 8 de enero de 2026 debido al "incremento significativo" de los costes de red, de la tecnología y de los contenidos, según explicaron fuentes de la *teleco* a *Europa Press*.

A partir de la semana que viene la compañía comenzará a informar a los usuarios de la actualización de los precios, que supondrán un incremento medio porcentual del 3,9% y, en función de los servicios contratados, representarán una subida de la tarifa de entre 1 y 5 euros al mes.

En cuanto al desglose de los aumentos medios de las tarifas, en líneas móviles el incremento se sitúa en 1 euro, mientras que para los usuarios que tengan solo fijo o fibra es de 1,5 euros. En las tarifas de Internet portátil 5G la subida media mensual es de 2 euros, mientras que para los paquetes convergentes de fibra y móvil será de 3 euros.

Las tarifas que experimentarán las mayores subidas mensuales son las denominadas Hogar Ilimitable y Negocio Ilimitable, con una subida de 5 euros.

Masorange

El anuncio de las subidas de Vodafone se produce días después de que sus rivales Telefónica y Masorange también anunciasen subidas. Telefónica señaló el pasado 24 de noviembre que a partir de enero de 2026 prevé una subida media del 4% y que la subida más habitual será de entre 3 y 4 euros. Masorange, por su parte, anunció que subirá una media de 3,8% –justo por debajo de la de Telefónica– también a partir del mes de enero de 2026.

EuropaSur

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,15
AVE: 3337 €
ÁREA: 663 CM² - 81%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1250
OTS: 11000
SECCIÓN: PORTADA

30 Noviembre, 2025



Paco Fox, criado entre videoclubes, selecciona las películas extranjeras para el catálogo de la plataforma Movistar Plus+

● También organiza en Madrid un festival de cine malo

"Algeciras tiene muchas temáticas para el **cine**, no solo el narcotráfico"

FERNANDO SILVA Algeciras

Es aficionado al cine, pero es algo más que cinéfilo sin llegar a ser cineasta. Francisco Rodríguez Prieto, más conocido en el mundo del cine y entre sus amigos como Paco Fox, nació en Algeciras, ciudad a la que vuelve varias veces al año desde Madrid.

Trabaja y vive en la capital de España, donde organiza un festival de cine malo que el año próximo alcanzará su decimoquinta edición. Pero su manera de ganarse la vida es seleccionando las películas que luego se exhiben en la principal plataforma televisiva española, Movistar Plus+. Y mantiene otros foros, una multiplicación de presencias que es posible por su constancia y por su mirada un tanto burlona sobre la vida y sobre lo que le gusta, lo que llega a provocar en quien le entrevista alguna pregunta con ironía descarada.

Paco Fox nació al cine viendo *Superman*. Ahora duda si fue desde uno de los palcos que tenía el Florida o en el desaparecido cine Fuentenueva. Empezó a proyectar películas en instituto Mixto II, hoy conocido como IES Kursaal, con el permiso de uno de sus profesores, Francisco Cubillas, cuando estudiaba tercer curso de lo que en aquel momento se denominaba Bachillerato Unificado Polivalente (BUP). Corrían los primeros años de la década de los noventa del siglo XX.

"Cutrecon aborda el cine como experiencia comunal, un valor que está perdiendo"



CLAUDIO PALMA

Paco Fox posa a los pies de la calle Rocha.

"En ese tiempo no había nada cinematográfico en Algeciras. Un año después de empezar las proyecciones, en la Fundación Municipal de Cultura José Luis Cano recuerdo que di una charla sobre cine con mi amigo Sergio Benítez, que sigue viviendo aquí. Dije cosas que ahora demuestran que no tenía idea. ¡Qué imbécil! En mi época no había mucho más que las proyecciones de cine fantástico de Ángel Gómez en la Escuela Politécnica".

–¿Cómo explicaría qué hace?

–Una pregunta casi idéntica me la hizo un crítico de cine que me entrevistó en el Festival de Sevilla, que me confesó que encontró millones de cosas sobre mí en internet. A nivel profesional, compro cine extranjero desde hace bastante tiempo, pero a nivel Paco Fox –porque el otro es Paco Rodríguez– pues hago muchísimas cosas. Tendría que apuntarlas en algún lado, hacer una lista.

–A ver.

–Por lo que soy más conocido es por ser podcaster, ya que ahora participo en *Tiempo de Culto*. Al menos hace dos veranos estuvimos en segunda posición de los podcasts de cine más escuchados de España. Tengo un blog de culto desde 2006, porque soy una persona muy constante. Soy director de cine porque yo he hecho una peli, casi amateur, que se hizo por *crowfunding* y fue por las risas. También es verdad que protagonicé otras dos, pero eso no quiere decir que sea actor. Doy charlas con mi amigo Ángel Codón en las que ponemos una película. Soy también *youtuber*, y... tengo un festival de cine malo, Cutrecon.

–¿Por qué hacer ese festival?

–Es muy raro, muy complicado de explicar. Hay que saber reírse de sí mismo. Es un festival que aborda uno de los mayores valores del cine que se está perdiendo, que es el cine como experiencia comunal. A raíz de hablar dentro de una proyección, que es una cosa que no se debe hacer en otro contexto, pero de hacer chistes a la pantalla, reírse juntos, aplaudir, se crea una experiencia distinta a verlo en casa.

–Hasta los mejores tienen sus malas películas.

–Con excepciones, nadie dice voy a hacer una mierda, pero te sale. Cualquier película que te imagines, aunque sea *Emmanuelle 2 la antivirgen*, va a tener una persona que piense que es maravillosa. Todo el mundo puede tener un mal día, pero no solo una persona tiene un mal día, nunca olvidemos que el cine arrastra desde los años 60, más bien los 50, que hay Cinemax, el tema de la teoría del autor. Y, hombre, el cine es un arte colaborativo.

–¿Dónde proyectan?

–Ahora lo hacemos por el mes de febrero entre la Universidad Complutense, con las sesiones gratuitas, y en el Cine Paz, que está en Glorieta de Bilbao. Y el fin de semana, que es más difícil encontrar en Madrid un sitio, nos vamos al Palacio de Hielo, que está un poquito lejos, pero hemos descubierto que es muy cómodo tenerlo ahí todo controlado.

–Demuestra tener una vastísima cultura cinematográfica.

–Porque no solo me he dedicado a los estrenos, como muchos compañeros de profesión, sino que también llevo lo que se llama librería. La definición suele fluctuar según quién te vende y el precio que te quiere cobrar, pero cualquier película, digamos, que tenga más de tres-cuatro años ya es librería. Cubro desde *El Chico de Chaplin* hasta *Misión imposible*.

–¿Cultura de usuario criado en videoteca?

–Los que tenemos bastante memoria visual se nos queda de tanto videoclub. Yo estaba todo el día en el Videoclub Plaza, porque estaba completa y absolutamente enamorado de María Quirós. Es que esa voz, madre mía.

–¿Cómo explicaría Algeciras desde el punto de vista cinematográfico?

–Algeciras tiene un problema grave. En reuniones de selección de películas en las que participo, si sale Algeciras, la película va a ser de narcotráfico. Es un poquito frustrante porque cinematográficamente, más allá del narcotráfico, por mucho que yo me quejo mucho de la ciudad en sí, todo el entorno de la Bahía tiene más posibilidades. Puedes tirar unos planos cojonudos desde el puerto del Cabrito, crear un ambiente muy interesante. No te digo que esto sea Nueva Zelanda, pero te puedes ir a rodar en la parte baja del pueblo y luego ir al río de la Miel.

"Cualquier película que te imagines va a tener una persona que piense que es maravillosa"

–O al bosque de niebla.

–¡Claro, claro! Cogía musgo para el Belén allí. Si es que el clima del Campo de Gibraltar es otra cosa. Me parecía muy extraño que cuando yo era joven, en toda la historia de Algeciras había habido solo un director de cine, Carlos Fernández, que hizo *Fermín Salvochea, listo para la sentencia.* Ahora de repente hay actores y directores. Me alegra mucho porque esto era un erial en los ochenta y noventa.

–¿Piensa que para ser de Algeciras hay que tener mucho sentido del humor?

–Eso dice un amigo mío de Vigo, con el que empecé un blog. Es editor de televisión y de cine, y somos personas que nos tomamos las cosas muy a broma. Pero también siento orgullo, aunque yo me río prácticamente de todo.

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 29250 €
ÁREA: 648 CM² - 75%
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: INTERNACIONAL
1 Diciembre, 2025



Esta será la quinta gala de **AS** que **Susana Guasch** conduzca. A pesar de su experiencia, mantiene intacta la ilusión. Siempre es especial. "Es un cúmulo de emociones, mi padre estuvo en AS 14 años y fue la mejor etapa de su vida", confiesa la presentadora horas antes de otra noche mágica.

Susana Guasch

"Real Madrid y Barça van a dar un paso adelante"

CARMEN COLINO
LA ENTREVISTA

Susana Guasch presentará la decimonovena gala de AS esta noche en el hotel Palace de Madrid. Es su gala número cinco. La misma emoción, la misma alegría, los mismos nervios. Será una noche de premios y de homenaje a Nadal, para ella "incomparable como deportista y como persona".

—¿Qué momento de las cuatro galas de AS que ha presentado no se le va a olvidar jamás?

—Para mí la primera es especial y fue un subidón tremendo cuando me lo dijeron. Mi padre estuvo aquí 14 años, fue la mejor etapa de su vida. He vivido y he mamado el AS mañana, tarde y noche. Cuando me llamó Vicente Jiménez y me dijo: "¿Quieres presentar la gala?", fue un cúmulo de emociones. Ahora tendré la oportunidad de abrazar a José Félix Díaz, con el que alguna guardia hemos compartido. Estoy muy ilusionada, ¡es la quinta! Pero siempre recordaré la primera, es la que no te esperas...

—¿Cómo se prepara para la gala?

—Necesito saber la lista de los confirmados. Intento hacer dos o tres preguntas como mucho a cada uno. Que sea ameno y no sea lo típico. Preguntar ¿a quién se lo dedicas?, pues no, ya estamos cansados de eso. Trato de prepararme a conciencia para que la gala sea lo más dinámica posible, no se haga pesada, que tenga un punto divertido...

—¿Qué le parece lo más complicado?

—No sabes cómo te va a salir el protagonista, si va a estar bien o va a estar más espeso. Personalmente, voy con mucho subidón y espero que el premiado también lo tenga. Hay personajes que sé que saldrán de maravilla porque tienen facilidad de palabra y hay deportistas más jóvenes, que son más tímidos. Iyana Martín (este año también es premiada), que ganó el premio Promesa, justo se acababa de morir la abuela y se me puso a llorar. Vino a la gala y la acababan de avisar. Fue tremendo. No sabes con qué te vas a encontrar, pero normalmente todos están muy contentos.

—¿A quién le gustaría nombrar como premio AS?

—Tenemos la suerte de que en este país hemos ganado tanto en tantos deportes, que es una auténtica pasada, pero ahora que se acerca el Mundial de fútbol, ojalá que en la próxima gala España haya vuelto a ser campeona del mundo. Sería la pera.

—¿Quién es su deportista con mayúsculas?

—Nadal es un punto y aparte. Está Gasol, Alonso, Marc Márquez, Santana, Ballesteros y un largo etcétera, pero aparece Rafa Nadal y es que es incomparable como deportista y como persona. Es una referencia para los niños y para los abuelos. Para mí, lo tiene todo en todos los sentidos.

—Hablemos de actualidad. ¿Qué le pasa al Madrid y al Barça que no acaban de conseguir la regularidad esta temporada?

—No es el Barça del año pasado. Parecía lanzadísimo, un equipo hecho que se iba a comer el mundo esta temporada y le está costando. Me sorprende de que el Barça esté así, que no acabe de convencer. Dará un paso adelante, no sé cuándo, pero lo va a dar. Y el Madrid igual, está en la búsqueda de una identidad con Xabi Alonso y no es fácil, solo queda Carvajal de aquel equipo de las seis copas de Europa en 11 años, se bajó el telón cuando se fue Modric. Ahora tienen que buscar otra personalidad. Estábamos acostumbrados a Ancelotti-Zidane, esto se ha acabado y no es fácil. En el Madrid siempre hay prisa, no hay tiempo. Es muy difícil estar al frente, vamos a esperar, estamos en diciembre y las cosas pueden cambiar de aquí a marzo.

