RESUMEN DE MEDIOS JUEVES, 11 DE DICIEMBRE DE 2025

TELEFÓNICA

Telefónica reduce el ERE de los 6.088 puestos iniciales a 5.511, el 32% de las plantillas afectadas (Expansión)

Telefónica propone rebajar el ERE en unas 600 personas, hasta las 5.500 salidas (Cinco Días)

Telefónica ofrece a los sindicatos rebajar el ERE a un mínimo de 5.500 salidas y avanza en la oferta económica (La Vanguardia, El Mundo)

Pedro Serrahima, miembro del Comité de Dirección de Telefónica: "En empresas de servicios, la mejor experiencia es la que no se tiene" (IP Mark)

MOVISTAR PLUS+

Andoni Ortuzar, ex presidente del PNV, nuevo consejero de Movistar Plus+ (EL PAÍS, ABC, El Mundo, Expansión, Cinco Días, El Economista)

El PP quiere que Murtra explique en el Parlamento el fichaje de Ortuzar y el ERE (El Mundo, El Correo, Europa Press, El Español)

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

Tebas señala la lucha contra piratería y la mejora del producto como las razones del aumento de ingresos televisivos (MARCA, AS)

Tebas: "El séptimo mandamiento de Moisés era 'no robarás', desde entonces hay legislación contra la piratería" (Europa Press)

TV DE PAGO EN ESPAÑA

Disney+, Filmin, Max, Netflix y Prime Video ofrecen entre el 20% y el 2% en catalán, según el CAC (Europa Press)

Netflix cancela la "ambiciosa" serie española 'El refugio atómico' tras su primera temporada (EL PAÍS)

El oligopolio publicitario de las plataformas digitales asfixia a los medios (The Objective)

DEPORTE Y TV

El secretario general de la FIBA analiza el estado de las negociaciones para la nueva liga europea con NBA (2Plaubook)

Andres Zagklis, secretario general de FIBA, da nuevos detalles sobre la futura competición de NBA y FIBA en Europa (Gigantes)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Emma Lustres: «La llegada a las plataformas es lo mejor que le ha pasado al sector en muchísimos años» (Audiovisual 451)

La Academia de Televisión reúne en un desayuno profesional a los nominados a Mejor Dirección de Ficción en los Premios Iris 2025 (Academia TV, Audiovisual 451)

Miguel Garcés, el guion de 'Romería' y 'Mi única familia', algunas de las sorpresas de las candidaturas a los Goya 2026 (Kinótico)

Orient Hontai ficha en Mediapro al israelí Oozi Cats, prófugo de EEUU durante más de una década (El Economista)

CINE ORIGINAL

SIRÂT

El Festival de Cine de Toronto dedicará una retrospectiva a Oliver Laxe (The Hollywood Reporter)

NO FICCIÓN ORIGINAL

LAS BERROCAL

Movistar Plus+ anuncia la segunda temporada de "Las Berrocal" (DOSSIER)

Las Berrocal arrasan con un despliegue de moda absoluta: así presentan la segunda temporada de su docu-reality en Movistar Plus+ (La Razón)

FLORES PARA ANTONIO

Alba Flores: "No pude despedirme de mi padre" (SEMANA)

FICCIÓN ORIGINAL

'Poquita fe' y Álvaro Morte ("Anatomía de un instante"), premiados en la octava edición de los Premios Cygnus (Rubik Audiovisual)

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

"Tres hombres en pie" (Isidro Catela en ABC – Alfa y Omega)

SILENCIO

No hay silencio en torno a 'Silencio' (Eva Güimil en EL PAÍS)

'La Revuelta', obligada a matizar su mensaje sobre el VIH: el discurso viral de Eduardo Casanova que puso en un aprieto a Broncano (MARCA)

CONTENIDO EXCLUSIVO

TERRA ALTA

Netflix y Movistar+ enervan al nacionalismo por dos series ambientadas en Cataluña en las que se habla español (El Debate)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Omdia: YouTube TV será el mayor operador de televisión de pago de EE. UU. en 2027 (Decode TV)

YouTube TV lanzará más de 10 planes más baratos por género, incluyendo un plan deportivo con ESPN Unlimited (Variety, Deadline)

¿Es YouTube TV? Las cadenas tradicionales creen que no (Decode TV)

¿Qué está llevando a los usuarios de YouTube de vuelta al SVOD? (Digitali)

¿Qué impulsa las nuevas suscripciones SVOD en 2025? (Luminate)

Netflix redobla su apuesta en Brasil con nuevas series, películas y un reality 100% local (Cveintiuno)

Las mejores series de TV de 2025, según Aramide Tinubu y Alison Herman (Variety)

MOVISTAR PLUS+

Cinco nuevos canales deportivos llegan a Movistar Plus+ tanto en fibra como satélite (Mundoplus.tv)

Movistar Plus+ recupera la NFL y estos son los primeros partidos (Mundoplus.tv)

Premier Padel Finals, las mejores palas del mundo se juegan la corona en Movistar Plus+ (Neeo)

"Blue Lights", el desgaste humano detrás del uniforme (SUPERTELE)