—¿Lamine y Mbappé son los nombres referentes este año o habrá más?

—Desde luego que sí. Se habla mucho de la Premier, pero los mejores están aquí, en España. Yo pago una entrada para ver a Mbappé y a Lamine Yamal.

—¿Quién es su favorito para ganar la Champions?

—A estas alturas de la competición todo el mundo diría el Arsenal de Arteta, que es el que mejor juega. El año pasado, el PSG sufrió para meterse entre los 24 primeros y acabó siendo campeón. El Arsenal está muy bien y el Liverpool está hecho unos zorros, quién se lo iba a imaginar. De aquí al mes de mayo todo puede pasar.

—Y en la Europa League...

—Es muy fastidiada. Son equipos que no ves habitualmente y crees que no tienen tanto nombre... Tiene muy buena pinta el Aston Villa de Emery. Los jueves son divertidos. Son 36 partidos entre Europa League y Conference y es alucinante. Estoy descubriendo un mundo de equipos que ni me sonaban. Es una competición muy competitiva y es una vía para conseguir un título europeo.

—Me ha hablado del Mundial, pero, ¿qué hitos cree que hay que contar en 2026?

—Carlitos Alcaraz, que siga sumando grandes slam. Nunca hubiéramos imaginado que después de Rafa saliera tan pronto otro tan bueno. Espero más triunfos de Carolina Marín, María Pérez, Marc Márquez, del básquet, del waterpolo, que la final de la Champions y la Europa League estén equipos españoles. Lo quiero todo... Tenemos un deporte español con mucha salud.

> **Sueño**
> "Ojalá, en la próxima gala, se premie a España por ganar el Mundial"

> **LaLiga**
> "Están aquí los mejores, yo pago una entrada por Mbappé y Lamine"



INMA FLORES / DIARIO AS

La periodista Susana Guasch posa para AS.

ABC

30 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 78
AVE: 25521 €
ÁREA: 203 CM² - 48%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES





Fotograma de 'Las hijas de la criada' // ATRESPLAYER



TVEO

ROSA BELMONTE

No hay más que mujeres

La ventaja de 'Las hijas de la criada' sobre 'Ena' es que como es ficción del todo no tiene lobos con libreta fijándose en errores históricos

Echo de menos a Alain Hernández en 'Sueños de libertad'. Y como Jesús está muerto, no hay manera de que vuelva, que esto no es 'Dallas' y el sueño de Victoria Principal con Bobby. En el caso de Begoña sí sería una pesadilla que volviera, aunque el personaje interpretado por Natalia Sánchez tiene una habilidad especial para casarse con los malos, no necesita que le resuciten para tenerlos en su vida. Ahora al actor lo podemos ver en 'Las hijas de la criada' (Atresplayer), como el padre de las dos niñas. Es la segunda producción española de época que se estrena estos días. A 'Ena', que tanto tiempo han tenido guardada, le está yendo muy bien, pese al estropicio del doblaje (en RTVE-Play se puede ver en versión original). Claro que 'Isabel', también de Javier Olivares, todavía con su hermano, llegó a presentarse a la prensa y luego tardó tiempo en estrenarse. Cosas de TVE ayer y hoy. La ventaja de 'Las hijas de la criada', basada en la novela de Sonsoles Ónega, sobre 'Ena', basada en la novela de Pilar Eyre, es que como es ficción del todo, no tiene lobos con libreta fijándose en errores históricos. Qué cansinos. Me acuerdo de una carta al director durante la emisión de 'Teresa de Jesús' de un señor que se quejaba de que una capa pluvial no era de esa época. Disfrútenlas, que no todo el mundo quiere ver 'La fábrica de sillas' (HBO), tan absurda como desternillante. También hay que recordar que Antena 3 ha empezado el rodaje de 'Sira', la secuela de 'El tiempo entre costuras'.

Esta semana han vuelto 'Anatomía de Grey' en Disney + (¡temporada 22!), 'Elsbeth' (tercera) y 'Matlock' (segunda), ambas en Movistar Plus +. Series ligeras con señoras estupendas. A Robert King, el creador de 'Elsbeth' (y, claro, de 'The Good Wife' y 'The Good Fight'), le ha encantado 'Muerte por un rayo' (Netflix). Contó en X que llegó muy tarde a la serie (es de 2025, pero hoy un mes nos parece una eternidad con los estrenos) porque pensó que sería aburrida. Y de eso nada. A partir del hallazgo en 1969 del cerebro de un tal Guiteau, cuenta el ascenso y asesinato de Andrew Garfield desde la perspectiva del presidente por accidente (fue a la convención republicana a apoyar a otro y salió nominado) y del asesino (Guiteau, un fan chiflado interpretado por Matthew Mcfayden, el yerno de 'Succession'). Dice King que es como 'El ala oeste' de 1880. Y sale Bradley Whitford, el Josh Lyman de la serie de Sorkin. Además, la miniserie solo tiene cuatro capítulos.

Volviendo al presente, también ha vuelto 'Blue Lights' (Movistar). Un clásico ya la serie británica de policías en Belfast. Una ficción llena de mujeres como mandos policiales. Salvo en 'Muerte por un rayo' (el título viene de la premonitoria frase de Garfield de que un asesinato se puede prevenir tanto como la muerte por un rayo), todas las demás series estrenadas o que han vuelto esta semana están o protagonizadas o llenas de mujeres.



Kimberley Tell protagoniza 'Ena'

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,69
AVE: 27225 €
ÁREA: 346 CM² - 59%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: PORTADA

29 Noviembre, 2025



MOVISTAR PLUS+



Policías y Elsbeth Tascioni son una combinación tan peligrosa como interesante

Elsbeth Tascioni es Mary Poppins escrita por Agatha Christie

Movistar Plus+ estrena mañana la tercera temporada de «Elsbeth», la serie protagonizada por Carrie Preston

Gerardo Granda. MADRID

Después de un breve paso por la cárcel junto a muchos de sus «admiradores», nuestra abogada favorita, Elsbeth Tascioni, vuelve mañana a Movistar Plus+ con la tercera temporada de la serie que lleva su nombre. Carrie Preston vuelve a ponerse en la piel de la protagonista de la serie derivada de «The Good Wife» y «The Good Fight» para una temporada llena de casos que resolver. Muchos cambios se avecinan en esta nueva entrega de la comedia que trae ni más ni menos que 20 nuevos episodios.

Entramos directamente en harina, y es que si esta temporada se caracteriza por algo, es por volver a sus orígenes y presentarnos historias autoconclusivas con arcos argumentales más amplios y que la convierte en una serie perfecta para disfrutar sin complicaciones. Pues Elsbeth sale de detrás de un sofá en la sala de maquillaje de un exitoso programa de televisión, «Way Late», presentado por la superestrella Scotty Bristol (Stephen Colbert). En este primer episodio ya reconocemos los detalles que han hecho grande a esta serie creada por Robert King y Michelle King, el planteamiento de cada historia lleva su tiempo. En la intencionalidad y construcción de los personajes está parte de la clave de este «whodunnit», aunque comienza con su opuesto, un «howcatchem» (cuando el espectador ve el momento del asesinato y al asesino). En este primer episodio también hacen sus cameos Andy Richter (Mickey) y Amy Sedaris (Laurel), enredados en un caso de asesinato. El estilo de nuestra Elsbeth no ha cambiado ni un ápice y el paso del tiempo no ha estorbado a su sentido de la moda, ni su falta de filtros e impulsividad. Sí que se la nota ligeramente triste por la ausencia de su amiga Kaya Blanke (Carra Patterson), fuera por asuntos de trabajo de infiltrada, pero pronto encontrará nuevas diversiones en su nueva «niñera»: la oficial de policía Grace Hackett (Lindsay Mendez), con aspiraciones de comediante stand-up, pero que oculta auténtica vocación, designada por el siempre taciturno capitán Wagner (Wendell Pierce). El resto de la comisaría sigue igual, con el teniente Connor (Daniel K. Isaac) y los detectives Bobby Smullen (Danny Mastrogiorgio) y Jackie Donnelly (Molly Price).

El resto de historias de esta temporada incluyen intrigas dentro del mundo empresarial y la alta sociedad de Nueva York, un incidente de rehenes en una juguetería que se convierte en un punto crítico de tensión o rivalidades vecinales que escalan a violencia. Uno de los episodios más destacados es el séptimo, titulado «And Then There Were Nuns», con una ambientación en un convento, con la participación especial de Dianne Wiest. Destacan actores invitados como David Cross, un comerciante de información; Julia Fox, una viuda que se convierte en una influencer de duelo; William Jackson Harper, que da vida al director de una revista de poesía en Nueva York; Annaleigh Ashford, que protagoniza un episodio especial de Halloween; Lindsey Normingto o Jaime Pressly.

Preston vuelve muy a gusto a las caras desencajadas y los comentarios sin filtro

Preston vuelve muy a gusto a las cabriolas, las caras desencajadas y los comentarios fuera de tono hasta poner a los sospechosos en situaciones límite. Por supuesto, tras los casos, la constante de Mary Poppins: todo el mundo alrededor de Elsbeth se ve inmerso en una reinvención y se convierte en mejor persona.

ACCIÓN
TU REVISTA DE CINE Y SERIES

ELSBETH *temporada 3*

El peculiar *spin-off* de *The Good Wife* y *The Good Fight*, *Elsbeth*, regresa con su tercera temporada a Movistar Plus+ a partir del 30 de noviembre, después de su estreno en Norteamérica el pasado octubre en CBS. La serie creada por Robert y Michelle King sigue estando liderada por Carrie Preston como Elsbeth Tascioni, quien continúa ayudando a la policía de Nueva York a resolver los casos más peculiares. Pero hay cambios en el reparto: Carra Patterson abandona la serie como personaje regular, dejando a Preston junto con Wendell Pierce al frente. Lindsay Mendez y Sarah Steele se incorporan como personajes recurrentes este año, mientras que veremos interesantes estrellas invitadas como Tony Hale, Jaime Pressly, Dianne Wiest, Amy Sedaris, Stephen Colbert, David Cross o Lois Smith.



Qué!
28 Noviembre, 2025
PAÍS: España
PÁGINAS: 22
AVE: 7257 €
ÁREA: 386 CM² - 59%
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: ESPECIAL



La serie de Kathy Bates oculta una historia sobre el dolor y la crisis de los opioides dentro de una fórmula legal ligera, que mezcla drama y comedia

Qué había detrás de 'Matlock'



CBS STUDIOS

La dinámica entre Kathy Bates y Skye P. Marshall es el alma de la serie

PERE SOLÀ GIMFERRER

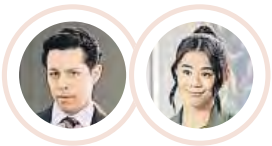
Matlock se vendió a los medios de comunicación como un remake de *Matlock*, un drama legal heredero de *Perry Mason*, emitido entre 1986 y 1995. El principal reclamo era que la protagonista era Kathy Bates, que ya había intentado triunfar en los tribunales televisivos con la fallida *Harry's law* de David E. Kelley. Aquí, como Madeline Matlock, se presentó como una viuda a quien su difunto marido había arruinado, dejándola sin medios para subsistir y mantener el nieto que tenía a su cargo. No le quedaba otra opción que volver al mercado laboral pasados los 70 años y pedir trabajo en un prestigioso bufete.

Pero quizá el nombre de la guionista Jennie Snyder Urman detrás de las cámaras debería haber servido como aviso. Si en *Jane the Virgin* había convertido una telenovela de toda la vida en una comedia que rendía homenaje al género y se reía de él... ¿qué iba a depararnos aquí? Pues una serie donde nada era lo que parecía a simple vista.

En el final del primer episodio, ya se destapó la sorpresa. Madeline no se llamaba Matlock: solo utilizaba el apellido para congraciarse con los veteranos al poder referenciar al abogado de ficción. En realidad, su nombre es Madeline Kingston, una mujer casada y adinerada que había entrado a trabajar en Jacobson Moore con una agenda oculta: descubrir qué abogados del bufete conspiraron para ocultar pruebas contra la farmacéutica a quien culpa de la muerte de su hija. Alguien allí dentro podría haber acabado con la venta de los opioides que desencadenaron una epidemia de la droga. En resumen, *Matlock* es la exploración ligera y comercial de una crisis que antes se había explorado de forma meticulosa en el libro *El imperio del dolor* de Patrick Radden Keefe, que se centró en la familia Sackler que controlaba Purdue Pharma, la maravillosa miniserie *Dopesick* de Danny Strong o el documental *All the beauty and the bloodshed* de Laura Poitras con la fotógrafa Nan Goldin, que ganó el León de Oro en Venecia.

Esta trama horizontal, esta búsqueda de los culpables, legitimaba a *Matlock* desde dos perspectivas. Por un lado, la diferenciaba de esa tediosa definición de "otra serie de abogados" que sufren tantos procedimentales. Por el otro, le daba algo de sustancia y un gancho al espectador: no solo permitía que hubiera *cliffhangers* y revelaciones sino que transformaba las dinámicas de la protagonista a ojos del espectador. Ahora, en la segunda temporada, Madeline tiene que enfrentarse a un imprevisto: Olympia, su mentora y amiga, ha descubierto la verdad y se siente traicionada. Jennie Snyder Urman utiliza este giro para impulsar esta dinámica, que es el corazón de la serie, en una nueva dirección y así permite que la serie no se sienta encallada en la premisa. *Matlock*, en el fondo, no reinventa ninguna fórmula pero es, sin lugar a dudas, una de las series que mejor sabe exprimir el potencial de la entretenida televisión en abierto de Estados Unidos. Quizá es muy ligera pero por lo menos *va de algo* y Kathy Bates aprovecha que no tiene nadie que le pueda hacer sombra para aniquilarlos interpretativamente a todos con un carisma estelar.●

Despido en el elenco



El 2 de octubre Leah Lewis denunció a David del Río por una presunta agresión sexual durante el rodaje. El estudio inició una investigación interna ese mismo día y el actor fue despedido de forma fulminante.

■ **Matlock**

Movistar Plus+
Temporada 2 el 30 de noviembre
Género: Drama legal
Duración: 18 episodios



Elsbeth
Movistar Plus+
Temporada 3 el 30 de noviembre
Carrie Preston se queda sin compañera habitual de escena: Karra Patterson, que interpretaba a la agente de policía Kaya Blanke, ya no es actriz principal. Solo tiene asegurada su presencia esporádica para que Elsbeth explore más dinámicas.



Silencio
Movistar Plus+
Temporada 1 el 1 de diciembre
Eduardo Casanova firma una rareza en la ficción española: una serie de tres episodios, que en total duran poco más de una hora, sobre el vampirismo y el silencio que rodea a las personas que tienen VIH. El maquillaje prostético es extraordinario.



Todas las criaturas grandes y pequeñas
Filmin
Temporada 6 el 2 de diciembre
La adaptación de los libros del veterinario James Herriot llega a 1945. Helen y Jenny van a Londres a formarse como enfermeras, mientras que Tristan regresa traumatizado de la Segunda Guerra Mundial.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 17544 €
ÁREA: 200 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: TELEVISION

30 Noviembre, 2025



SERIES

Los Valdés, un reflejo de una época



Adaptación en formato de miniserie de la novela de Sonsoles Ónega, ganadora del Premio Planeta. Está ambientada en el pazo de Espíritu Santo (Galicia) en 1900. Ahí nacen dos niñas, Clara y Catalina. La primera es hija de la criada, Renata, mientras que la segunda pertenece a la poderosa familia Valdés, formada por don Gustavo y doña Inés. Un acto de venganza alterará para siempre el destino de ambas y de quienes las rodean, empujando a doña Inés a enfrentarse el desamor y al abandono. En medio de rivalidades, deberá luchar para que su hija legítima sea reconocida como heredera de un imperio en una época en la que se negaba a las mujeres a decidir su futuro.

Las hijas de la criada
España, 2025
Drama
Atresplayer
50 min.
(T1. 8 cap.)

Resolviendo asesinatos en la Gran Manzana

Elsbeth
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T3. 10 cap.)



Tercera entrega de esta serie derivada de The Good Wife centrada en el personaje de Elsbeth Tascioni (Carrie Preston), una abogada poco convencional que usa su singular perspectiva para resolver casos junto a la policía de Nueva York. Tras haber salido de prisión, esta sagaz detective retoma su colaboración con el capitán C.W. Wagner y con todo el equipo de la comisaría, que la reciben de nuevo con los brazos abiertos. Sin embargo, deberá afrontar la marcha de su mejor amiga, la detective Kaya Blanke, así como lidiar con nuevos conflictos internos en el trabajo mientras investiga casos insólitos protagonizados por la élite neoyorquina.

Buscando justicia entre abogados



Nueva temporada de la serie sobre la adinerada abogada jubilada Madeline Kingston (Kathy Bates), quien llega al prestigioso bufete de abogados Jacobson Moore bajo el alias de "Matty Matlock" con el objetivo de investigar la muerte de su hija, Ellie, víctima de una sobredosis de opioides. Sospecha que este despacho ocultó pruebas cruciales que podrían haberla salvado. En los nuevos capítulos, Matty continuará con esta investigación encubierta de sus compañeros, y contará ahora con una nueva aliada, su jefa Olimpia (Skye P. Marshall). La protagonista sigue decidida a exponer a los culpables, centrándose en el socio principal Senior (Beau Bridges).

Matlock
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T2. 8 cap.)

La vida es su peor condena

El juego de la muerte
Corea del Sur, 2023
Thriller, Fantástico
Prime Video
50 min.
(T1. 8 cap.)



Choi Yi-jae es un hombre abrumado por la vida. Está en paro, su novia se ha marchado y ha perdido todos sus ahorros debido a una estafa con bitcoins. Ante esta situación, decide quitarse la vida. Ya en el más allá, está a punto de caer en el infierno debido a su apática actitud mientras estuvo vivo. Pero antes de que la Muerte le castigue, le propone un juego: vivir 12 vidas diferentes y experimentar la muerte en cada una de ellas. Si consigue sobrevivir a estas tragedias que parecen inevitables, podrá vivir el resto de sus días en alguno de estos cuerpos. Durante este viaje entre una y otra personalidad, Choi Yi-jae aprenderá a valorar lo que antes despreciaba.

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 2990 €
ÁREA: 200 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2909
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

30 Noviembre, 2025



SERIES

Los Valdés, un reflejo de una época



Adaptación en formato de miniserie de la novela de Sonsoles Ónega, ganadora del Premio Planeta. Está ambientada en el pazo de Espíritu Santo (Galicia) en 1900. Ahí nacen dos niñas, Clara y Catalina. La primera es hija de la criada, Renata, mientras que la segunda pertenece a la poderosa familia Valdés, formada por don Gustavo y doña Inés. Un acto de venganza alterará para siempre el destino de ambas y de quienes las rodean, empujando a doña Inés a enfrentarse el desamor y al abandono. En medio de rivalidades, deberá luchar para que su hija legítima sea reconocida como heredera de un imperio en una época en la que se negaba a las mujeres a decidir su futuro.

Las hijas de la criada
España, 2025
Drama
Atresplayer
50 min.
(T1. 8 cap.)

Resolviendo asesinatos en la Gran Manzana

Elsbeth
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T3. 10 cap.)



Tercera entrega de esta serie derivada de The Good Wife centrada en el personaje de Elsbeth Tascioni (Carrie Preston), una abogada poco convencional que usa su singular perspectiva para resolver casos junto a la policía de Nueva York. Tras haber salido de prisión, esta sagaz detective retoma su colaboración con el capitán C.W. Wagner y con todo el equipo de la comisaría, que la reciben de nuevo con los brazos abiertos. Sin embargo, deberá afrontar la marcha de su mejor amiga, la detective Kaya Blanke, así como lidiar con nuevos conflictos internos en el trabajo mientras investiga casos insólitos protagonizados por la élite neoyorquina.
Nueva temporada de la serie sobre la adinerada abo-

Buscando justicia entre abogados



gada jubilada Madeline Kingston (Kathy Bates), quien llega al prestigioso bufete de abogados Jacobson Moore bajo el alias de "Matty Matlock" con el objetivo de investigar la muerte de su hija, Ellie, víctima de una sobredosis de opioides. Sospecha que este despacho ocultó pruebas cruciales que podrían haberla salvado. En los nuevos capítulos, Matty continuará con esta investigación encubierta de sus compañeros, y contará ahora con una nueva aliada, su jefa Olimpia (Skye P. Marshall). La protagonista sigue decidida a exponer a los culpables, centrándose en el socio principal Senior (Beau Bridges).

Matlock
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T2. 8 cap.)

La vida es su peor condena

El juego de la muerte
Corea del Sur, 2023
Thriller, Fantástico
Prime Video
50 min.
(T1. 8 cap.)



Choi Yi-jae es un hombre abrumado por la vida. Está en paro, su novia se ha marchado y ha perdido todos sus ahorros debido a una estafa con bitcoins. Ante esta situación, decide quitarse la vida. Ya en el más allá, está a punto de caer en el infierno debido a su apática actitud mientras estuvo vivo. Pero antes de que la Muerte le castigue, le propone un juego: vivir 12 vidas diferentes y experimentar la muerte en cada una de ellas. Si consigue sobrevivir a estas tragedias que parecen inevitables, podrá vivir el resto de sus días en alguno de estos cuerpos. Durante este viaje entre una y otra personalidad, Choi Yi-jae aprenderá a valorar lo que antes despreciaba.

El Periódico de Catalunya - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 3923 €
ÁREA: 10 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

30 Noviembre, 2025



Elsbeth

Estats Units, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T3. 10 cap.)



Resolent assassinats a la Gran Poma

Tercer lliurament d'aquesta sèrie derivada de The Good Wife centrada en el personatge d'Elsbeth Tascioni (Carrie Preston), una advocada poc convencional que fa servir la seva singular perspectiva per resoldre casos amb la policia de Nova York. Després d'haver sortit de presó, aquesta sagaç detectiu reprèn la col·laboració amb el capità C.W. Wagner i amb tot l'equip de la comissaria, que la reben novament amb els braços oberts. Tot i això, haurà d'afrontar la marxa de la seva millor amiga, la detectiu Kaya Blanke, així com bregar amb nous conflictes interns a la feina mentre investiga casos insòlits protagonitzats per l'elit novaiorquesa.

Teletodo Bcn (TTD)

28 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 8
AVE: 610 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 27948
OTS: 386000
SECCIÓN: EN PANTALLA



UNA ABOGADA DE LO MÁS EXCÉNTRICA

La intuitiva y excéntrica abogada Elsbeth Tascioni (Carrie Preston) trabaja con la policía para acorralar a los asesinos más adinerados de Nueva York en la tercera temporada de *Elsbeth,* que ofrece Movistar Plus+. La serie es un *spin-off* de *The good wife* y *The good fight.*

'ELSBETH' / MOVISTAR
DOMINGO, 30

LA RAZÓN
Televisión

Elsbeth Tascioni es Mary Poppins escrita por Agatha Christie

►Movistar Plus+ estrena mañana la tercera temporada de «Elsbeth», la serie protagonizada por Carrie Preston



▲Policías y Elsbeth Tascioni son una combinación tan peligrosa como interesante M+

Gerardo Granda @Murdockmaiz 29.11.2025 10:57

Después de un breve paso por la cárcel junto a muchos de sus «admiradores», nuestra abogada favorita, Elsbeth Tascioni, vuelve mañana a Movistar Plus+ con la tercera temporada de la serie que lleva su nombre. Carrie Preston vuelve a ponerse en la piel de la protagonista de la serie derivada de «The Good Wife» y «The Good Fight» para una temporada llena de casos que resolver. Muchos cambios se avecinan en esta nueva entrega de la comedia que trae ni más ni menos que 20 nuevos episodios.

Entramos directamente en harina, y es que si esta temporada se caracteriza por algo, es por volver a sus orígenes y presentarnos historias autoconclusivas con arcos argumentales más amplios y que la convierte en una serie perfecta para disfrutar sin complicaciones. Pues Elsbeth sale de detrás de un sofá en la sala de maquillaje de un exitoso programa de televisión, «Way Late», presentado por la superestrella Scotty Bristol (Stephen Colbert). En este primer episodio ya reconocemos los detalles que han

hecho grande a esta serie creada por Robert King y Michelle King, el planteamiento de cada historia lleva su tiempo. En la intencionalidad y construcción de los personajes está parte de la clave de este «whodunnit», aunque comienza con su opuesto, un «howcatchem» (cuando el espectador ve el momento del asesinato y al asesino). En este primer episodio también hacen sus cameos Andy Richter (Mickey) y Amy Sedaris (Laurel), enredados en un caso de asesinato. El estilo de nuestra Elsbeth no ha cambiado ni un ápice y el paso del tiempo no ha estorbado a su sentido de la moda, ni su falta de filtros e impulsividad. Sí que se la nota ligeramente triste por la ausencia de su amiga Kaya Blanke (Carra Patterson), fuera por asuntos de trabajo de infiltrada, pero pronto encontrará nuevas diversiones en su nueva «niñera»: la oficial de policía Grace Hackett (Lindsay Mendez), con aspiraciones de comediante stand-up, pero que oculta auténtica vocación, designada por el siempre taciturno capitán Wagner (Wendell Pierce). El resto de la comisaría sigue igual, con el teniente Connor (Daniel K. Isaac) y los detectives Bobby Smullen (Danny Mastrogiorgio) y Jackie Donnelly (Molly Price).

El resto de historias de esta temporada incluyen intrigas dentro del mundo empresarial y la alta sociedad de Nueva York, un incidente de rehenes en una juguetería que se convierte en un punto crítico de tensión o rivalidades vecinales que escalan a violencia. Uno de los episodios más destacados es el séptimo, titulado «And Then There Were Nuns», con una ambientación en un convento, con la participación especial de Dianne Wiest. Destacan actores invitados como David Cross, un comerciante de información; Julia Fox, una viuda que se convierte en una influencer de duelo; William Jackson Harper, que da vida al director de una revista de poesía en Nueva York; Annaleigh Ashford, que protagoniza un episodio especial de Halloween; Lindsey Normingto o Jaime Pressly.

Preston vuelve muy a gusto a las cabriolas, las caras desencajadas y los comentarios fuera de tono hasta poner a los sospechosos en situaciones límite. Por supuesto, tras los casos, la constante de Mary Poppins: todo el mundo alrededor de Elsbeth se ve inmerso en una reinvención y se convierte en mejor persona.

LA RAZÓN
Series

Vuelve 'Elsbeth', la abogada y detective más astuta de Movistar Plus+

Desde el 30 noviembre, cada semana, un nuevo episodio de la tercera temporada de la ficción estadounidense creada por el matrimonio King



Javier Corpas Madrid Creada: 04.11.2025

La ganadora del Emmy Carrie Preston regresa a Movistar Plus+ de la mano de 'Elsbeth', la comedia estadounidense sumergida bajo el subgénero de la novela detectivesca "Cozy Mystery" (misterio acogedor). La tercera temporada de la ficción creada por el matrimonio formado por Robert y Michelle King estrenará cada semana un nuevo episodio de estreno hasta completar los 20 de esta nueva tanda a partir del 30 de noviembre.

Nuestra protagonista, Elsbeth Tascioni continúa resolviendo asesinatos en Nueva York, acompañado de su fiel jefe, el capitán C.W. Wagner (Wendell Pierce). Nuevos casos y personajes perseguirán a nuestra querida heroína en la Gran Manzana, quien resolverá todos sus desafíos de la forma más astuta posible, a pesar de su imagen de mujer vulnerable e ingenua, que nada tiene que ver con la realidad. Además, esta tercera temporada temporada, el matrimonio King rescata un querido personaje del universo de 'The Good Wife' y 'The Good Fight', en el cual esta ambientado 'Elsbeth', Marissa Gold, que volverá a estar interpretado por la actriz Sarah Steele.





Así es 'Elsbeth'

En 'Elsbeth' vemos un formato clásico de serie, muy ligera para el telespectador, que sirve como acompañante perfecto para un momento de relajación en casa después de un día ajetreado en el ámbito laboral. Su ritmo vertiginoso, acompañado de la hilarante actuación de Carrie Preston, que se adueña del plano cada vez que sale en pantalla, hace que los cuarenta minutos que dura cada episodio se pasen en un santiamén.

DÓNDE · DÓNDE VER

Dónde ver la tercera temporada de 'Elsbeth'

noviembre 28, 2025 · por Admin

La abogada menos convencional del universo *The Good Wife* y *The Good Fight* retoma su labor de investigar crímenes en Nueva York en la tercera temporada de *Elsbeth*, donde seguirá enfrentándose a desafíos legales y personales mientras mantiene su particular intuición como herramienta principal.



Elsbeth T3 // Imagen cortesía de Movistar Plus+

La tercera temporada de Elsbeth continúa explorando el mundo de los delitos y la alta sociedad neoyorquina a través de los ojos de Elsbeth Tascioni, interpretada por la ganadora del Emmy Carrie Preston.

La serie mantiene su enfoque en la combinación de drama y humor, destacando la singularidad del personaje central y su capacidad para resolver casos complejos con métodos poco ortodoxos.

A lo largo de esta nueva entrega, se incorporan nuevos casos, personajes y conflictos, ampliando la interacción entre la protagonista y el equipo policial liderado por el capitán C.W. Wagner (Wendell Pierce).

Junto a ellos trabaja la oficial Kaya Blanke (Carra Patterson), quien desarrolla un respeto creciente por las técnicas perspicaces y poco convencionales de Elsbeth.



Elsbeth T3 // Imagen cortesía de Movistar Plus+

Dónde ver Elsbeth

La temporada también presenta un amplio abanico de cameos estelares, incluyendo a Stephen Moyer, Jane Krakowski, Linda Lavin, Jesse Tyler Ferguson, Retta y Blair Underwood, quienes interpretan personajes que interactúan con la protagonista en tramas autoconclusivas y aportan dinamismo a cada episodio.

El núcleo dramático de la serie se centra en las tensiones profesionales y personales de Elsbeth, equilibrando su rol de abogada experta en decretos de consentimiento con la resolución de crímenes de alto perfil. Los creadores Robert y Michelle King regresan como showrunners, acompañados de Liz Glotzer y Jonathan Tolins como productores ejecutivos.

La producción corre a cargo de CBS Studios en asociación con King Size Productions, y la distribución internacional está gestionada por Paramount Global Content Distribution.

Los episodios estarán disponibles de manera semanal a partir del domingo 30 de noviembre, en Movistar Plus+. La temporada contará con un total de 20 episodios.

¿No ves bien la news o quieres el link? Haz clic aquí

kinótico

La Newsletter
de series de Marina Such
Lo mejor y lo peor de las series de plataformas y de la televisión lineal, cada semana en tu mail







Señoras al poder

Que haya dos procedimentales de éxito protagonizados por mujeres que pasan de los 50 es, lamentablemente, aún algo noticiable. Todavía más si son quienes dan nombre a sus respectivas series y son los personajes centrales de ellas, alrededor de quienes giran la trama y el resto de secundarios. Las dos aterrizan con nuevos episodios en Movistar Plus+: 'Elsbeth' está ya más que consolidada en su tercera temporada, con Carrie Preston aprovechando al máximo las pequeñas excentricidades de su personaje y lo que aportan actores invitados como Stephen Colbert, que se deja ver en el primer episodio.

'Matlock', por su parte, tiene el reto de afianzar su propuesta en una segunda entrega que llega después de que Kathy Bates rozara el Emmy a mejor actriz protagonista, lo que habría sido toda una novedad en medio del dominio del streaming y el cable en los últimos años.

CincoDías

Todos los estrenos de las plataformas el fin de semana del 28 de diciembre del 2025

Hay opciones para todos los públicos, por lo que seguro que encuentras algo con lo que entretenerte ahora que el frío ha llegado.



Imagen de la tercera temporada de la serie Elsbeth que se estrena en Movistar Plus+
Movistar Plus+

Iván Martín Barbero 28 NOV 2025 - 08:30 CET

Te mostramos lo que tiene programado como **estrenos** las plataformas de vídeo en streaming durante el fin de semana que comienza el **28 de diciembre del 2025**. Hay opciones de lo más interesantes para no aburrirse ni un minuto allá donde vayas.

Comenzamos por la tercera temporada de **Elsbeth**, que se puede ver en Movistar Plus+ desde el 30 noviembre y consolida a Elsbeth Tascioni como una de las abogadas más peculiares de la ficción televisiva. Tras su estreno en Estados Unidos, esta creación aterriza en Europa renovando su fórmula de *howcatchem*: conocemos desde el principio al culpable, y la tensión recae en descubrir cómo la protagonista logrará atraparlo.



En esta nueva tanda de episodios, la personalidad excéntrica de Elsbeth sigue marcando la pauta. Aunque su compañera habitual, la agente Kaya Blanke, deja de ser personaje regular -pese a aparecer de forma ocasional-, la serie incorpora nuevos miembros de la policía y mantiene su dinamismo. Casos que combinan **humor, ingenio y giros inesperados** (como robos en tiendas de juguetes o asesinatos relacionados con el mundo del ballet) prometen mantener el tono fresco e impredecible que caracteriza al programa.

Otra de las opciones que llaman la atención entre los estrenos es la que llega a la plataforma HBO el 28 de noviembre: la película Uno Equis Dos. Dos amigos en la cuarentena, Chino y Josu -inseparables desde la universidad- han estado compartiendo la ilusión de conseguir un pleno al quince. En un fin de semana clave, aciertan los primeros doce resultados. Con la emoción elevada, deciden reunir a sus parejas, Paula y Cris, en la antigua casa rural de la familia del primero.



Imagen de los protagonistas de la película Uno Equis Dos que se estrena en HBO Max.

A la reunión se une David, excompañero de trabajo de Cris recién divorciado. La atmósfera, al principio festiva, se enrarece a medida que la posibilidad de hacerse millonarios se convierte en una tentación real.

Lo que parecía una noche de apuestas y bromas se transforma en un descenso vertiginoso hacia la verdad: **los secretos de sus relaciones**, la fragilidad de los vínculos y la hipocresía latente en cada uno. Bajo la dirección de Alberto Utrera, la película se convierte en un relato tenso y oscuro, un thriller doméstico en el que la ansiedad, los reproches y los miedos se combinan con una violencia inesperada. Es un espejo en el que la codicia sirve de detonante para desnudar personalidades rotas, revelando lo peor de cinco vidas aparentemente comunes.

El resto de los estrenos del fin de semana del 2025

Como es habitual, mostramos **más opciones** que tiene programadas las plataformas de vídeo en streaming como estrenos durante el fin de semana que va desde el 28 al 30 de diciembre del 2025:

HBO Max

- Erin Brokovich; estreno el 30 de noviembre

Amazon Prime

- Sin aire: estreno el 28 de noviembre



Película Sin aire que se estrena en Prime Video **Prime Video**

Disney+

- Patrulla de aterrizaje: Protocolo bola de nieve: estreno el 28 de noviembre

Netflix

- Fotógrafo de guerra: El hombre que captó la imagen: estreno el 28 de noviembre
- Aaryan: estreno el 28 de noviembre

Movistar Plus+

- El especialista: estreno el 28 de diciembre
- La leyenda de Cocodrilo Dundee: estreno el 29 de noviembre
- Las irresponsables: estreno el 29 de noviembre
- Andorra Cycling Masters: estreno el 29 de noviembre
- Matlock: estreno de la segunda temporada el 30 de noviembre
- Abigail: estreno el 30 de noviembre

Filmin

- Harvest: estreno el 28 de noviembre
- The Rocky Horror Picture Show, el extraño viaje: estreno el 28 de noviembre
- Queer as Punk: estreno el 28 de noviembre
- Ego: estreno el 28 de noviembre
- No hay amor perdido: estreno el 28 de noviembre
- La importancia de llamarse Ernesto y la gilipollez de llamarse Eric: estreno el 28 de noviembre
- El cuadro robado: estreno el 28 de noviembre
- Miss Boots: estreno el 28 de noviembre
- Horror Park: estreno el 28 de noviembre
- En temporada baja: estreno el 28 de noviembre

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 64
AVE: 9554 €
ÁREA: 417 CM² - 63%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43672
OTS: 229000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

28 Noviembre, 2025



'Stranger Things' se encamina hacia su final en la temporada más emotiva

El fenómeno de Netflix estrenó ayer cuatro capítulos de su última entrega, que cerrará el 1 de enero

MARÍA GARDÓ



Millie Bobby Brown, protagonista de la serie, junto a otros jóvenes del elenco. E. C.

Es el gran acontecimiento de este final de año en la pequeña pantalla. Netflix estrenó ayer la quinta y última temporada de 'Stranger Things', la serie de estética ochentera que ha enganchado a miles de fans de muy diferentes generaciones en todo el mundo. De momento están disponibles los cuatro primeros episodios. Y es que los hermanos Matt y Ross Duffer han preparado un desenlace en tres partes: tras el estreno de ayer a las dos de la mañana en España –se han registrado caídas de la plataforma en todo el mundo por la avalancha de descargas que se registraron en el planeta–, la segunda entrega de tres capítulos llegará el 26 de diciembre, en plenas vacaciones estudiantiles de Navidad, y el final se podrá ver en la madrugada del 1 de enero. En Estados Unidos ha habido cines que ya han anunciado que programarán sesiones especiales para el visionado de este episodio, que llevará por título 'The Rightside Up' (Este lado).

Toda una estrategia de marketing para una serie que rompió moldes hace diez años, un tiempo en el que los espectadores han visto crecer a sus protagonistas, que hace mucho dejaron de ser niños. Porque de ser en sus orígenes una serie de nostalgia ochentera creada por dos guionistas casi desconocidos, se ha convertido en un fenómeno de masas cuyos episodios tienen un presupuesto que se calcula que oscila entre los 43 y 52 millones de euros.

La trama se sitúa en el otoño de 1987. La localidad de Hawkins se encuentra bajo cuarentena militar por la apertura de los portales hacia el inframundo, ese 'Mundo del Revés' que marca toda la acción. Los protagonistas comparten un único objetivo: encontrar a Vecna y acabar con él. Pero el monstruo ha desaparecido, nadie sabe dónde está ni cuáles son sus planes. El elenco principal de la serie estará presente en el final con Winona Ryder, David Harbour, Millie Bobby Brown, Finn Wolfhard, Gaten Matarazzo, Caleb McLaughlin, Noah Schnapp, Sadie Sink, Natalia Dyer, Charlie Heaton, Joe Keery y Maya Hawke.

Los primeros episodios muestran a Dustin y Steve enfrentados, a Holly Wheeler –ahora interpretada por Nell Fisher– en el centro de la trama, y a Eleven escondida mientras perfecciona sus poderes para el enfrentamiento final.

La muerte «más violenta»

Para añadir más carga a este desenlace, los creadores de la serie han asegurado que en esta temporada se ha incluido «la muerte más violenta de toda la serie». Una revelación que ha abierto la caja de Pandora entre los fans, que han elaborado múltiples teorías de quién puede ser la 'víctima'. Las apuestas son altas, al igual que la intensidad emocional.

«Es el final del juego, nuestra última oportunidad para revelar algunos misterios que hemos estado aguantando durante mucho tiempo, como por qué se llevaron a Will en la primera temporada y qué es realmente el Mundo del Revés», dice Ross Duffer, uno de los creadores de esta saga. «Siempre pensamos en unas cuatro o cinco temporadas. Inicialmente eran cuatro, pero cuando empezamos a trabajar en la cuarta, nos dimos cuenta de que nos quedaba mucha historia por contar. Al final, vemos la serie como una historia de paso a la madurez, más que de terror sobrenatural. Así que una vez que los personajes centrales, los niños, ya no son niños, es el momento de que termine», añade su hermano mellizo Matt.

LA CLAVE

«FENÓMENO DE MASAS»

Sus episodios tienen un presupuesto que se calcula que oscila entre los 43 y 52 millones de euros

La temporada final viene también precedida por la denuncia que la protagonista Millie Bobby Brown lanzó contra su padre adoptivo en la ficción, David Harbour. La joven actriz acusaba al actor de «acoso y hostigamiento» durante las jornadas de trabajo, por lo que la productora contrató a una persona para que acompañara a Bobby Brown todo el tiempo. Para la promoción los dos actores parecen haber hecho las paces.

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 780 €
ÁREA: 7 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11478
OTS: 53000
SECCIÓN: TELEVISION

29 Noviembre, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Elsbeth

MOVISTAR PLUS+. Mañana se estrena la tercera temporada de este spin-off de 'The Good Wife' centrado en el personaje de Elsbeth Tascioni (Carrie Preston). Ahora, esta astuta abogada ayuda a la policía de Nueva York a resolver asesinatos con su singular punto de vista. Capítulos nuevos que rescatan a la querida Marissa Gold (Sarah Steele).



10.55 Pelota. Liga Naciones. *ETB 1*
12.50 Fútbol sa División (M): Ba Palma Futsal. *T*
14.00 Fútb LaLiga EA Mallorca Osasu *LaLiga*
14.45 Open c (F): 3

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 70
AVE: 34147 €
ÁREA: 548 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: COMUNICACION

30 Noviembre, 2025



MOVISTAR PLUS+



Matlock y unas monjas: ¿qué puede salir mal?

«Matlock»: ya no hacen abogados como los de antes

Movistar Plus+ estrena hoy la segunda temporada de la serie procedimental protagonizada por Kathy Bates y Skye P. Marshall

Gerardo Granda. MADRID

«Soy Madeline Matlock; soy abogada. Como aquella serie de televisión». Esas palabras en boca de Kathy Bates solo pueden significar una cosa: la vuelta a los despachos de la serie «Matlock» en Movistar Plus+ con una nueva temporada. La ficción es un reinicio de la serie clásica de los años 80 producida por CBS Television Studios, creada por Jennie Snyder Urman y la dirección de Gina Lamar y Tessa Blake. Esta segunda entrega profundiza en los conflictos y misterios planteados en la primera, manteniendo el drama legal con un enfoque en la justicia y las relaciones personales dentro del bufete y la familia Matlock.

Dejamos múltiples flecos al final de la entrega anterior. Madeline (Bates) permitió a Olympia (Skye P. Marshall) que acudiera sola al banco para comprobar la inocencia de su exmarido, Julian (Jason Rotter), respecto al estudio desaparecido de Wellbrexa que le costó la vida a la hija de la abogada. Allí descubrió por casualidad una verdad que podría derrumbar todo su mundo, y ni siquiera sabemos lo que compartirá con Maddy. Además, la vida familiar con su marido, Edwin (Sam Anderson) –con el que ya discutió por querer volver a practicar la abogacía tras su jubilación– se verá claramente alterada con la llegada inesperada del verdadero padre de Alfie (Aaron Harris), Joseph (Niko Nicotera).

La cara de Kathy Bates en primer plano es una declaración de intenciones muy clara sobre lo que opina de la situación personal a la que se enfrenta. La llegada de Olympia nos descubre que la situación ha cambiado con un tablón de pruebas vacío y muchos interrogantes. Vuelven las sospechas y también las interacciones entre los jóvenes abogados Billy (David del Río) y Sarah (Leah Lewis). Su relación sufrirá altibajos, uno de ellos la nueva situación de la novia de él, que desatará la ira de su compañera. Ojo que a partir de la mitad de esta temporada podremos ver cambios en el elenco por una acusación contra Del Río que le apartó del set.

La ficción no se aparta de lo procedimental, y volvemos a los casos que solo llevaría un alto bufete, como el de unas jóvenes imprudentes, y en la que se desarrolla todo el potencial de casos insólitos que atrapan al espectador con giros constantes, en el buen y en el mal sentido. Los escenarios de esta temporada incluyen casos contra empresas farmacéuticas, una disputa entre restaurantes de pollo y una congregación de monjas. En estos primeros episodios, tanto Matty como Edwin mantienen la desconfianza sobre Olympia, por lo que las sospechas siguen sobre Julian y tangencialmente sobre Senior (Beau Bridges). El matrimonio sigue empeñado en entregar la investigación a «The New York Times», y que sean ellos los que continúen tirando del hilo. La novedad de esta temporada es Justina Machado como Eva, la cuarta exesposa de Senior y directora de la oficina de la firma en Miami. Llega para complicar aún más las cosas en la segunda temporada, como si el equipo de Jacobson Moore no tuviera ya suficiente trabajo.

Y es que en esta segunda temporada habrá una batalla que superará a todas las que se realicen en los juzgados. La amistad recién estrenada entre Olympia y Matty deberá pasar varias pruebas muy duras, y ambas se embarcarán en la caza de Senior, para lo que necesitarán manipular a Julian sin que él mismo lo sepa. También hay que destacar el episodio sexto, en el que el bufete ayuda a unas amigas de Eva (Machado) monjas, con una audiencia ante la junta de zonificación para que puedan seguir gestionando un refugio para personas sin hogar en su convento. Pero una llamada anónima hará que la policía encuentre droga en el convento. Este caso volverá a afectar directamente a nuestra protagonista y volverá a conectarla con el lado humano de la adicción.

Si algo nos enseña esta segunda temporada es que no existe la perfección y menos en alguien tan calculador como Matty. La abogada es vulnerable y a veces sus sentimientos se ponen por encima del raciocinio. Esta humanización permite que el personaje florezca y se desarrolle.

Un éxito en audiencias que debería durar

«Matlock» ha gozado de un sólido respaldo del público. La audiencia promedio combinada entre televisión abierta y la plataforma de streaming Paramount+ ha sido de aproximadamente 13.5 millones de espectadores por capítulo, colocándola como la segunda serie más vista en la televisión abierta estadounidense en 2025. El episodio piloto alcanzó 7.7 millones de espectadores solo en emisión lineal, seguido por picos constantes por encima de los 6 millones en episodios sucesivos con una fidelidad en el rango demográfico de 18 a 49 años.

Qué!
28 Noviembre, 2025
PAÍS: España
PÁGINAS: 22
AVE: 7257 €
ÁREA: 386 CM² - 59%
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: ESPECIAL



La serie de Kathy Bates oculta una historia sobre el dolor y la crisis de los opioides dentro de una fórmula legal ligera, que mezcla drama y comedia

Qué había detrás de 'Matlock'



CBS STUDIOS

La dinámica entre Kathy Bates y Skye P. Marshall es el alma de la serie

PERE SOLÀ GIMFERRER

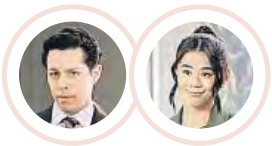
Matlock se vendió a los medios de comunicación como un remake de *Matlock*, un drama legal heredero de *Perry Mason*, emitido entre 1986 y 1995. El principal reclamo era que la protagonista era Kathy Bates, que ya había intentado triunfar en los tribunales televisivos con la fallida *Harry's law* de David E. Kelley. Aquí, como Madeline Matlock, se presentó como una viuda a quien su difunto marido había arruinado, dejándola sin medios para subsistir y mantener el nieto que tenía a su cargo. No le quedaba otra opción que volver al mercado laboral pasados los 70 años y pedir trabajo en un prestigioso bufete.

Pero quizá el nombre de la guionista Jennie Snyder Urman detrás de las cámaras debería haber servido como aviso. Si en *Jane the Virgin* había convertido una telenovela de toda la vida en una comedia que rendía homenaje al género y se reía de él... ¿qué iba a depararnos aquí? Pues una serie donde nada era lo que parecía a simple vista.

En el final del primer episodio, ya se destapó la sorpresa. Madeline no se llamaba Matlock: solo utilizaba el apellido para congraciarse con los veteranos al poder referenciar al abogado de ficción. En realidad, su nombre es Madeline Kingston, una mujer casada y adinerada que había entrado a trabajar en Jacobson Moore con una agenda oculta: descubrir qué abogados del bufete conspiraron para ocultar pruebas contra la farmacéutica a quien culpa de la muerte de su hija. Alguien allí dentro podría haber acabado con la venta de los opioides que desencadenaron una epidemia de la droga. En resumen, *Matlock* es la exploración ligera y comercial de una crisis que antes se había explorado de forma meticulosa en el libro *El imperio del dolor* de Patrick Radden Keefe, que se centró en la familia Sackler que controlaba Purdue Pharma, la maravillosa miniserie *Dopesick* de Danny Strong o el documental *All the beauty and the bloodshed* de Laura Poitras con la fotógrafa Nan Goldin, que ganó el León de Oro en Venecia.

Esta trama horizontal, esta búsqueda de los culpables, legitimaba a *Matlock* desde dos perspectivas. Por un lado, la diferenciaba de esa tediosa definición de "otra serie de abogados" que sufren tantos procedimentales. Por el otro, le daba algo de sustancia y un gancho al espectador: no solo permitía que hubiera *cliffhangers* y revelaciones sino que transformaba las dinámicas de la protagonista a ojos del espectador. Ahora, en la segunda temporada, Madeline tiene que enfrentarse a un imprevisto: Olympia, su mentora y amiga, ha descubierto la verdad y se siente traicionada. Jennie Snyder Urman utiliza este giro para impulsar esta dinámica, que es el corazón de la serie, en una nueva dirección y así permite que la serie no se sienta encallada en la premisa. *Matlock*, en el fondo, no reinventa ninguna fórmula pero es, sin lugar a dudas, una de las series que mejor sabe exprimir el potencial de la entretenida televisión en abierto de Estados Unidos. Quizá es muy ligera pero por lo menos *va de algo* y Kathy Bates aprovecha que no tiene nadie que le pueda hacer sombra para aniquilarlos interpretativamente a todos con un carisma estelar.●

Despido en el elenco



El 2 de octubre Leah Lewis denunció a David del Río por una presunta agresión sexual durante el rodaje. El estudio inició una investigación interna ese mismo día y el actor fue despedido de forma fulminante.

■ **Matlock**

Movistar Plus+
Temporada 2 el 30 de noviembre
Género: Drama legal
Duración: 18 episodios



Elsbeth
Movistar Plus+
Temporada 3 el 30 de noviembre
Carrie Preston se queda sin compañera habitual de escena: Karra Patterson, que interpretaba a la agente de policía Kaya Blanke, ya no es actriz principal. Solo tiene asegurada su presencia esporádica para que Elsbeth explore más dinámicas.



Silencio
Movistar Plus+
Temporada 1 el 1 de diciembre
Eduardo Casanova firma una rareza en la ficción española: una serie de tres episodios, que en total duran poco más de una hora, sobre el vampirismo y el silencio que rodea a las personas que tienen VIH. El maquillaje prostético es extraordinario.



Todas las criaturas grandes y pequeñas
Filmin
Temporada 6 el 2 de diciembre
La adaptación de los libros del veterinario James Herriot llega a 1945. Helen y Jenny van a Londres a formarse como enfermeras, mientras que Tristan regresa traumatizado de la Segunda Guerra Mundial.

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 2048 €
ÁREA: 61 CM² - 34%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

29 Noviembre, 2025



‘Matlock’

Kathy Bates regresa con la segunda temporada de este drama judicial


El primer caso de la temporada se centra en una adolescente acusada de incendiar un teatro.

La consagrada actriz **Kathy Bates** da vida a la protagonista de este drama legal, un papel que le ha valido una nominación a Mejor Actriz en los Globos de Oro. Madeline Matlock es una septuagenaria amable e inteligente quien, después de 30 años sin ejercer la abogacía, consigue un puesto de trabajo en la prestigiosa firma Jacobsen Moore. Pero tiene un objetivo oculto: busca justicia por la muerte de su hija, víctima de la crisis de los opiáceos. Sabe que este bufete escondió informes que hubieran permitido retirarlos antes del mercado, pero necesita pruebas.

Enfrentándose a nuevos casos

Los nuevos capítulos empiezan justo donde terminó la temporada anterior, con un giro inesperado. Joey, un hombre del pasado de su hija, irrumpe en la vida de Matty asegurando ser el padre de su nieto Alfie. Es un drogadicto que decide empezar su rehabilitación para poder formar parte de la vida de su hijo. Y en su entorno laboral la situación no es mejor: la relación con Olympia (**Skye P. Marshall**), su jefa en el bufete, sigue siendo tensa. Ahora que ha descubierto quién es realmente, ambas desconfían la una de la otra pero persiguen el mismo objetivo: desenmascarar a Senior (**Beau Bridges**). Además, hay cambios en el equipo de abogados: Sarah (**Leah Lewis**) ganará protagonismo, mientras su ayudante Billy (**David Del Rio**) deja la serie tras ser despedido por acoso.

MOVISTAR PLUS+
SERIE
Crimen.
Estreno: 30 de noviembre.
+12.
T2. 18 cap. 45 min.
Dir.: Jennie Snyder Urman (creadora)
• Int.: Kathy Bates, Skye P. Marshall, Jason Ritter.
EE. UU. 2025.

Te gustará si...

- **Te atraen los dramas legales con personajes carismáticos, una mirada crítica a las grandes corporaciones y una protagonista veterana.**

TÍTULOS PARECIDOS. *Juzgado de guardia* (M+), *Rake* (Prime Video) o *Elsbeth* (M+).

T.p. Teleprograma

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 2109 €
ÁREA: 36 CM² - 35%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 49485
OTS: 138000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025



'Matlock'

Kathy Bates regresa con la segunda temporada de este drama judicial



La consagrada actriz **Kathy Bates** da vida a la protagonista de este drama legal, un papel que le ha valido una nominación a Mejor Actriz en los Globos de Oro. Madeline Matlock es una septuagenaria amable e inteligente quien, después de 30 años sin ejercer la abogacía, consigue un puesto de trabajo en la prestigiosa firma Jacobsen Moore. Pero tiene un objetivo oculto: busca justicia por la muerte de su hija, víctima de la crisis de los opiáceos.

Nuevos casos

Los nuevos capítulos empiezan donde terminó la temporada anterior, con un giro inesperado. Joey, un hombre del pasado de su hija, irrumpe en la vida de Matty asegurando ser el padre de su nieto. Es un drogadicto que decide empezar su rehabilitación para poder formar parte de la vida de su hijo. Y en su entorno laboral la situación no es mejor: la relación con Olympia (**Skye P. Marshall**), su jefa en el bufete, sigue siendo tensa. Ahora que ha descubierto quién es realmente, desconfían la una de la otra pero persiguen el mismo objetivo: desenmascarar a Senior (**Beau Bridges**).

MOVISTAR PLUS+
SERIE
Crimen.
Estreno: 30 de noviembre.
+12.
T2. 18 cap. 45 min.
Dir.: Jennie Snyder Urman (creadora)
• Int.: Kathy Bates, Skye P. Marshall, Jason Ritter.
EE. UU. 2025.

TÍTULOS PARECIDOS. *Juzgado de guardia* (M+), *Rake* (Prime Video) o *Elsbeth* (M+).

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 1733 €
ÁREA: 10 CM² - 10%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN:
OTS: 73000
SECCIÓN: EVASION

29 Noviembre, 2025





La oscarizada Kathy Bates. EE

'Matlock', una lección de astucia con Kathy Bates

Matty Matlock es la mejor abuela y una persona extraordinaria, pero también una avispara abogada que, aunque ya está jubilada, entra en un bufete de abogados con un propósito claro: buscar a los responsables que están detrás de la muerte de su hija. Este es el punto de partida de una adictiva y entretenida serie que ha ganado *parroquianos* desde que se estrenó. Este domingo, vuelve a Movistar Plus+ con el lanzamiento de su segunda temporada.

Con su disfraz de septuagenaria entrañable, Matlock conquista a todo el que se le pone por delante, porque la serie es de esas que llegan con un perfil bajo, pero, de repente, se convierten en un título comodín cuyos capítulos caen como quien no puede parar de comer pipas. Al frente está la genial Kathy Bates (Oscar y Globo de Oro por *Misery*), que derrocha ingenio para ganar casos y desentrañar conspiraciones internas. Su experiencia y su habilidad para leer a las personas le dan ventaja.

Dónde ver esta serie
Movistar Plus+

ACCIÓN
TU REVISTA DE CINE Y SERIES

MATLOCK *temporada 2*

M+ Movistar Plus+ nos trae el 30 de noviembre el estreno de la segunda temporada de *Matlock*, el *remake* –si es que puede llamárselo así– de la legendaria serie protagonizada por Andy Griffith. En esta nueva versión, Kathy Bates lidera el reparto como Madeleine "Matty" Matlock, un papel que le ha valido una nominación al Emmy y al Globo de Oro por su trabajo en la primera temporada. En esta segunda temporada, Matlock continúa su trabajo en el despacho de abogados Jacobson Moore, intentando buscar retribución por la muerte de su hija y viviendo una doble vida frente a sus compañeros. Este año, esos secretos serán aún más difíciles de esconder y tendrá que hacer un enorme esfuerzo para mantener separadas su vida personal y profesional, ahondando más en las relaciones con sus compañeros.



elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 17544 €
ÁREA: 200 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: TELEVISION

30 Noviembre, 2025



SERIES

Los Valdés, un reflejo de una época



Adaptación en formato de miniserie de la novela de Sonsoles Ónega, ganadora del Premio Planeta. Está ambientada en el pazo de Espíritu Santo (Galicia) en 1900. Ahí nacen dos niñas, Clara y Catalina. La primera es hija de la criada, Renata, mientras que la segunda pertenece a la poderosa familia Valdés, formada por don Gustavo y doña Inés. Un acto de venganza alterará para siempre el destino de ambas y de quienes las rodean, empujando a doña Inés a enfrentarse el desamor y al abandono. En medio de rivalidades, deberá luchar para que su hija legítima sea reconocida como heredera de un imperio en una época en la que se negaba a las mujeres a decidir su futuro.

Las hijas de la criada
España, 2025
Drama
Atresplayer
50 min.
(T1. 8 cap.)

Resolviendo asesinatos en la Gran Manzana

Elsbeth
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T3. 10 cap.)



Tercera entrega de esta serie derivada de The Good Wife centrada en el personaje de Elsbeth Tascioni (Carrie Preston), una abogada poco convencional que usa su singular perspectiva para resolver casos junto a la policía de Nueva York. Tras haber salido de prisión, esta sagaz detective retoma su colaboración con el capitán C.W. Wagner y con todo el equipo de la comisaría, que la reciben de nuevo con los brazos abiertos. Sin embargo, deberá afrontar la marcha de su mejor amiga, la detective Kaya Blanke, así como lidiar con nuevos conflictos internos en el trabajo mientras investiga casos insólitos protagonizados por la élite neoyorquina.

Buscando justicia entre abogados



Nueva temporada de la serie sobre la adinerada abogada jubilada Madeline Kingston (Kathy Bates), quien llega al prestigioso bufete de abogados Jacobson Moore bajo el alias de "Matty Matlock" con el objetivo de investigar la muerte de su hija, Ellie, víctima de una sobredosis de opioides. Sospecha que este despacho ocultó pruebas cruciales que podrían haberla salvado. En los nuevos capítulos, Matty continuará con esta investigación encubierta de sus compañeros, y contará ahora con una nueva aliada, su jefa Olimpia (Skye P. Marshall). La protagonista sigue decidida a exponer a los culpables, centrándose en el socio principal Senior (Beau Bridges).

Matlock
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T2. 8 cap.)

La vida es su peor condena

El juego de la muerte
Corea del Sur, 2023
Thriller, Fantástico
Prime Video
50 min.
(T1. 8 cap.)



Choi Yi-jae es un hombre abrumado por la vida. Está en paro, su novia se ha marchado y ha perdido todos sus ahorros debido a una estafa con bitcoins. Ante esta situación, decide quitarse la vida. Ya en el más allá, está a punto de caer en el infierno debido a su apática actitud mientras estuvo vivo. Pero antes de que la Muerte le castigue, le propone un juego: vivir 12 vidas diferentes y experimentar la muerte en cada una de ellas. Si consigue sobrevivir a estas tragedias que parecen inevitables, podrá vivir el resto de sus días en alguno de estos cuerpos. Durante este viaje entre una y otra personalidad, Choi Yi-jae aprenderá a valorar lo que antes despreciaba.

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 2990 €
ÁREA: 200 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2909
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

30 Noviembre, 2025



SERIES

Los Valdés, un reflejo de una época



Adaptación en formato de miniserie de la novela de Sonsoles Ónega, ganadora del Premio Planeta. Está ambientada en el pazo de Espíritu Santo (Galicia) en 1900. Ahí nacen dos niñas, Clara y Catalina. La primera es hija de la criada, Renata, mientras que la segunda pertenece a la poderosa familia Valdés, formada por don Gustavo y doña Inés. Un acto de venganza alterará para siempre el destino de ambas y de quienes las rodean, empujando a doña Inés a enfrentarse el desamor y al abandono. En medio de rivalidades, deberá luchar para que su hija legítima sea reconocida como heredera de un imperio en una época en la que se negaba a las mujeres a decidir su futuro.

Las hijas de la criada
España, 2025
Drama
Atresplayer
50 min.
(T1. 8 cap.)

Resolviendo asesinatos en la Gran Manzana

Elsbeth
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T3. 10 cap.)



Tercera entrega de esta serie derivada de The Good Wife centrada en el personaje de Elsbeth Tascioni (Carrie Preston), una abogada poco convencional que usa su singular perspectiva para resolver casos junto a la policía de Nueva York. Tras haber salido de prisión, esta sagaz detective retoma su colaboración con el capitán C.W. Wagner y con todo el equipo de la comisaría, que la reciben de nuevo con los brazos abiertos. Sin embargo, deberá afrontar la marcha de su mejor amiga, la detective Kaya Blanke, así como lidiar con nuevos conflictos internos en el trabajo mientras investiga casos insólitos protagonizados por la élite neoyorquina.
Nueva temporada de la serie sobre la adinerada abo-

Buscando justicia entre abogados



gada jubilada Madeline Kingston (Kathy Bates), quien llega al prestigioso bufete de abogados Jacobson Moore bajo el alias de "Matty Matlock" con el objetivo de investigar la muerte de su hija, Ellie, víctima de una sobredosis de opioides. Sospecha que este despacho ocultó pruebas cruciales que podrían haberla salvado. En los nuevos capítulos, Matty continuará con esta investigación encubierta de sus compañeros, y contará ahora con una nueva aliada, su jefa Olimpia (Skye P. Marshall). La protagonista sigue decidida a exponer a los culpables, centrándose en el socio principal Senior (Beau Bridges).

Matlock
Estados Unidos, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T2. 8 cap.)

La vida es su peor condena

El juego de la muerte
Corea del Sur, 2023
Thriller, Fantástico
Prime Video
50 min.
(T1. 8 cap.)



Choi Yi-jae es un hombre abrumado por la vida. Está en paro, su novia se ha marchado y ha perdido todos sus ahorros debido a una estafa con bitcoins. Ante esta situación, decide quitarse la vida. Ya en el más allá, está a punto de caer en el infierno debido a su apática actitud mientras estuvo vivo. Pero antes de que la Muerte le castigue, le propone un juego: vivir 12 vidas diferentes y experimentar la muerte en cada una de ellas. Si consigue sobrevivir a estas tragedias que parecen inevitables, podrá vivir el resto de sus días en alguno de estos cuerpos. Durante este viaje entre una y otra personalidad, Choi Yi-jae aprenderá a valorar lo que antes despreciaba.

El Periódico de Catalunya - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 3923 €
ÁREA: 10 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

30 Noviembre, 2025



Buscant justícia entre advocats



Nova temporada de la sèrie sobre l'adinerada advocada jubilada Madeline Kingston (Kathy Bates), que arriba al prestigiós bufet d'advocats Jacobson Moore sota l'àlies de Matty Matlock amb l'objectiu d'investigar la mort de la seva filla, l'Ellie, víctima d'una sobredosi d'opioides. Sospita que aquest despatx va amagar proves crucials que podrien haver-la salvat. Als nous capítols, la Matty continuarà amb aquesta investigació encoberta dels seus companys, i comptarà ara amb una nova aliada, la seva cap Olímpia (Skye P. Marshall). La protagonista segueix decidida a exposar els culpables, centrant-se en el soci principal Senior (Beau Bridges)

Matlock

Estats Units, 2025
Drama judicial
Movistar Plus+
45 min.
(T2. 8 cap.)

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 78
AVE: 2312 €
ÁREA: 18 CM² - 16%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

3 Diciembre, 2025



LOS MEJORES ESTRENOS DE LA SEMANA



1 ANATOMÍA DE GREY. La temporada 22 resuelve el misterio de la explosión del quirófano con la que finalizó la anterior. Disney+, 27/11



2 LAS DELICIAS DEL JARDÍN. Fernando Colomo, maestro de la comedia, dirige y protagoniza esta película junto a su hijo. PrimeVideo, 27/11



3 MATLOCK. Kathy Bates vuelve a encarnar a Madeline Matlock, la abogada más astuta y endiablada. Movistar+, 30/11

¿No ves bien la news o quieres el link? Haz clic aquí

kinótico

La Newsletter
de series de Marina Such
Lo mejor y lo peor de las series de plataformas y de la televisión lineal, cada semana en tu mail







Señoras al poder

Que haya dos procedimentales de éxito protagonizados por mujeres que pasan de los 50 es, lamentablemente, aún algo noticiable. Todavía más si son quienes dan nombre a sus respectivas series y son los personajes centrales de ellas, alrededor de quienes giran la trama y el resto de secundarios. Las dos aterrizan con nuevos episodios en Movistar Plus+: 'Elsbeth' está ya más que consolidada en su tercera temporada, con Carrie Preston aprovechando al máximo las pequeñas excentricidades de su personaje y lo que aportan actores invitados como Stephen Colbert, que se deja ver en el primer episodio.

'Matlock', por su parte, tiene el reto de afianzar su propuesta en una segunda entrega que llega después de que Kathy Bates rozara el Emmy a mejor actriz protagonista, lo que habría sido toda una novedad en medio del dominio del streaming y el cable en los últimos años.

LA VANGUARDIA

Series

ESTRENO

Qué hay detrás de 'Matlock', la serie de abogados de Kathy Bates (con sorpresa)

Fue la serie revelación de la temporada pasada y este domingo vuelve a Movistar Plus+ con la segunda temporada



La amistad (o no) con Olympia (Skye P. Marshall) es el corazón de la serie.CBS Studios

Pere Solà Gimferrer Barcelona 28/11/2025 06:00

Matlock se vendió a los medios de comunicación como un remake de Matlock, un drama legal heredero de Perry Mason, emitido entre 1986 y 1995. El principal reclamo era que la protagonista era Kathy Bates, que ya había intentado triunfar en los tribunales televisivos con la fallida Harry's Law de David E. Kelley. Aquí, como Madeline Matlock, se presentó como una viuda a quien su difunto marido había arruinado, dejándola sin medios para subsistir y mantener el nieto que tenía a su cargo. No le quedaba otra opción que volver al mercado laboral pasados los 70 años y pedir trabajo en un prestigioso bufete.

Pero quizá el nombre de la guionista Jennie Snyder Urman detrás de las cámaras debería haber servido como aviso. Si en Jane the Virgin había convertido una telenovela de toda la vida en una comedia que rendía homenaje al género y se reía de él... ¿qué iba a depararnos aquí? Pues una serie donde nada era lo que parecía a simple vista.

En el final del primer episodio, ya se destapó la sorpresa. Madeline no se llamaba Matlock: solo utilizaba el apellido para congraciarse con los veteranos al poder referenciar al abogado de ficción. En realidad, su nombre es Madeline Kingston, una mujer casada y adinerada que había entrado a trabajar en Jacobson Moore con una agenda oculta: descubrir qué abogados del bufete conspiraron para ocultar pruebas contra la farmacéutica a quien culpa de la muerte de su hija. Alguien allí dentro podría haber acabado con la venta de los opioides que desencadenaron una epidemia de la droga.

En resumen, Matlock es la exploración ligera y comercial de una crisis que antes se había explorado de forma meticulosa en el libro El imperio del dolor de Patrick Radden Keefe, que se centró en la familia Sackler que controlaba Purdue Pharma, la maravillosa miniserie Dopesick de Danny Strong o el documental All the Beauty and the Bloodshed de Laura Poitras con la fotógrafa Nan Goldin, que ganó el León de Oro en Venecia.

En resumen, Matlock es la exploración ligera y comercial de la crisis de los opioides en Estados Unidos tras la irresponsabilidad de las farmacéuticas

Esta trama horizontal, esta búsqueda de los culpables, legitimaba a Matlock desde dos perspectivas. Por un lado, la diferenciaba de esa tediosa definición de "otra serie de abogados" que sufren tantos procedimentales. Por el otro, le daba algo de sustancia y un gancho al espectador: no solo permitía que hubiera cliffhangers y revelaciones sino que transformaba las dinámicas de la protagonista a ojos del espectador.

Ahora, en la segunda temporada que Movistar Plus+ estrena este domingo, Madeline tiene que enfrentarse a un imprevisto: Olympia, su mentora y amiga, ha descubierto la verdad y se siente traicionada. Jennie Snyder Urman utiliza este giro para impulsar esta dinámica, que es el corazón de la serie, en una nueva dirección y así permite que la serie no se sienta encallada en la premisa.



Matlock, en el fondo, no reinventa ninguna fórmula pero es, sin lugar a dudas, una de las series que mejor sabe exprimir el potencial de la entretenida televisión en abierto de Estados Unidos. Quizá es muy ligera pero por lo menos va de algo y Kathy Bates aprovecha que no tiene nadie que le pueda hacer sombra para aniquilarlos interpretativamente a todos con un carisma estelar.

LA RAZÓN
Televisión
PROGRAMACIÓN TV

«Matlock»: ya no hacen abogados como los de antes

► Movistar Plus+ estrena hoy la segunda temporada de la serie procedimental protagonizada por Kathy Bates y Skye P. Marshall



▲Matlock y unas monjas: ¿qué puede salir mal? M+

Gerardo Granda @Murdockmaiz 30.11.2025 11:37

«Soy Madeline Matlock; soy abogada. Como aquella serie de televisión». Esas palabras en boca de Kathy Bates solo pueden significar una cosa: la vuelta a los despachos de la serie «Matlock» en Movistar Plus+ con una nueva temporada. La ficción es un reinicio de la serie clásica de los años 80 producida por CBS Television Studios, creada por Jennie Snyder Urman y la dirección de Gina Lamar y Tessa Blake. Esta segunda entrega profundiza en los conflictos y misterios planteados en la primera, manteniendo el drama legal con un enfoque en la justicia y las relaciones personales dentro del bufete y la familia Matlock.

Dejamos múltiples flecos al final de la entrega anterior. Madeline (Bates) permitió a Olympia (Skye P. Marshall) que acudiera sola al banco para comprobar la inocencia de su exmarido, Julian (Jason Rotter), respecto al estudio desaparecido de Wellbrexa que le costó la vida a la hija de la abogada. Allí descubrió por casualidad una verdad que podría derrumbar todo su mundo, y ni siquiera sabemos lo que compartirá con Maddy. Además, la vida familiar con su marido, Edwin (Sam Anderson) –con el que

ya discutió por querer volver a practicar la abogacía tras su jubilación– se verá claramente alterada con la llegada inesperada del verdadero padre de Alfie (Aaron Harris), Joseph (Niko Nicotera).

La cara de Kathy Bates en primer plano es una declaración de intenciones muy clara sobre lo que opina de la situación personal a la que se enfrenta. La llegada de Olympia nos descubre que la situación ha cambiado con un tablón de pruebas vacío y muchos interrogantes. Vuelven las sospechas y también las interacciones entre los jóvenes abogados Billy (David del Río) y Sarah (Leah Lewis). Su relación sufrirá altibajos, uno de ellos la nueva situación de la novia de él, que desatará la ira de su compañera. Ojo que a partir de la mitad de esta temporada podremos ver cambios en el elenco por una acusación contra Del Río que le apartó del set.

La ficción no se aparta de lo procedimental, y volvemos a los casos que solo llevaría un alto bufete, como el de unas jóvenes imprudentes, y en la que se desarrolla todo el potencial de casos insólitos que atrapan al espectador con giros constantes, en el buen y en el mal sentido. Los escenarios de esta temporada incluyen casos contra empresas farmacéuticas, una disputa entre restaurantes de pollo y una congregación de monjas. En estos primeros episodios, tanto Matty como Edwin mantienen la desconfianza sobre Olympia, por lo que las sospechas siguen sobre Julian y tangencialmente sobre Senior (Beau Bridges). El matrimonio sigue empeñado en entregar la investigación a «The New York Times», y que sean ellos los que continúen tirando del hilo. La novedad de esta temporada es Justina Machado como Eva, la cuarta exesposa de Senior y directora de la oficina de la firma en Miami. Llega para complicar aún más las cosas en la segunda temporada, como si el equipo de Jacobson Moore no tuviera ya suficiente trabajo.

Y es que en esta segunda temporada habrá una batalla que superará a todas las que se realicen en los juzgados. La amistad recién estrenada entre Olympia y Matty deberá pasar varias pruebas muy duras, y ambas se embarcarán en la caza de Senior, para lo que necesitarán manipular a Julian sin que él mismo lo sepa. También hay que destacar el episodio sexto, en el que el bufete ayuda a unas amigas de Eva (Machado) monjas, con una audiencia ante la junta de zonificación para que puedan seguir gestionando un refugio para personas sin hogar en su convento. Pero una llamada anónima hará que la policía encuentre droga en el convento. Este caso volverá a afectar directamente a nuestra protagonista y volverá a conectarla con el lado humano de la adicción.

Si algo nos enseña esta segunda temporada es que no existe la perfección y menos en alguien tan calculador como Matty. La abogada es vulnerable y a veces sus sentimientos se ponen por encima del raciocinio. Esta humanización permite que el personaje florezca y se desarrolle.

Un éxito en audiencias que debería durar

►«Matlock» ha gozado de un sólido respaldo del público. La audiencia promedio combinada entre televisión abierta y la plataforma de streaming Paramount+ ha sido de aproximadamente 13.5 millones de espectadores por capítulo, colocándola como la segunda serie más vista en la televisión abierta estadounidense en 2025. El

episodio piloto alcanzó 7.7 millones de espectadores solo en emisión lineal, seguido por picos constantes por encima de los 6 millones en episodios sucesivos con una fidelidad en el rango demográfico de 18 a 49 años.

elEconomista.es

Evasión

SERIES & CINE · GASTRO · PLANES · LIBROS

Evasión

Series que se estrenan esta semana: 'Matlock' vuelve con otra lección de astucia de Kathy Bates

Movistar Plus+ estrena la segunda temporada de esta adictiva serie de abogados



David Saiz 9:53 - 28/11/2025

Matty Matlock es la mejor abuela y una persona extraordinaria que enamora a todos, pero también una avispada abogada que, aunque ya está jubilada, entra en un bufete de abogados en busca de los responsables que están detrás de la muerte de su hija. Este es el punto de partida de una adictiva y entretenida serie que ha ido ganando parroquianos desde que se estrenó hace un año. Este domingo, vuelve a Movistar Plus+ con el lanzamiento de su segunda temporada.

Con su disfraz de septuagenaria entrañable, Matlock conquista a todo el que se le pone por delante, porque la serie es de esas que llegan con un perfil bajo pero, de repente, se convierten en un título comodín cuyos capítulos caen como quien no puede parar de comer pipas. Al frente está la genial Kathy Bates (Oscar y Globo de Oro por Misery), que derrocha

ingenio para ganar casos en cada capítulo, aunque no solo defiende a sus clientes, sino que también desentraña conspiraciones internas. Su experiencia vital y su habilidad para leer a las personas le dan ventaja.

En la segunda temporada de Matlock, Matty regresa a un bufete de prestigio donde su apariencia modesta y su simpatía engañan a quienes subestiman su brillantez. Pero debajo de esa fachada inofensiva late un propósito más profundo: descubrir la verdad detrás de la muerte de su hija Ellie, ocurrida por una sobredosis relacionada con la industria farmacéutica. La segunda temporada profundiza en ese secreto familiar, mientras Matty equilibra su trabajo con una investigación cada vez más peligrosa.

Además de la parte legal, esta temporada se centra en las relaciones personales, especialmente con su jefa Olympia (interpretada por Skye P. Marshall), con quien Matty forma una alianza compleja. Las dinámicas entre los miembros del bufete cambian, las lealtades se ponen a prueba y se revelan identidades inesperadas. Por ejemplo, uno de los grandes misterios es la paternidad de Alfie, el nieto de Matty, lo que añadirá un conflicto emocional potente.

cine&series MUNDIARIO

CINE&SERIES NETFLIX PRIME VIDEO MOVISTAR+ DISNEY+ MAX

Matlock regresa con una segunda temporada cargada de intriga y nuevos personajes



Póster de Matlock. / RR SS

Juan Manuel Mazas 16 de septiembre de 2025 (02:43 h.)

La exitosa serie legal Matlock, protagonizada por Kathy Bates, vuelve con su segunda temporada tras consolidarse como uno de los mayores éxitos televisivos de 2024.

CBS ha anunciado que la nueva tanda de episodios se estrenará con un evento especial antes de recuperar su emisión habitual los jueves. La primera temporada, ya disponible completa en Movistar Plus+, convirtió a Bates en la actriz más veterana nominada al Emmy en la categoría de Mejor Actriz Principal en una Serie Dramática.

La segunda temporada comenzará con el episodio titulado The Before Times, donde Matty Matlock se enfrentará a un caso personal: descubrir la verdad sobre el hombre que afirma ser el padre biológico de su nieto Alfie.

A este dilema se suma un nuevo caso de incendio provocado, mientras Olympia trata de proteger a Julian, su exmarido, por su implicación en el caso Wellbrexa, una trama que ya fue clave durante la primera temporada.

El final de la primera entrega reveló la identidad del responsable de ocultar documentos relacionados con el medicamento Wellbrexa, trama que impulsó toda la investigación de Matty, y dejó abiertas nuevas incógnitas que se desarrollarán en los próximos episodios.

El reparto principal seguirá encabezado por Kathy Bates como Matty Matlock, una abogada septuagenaria que regresa al mundo legal para investigar la muerte de su hija, víctima de una sobredosis de opioides. A su lado se encuentran Skye P. Marshall en el papel de Olympia, Leah Lewis como la ambiciosa Sarah, David Del Rio como el carismático Billy y Jason Ritter interpretando a Julian, el hijo del jefe del bufete Jacobson Moore.



Una de las principales novedades del reparto es la incorporación de Justina Machado, quien se unirá en un papel recurrente ligado al personaje de Beau Bridges. Estas nuevas tramas prometen ampliar el universo narrativo y explorar más a fondo los secretos del bufete donde Matty ejerce como abogada encubierta.

UNA SERIE INSPIRADA EN UN CLÁSICO

Matlock, creada por Jennie Snyder Urman, está inspirada en la serie homónima protagonizada por Andy Griffith, aunque no es una adaptación directa. La producción combina drama legal con intriga, ofreciendo una narrativa en la que los casos semanales se entrelazan con una trama central de mayor profundidad.

Durante la primera temporada, Matty trabajó en secreto para destapar documentos que habían sido ocultados de forma irregular, investigando una conspiración vinculada a la industria farmacéutica.

La segunda temporada promete mantener el tono intenso que caracterizó a su debut, con nuevos casos legales, giros argumentales y el desarrollo de las complejas relaciones entre los personajes, consolidando a Matlock como una de las series más relevantes de la televisión actual. @mundiario



Ekaitz Ortega
Redactor jefe de HobbyCine (HobbyConsolas)

Movistar Plus+ ha estrenado otra temporada de mi serie de policías favorita: Blue Lights



HOBBYCINE OPINIÓN 29 NOV 2025 - 13:00

Blue Lights está de vuelta en Movistar Plus+ y es mi serie de policías favorita por diversos motivos que a veces se descuidan en otras producciones.

Soy de los que opinan que los últimos años estamos viviendo un deterioro en la calidad de las series. Aunque sigan saliendo estrenos interesantes, el nivel medio ha bajado y hay semanas en las que no sé muy bien qué ver por puro placer, aunque por trabajo siempre hay deberes pendientes.

Esta situación se ha vuelto aún más extraña cuando encuentro que las series que más me gustan no suelen coincidir con las más promocionadas. Hay multitud de títulos que han sido muy comentados y que a mí no me han interesado nada. A veces descubro mis mayores tesoros excavando en los catálogos.

Normalmente suelo tirar más por el género fantástico, pero una de las series que más he disfrutado los últimos años es de género policiaco: Blue Lights.

En principio podría parecer una serie clásica de una comisaría en entorno hostil, con las relaciones entre policías que van dándose en los coches patrullas según lo que encuentren en cada episodio. Y es un poco eso, pero mucho mejor contado de lo habitual.

El contexto es importante, pero más la creación de personajes

Esta serie irlandesa se desarrolla en Belfast, una ciudad en la que los conflictos políticos siguen tensionando la sociedad y además se suman a la violencia que se sufre en cualquier lugar.



Es un contexto complicado de entender para quien sea ajeno al conflicto, pero se pude apuntar que hay barrios donde la policía no es bienvenida al estar controlados por facciones políticas casi militarizadas.

Para dar comienzo y trama a la serie, se va siguiendo a tres policías que comienzan su carrera en la comisaría. Todos con perfiles y experiencia distintas, irán encontrando multitud de problemas y necesitarán entender a lo que se enfrentan, pero también si valen para el trabajo y el modo de adaptarse a sus compañeros.

Y aquí es donde mejor funciona la serie: es de personajes. Cada uno de ellos tienen un trasfondo, un debate interior, mayor o menor simpatía y, sobre todo, es interesante para el espectador.

Las dos temporadas que tengo vistas las he disfrutado por estos personajes, a los que se han sumado varias historias de investigaciones, corrupción, conflictos políticos y un tema troncal que ha ido creciendo hasta la explosión del capítulo final.

Los capítulos de cada temporada de Blue Lights podrían haber durado diez capítulos y no seis. Los hubiese visto con el mismo entusiasmo.

El caso es que es una serie que he recomendado y ha gustado a todos sin fallo. Pero sin ser desconocida, ha estado muy lejos del foco mediático o de ser de las más promocionadas... a pesar de su gran calidad.

En todo caso, más allá de conversaciones sobre el estado de las series y lo que se decide anunciar, a nivel personal me alegra reencontrarme con Blue Lights. La tercera temporada va a caer ya mismo.





Las personas corrientes que a veces hacen cosas malas, se equivocan y se ven en situaciones para las que no están preparadas son las protagonistas de 'Blue Lights', la serie policiaca de Movistar Plus+ que sigue a varios agentes patrullando las calles de Belfast, con todo lo que eso implica. La tercera temporada acaba de estrenarse y se traslada a los barrios acomodados del sur de la ciudad, que no se libran de la presencia del tráfico de drogas.