"The Chosen T5", estreno el 22 de diciembre (SUPERTELE)

EMPRESAS

Telefónica recorta en 577 bajas, un 9%, el impacto del ERE

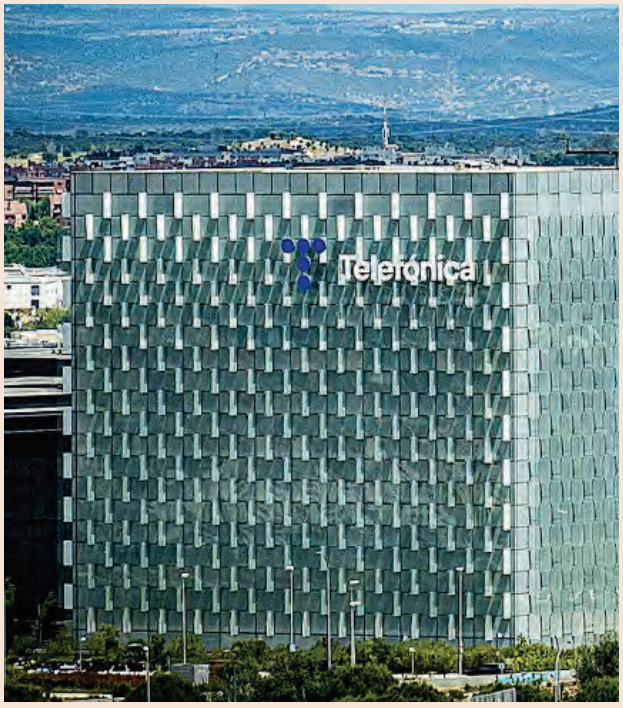
DESPIDOS/ La 'teleco' fija un mínimo de 4.600 salidas, 440 menos que de inicio, en las filiales España, Móviles y Soluciones. La afectación total cae a 5.511 empleados.

Ignacio del Castillo. Madrid

Telefónica ha rebajado hasta 4.600 salidas el número mínimo de bajas a partir del cual la empresa no podrá forzar despidos forzosos en las tres empresas amparadas por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV), es decir, Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones, que suponen el grueso de los siete ERE que ha puesto en marcha el grupo de telecomunicaciones.

Eso supone una reducción de 440 bajas respecto del objetivo de 5.040 salidas que la empresa estableció inicialmente para el conjunto de las tres filiales del CEV, casi un 9% menos. En cualquier caso, el máximo de salidas lo mantiene en las 5.040 bajas. Es decir, que la operadora se conformaría si se alcanzasen 4.600 salidas y renunciaría a provocar nuevas bajas forzosas (despidos involuntarios). Con esta cifra, si no se llegase mediante voluntarios al nivel de 4.600 sí que se tendrían que producir despidos.

Con este recorte en la parte más voluminosa del ERE y los que Telefónica propuso esta semana en las otras empresas, las salidas totales en el grupo se sitúan actualmente en 5.511, es decir, 577 menos que las iniciales, lo que supondría, de quedar así, el 32% de las plantillas de 17.248 trabajadores de las siete filiales afectadas. Con todo, aún restan las reuniones de la semana que viene para que la *teleco* siga mejorando sus ofertas.



JMCadenas

UGT rechaza el mínimo de 4.600 salidas planteado por la empresa para el conjunto del CEV y exige reducir esta cifra con el fin de evitar la aplicación de medidas forzosas. Considera que si la cifra de salidas mínimas se reduce sustancialmente, se podría asegurar que todas las bajas se cubriesen voluntariamente, minimizando el riesgo de que se produjesen despidos forzosos, que es la gran preocupación de los sindicatos.

La operadora también mantiene el requisito de 15 años de antigüedad durante toda la vigencia del plan, flexibilizando las opciones de adscripción voluntaria.

No obstante, la empresa condiciona esta medida a que el trabajador alcance dicha antigüedad en el momento efectivo de la salida.

UGT también considera insuficiente el 35% de salidas propuesto para áreas no excedentarias (las áreas críticas, fundamentalmente vinculadas a servicios complejos de IT) si se incluyen la estructura y los perfiles retenidos en el ERE de 2024.

El recorte total del ERE baja de 6.088 empleos iniciales a 5.511, el 32% de las plantillas afectadas

Los sindicatos buscan bajar aún más la cifra para que todo sea voluntario y sin salidas forzosas

Restan al menos dos reuniones en la próxima semana para tener la oferta final de Telefónica

Sede Central de Telefónica en Las Tablas (Madrid).

Por ello, el sindicato solicita su exclusión a efectos de cómputo para maximizar las posibilidades de adscripción voluntaria. Del mismo modo, reclama aceptar un porcentaje superior al 35% en áreas excedentarias, asegurar transparencia respecto a futuros retenidos y otorgar prioridad a quienes fueron retenidos en el proceso anterior. El sindicato también sigue discrepando sobre la oferta empresarial de creación de empleo, limitada al 7%, e insiste en elevarla como mínimo al 10%.

La Llave / Página 2

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 2006 €
ÁREA: 9 CM² - 10%

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

11 Diciembre, 2025



sión del grupo y Telefónica SA, la matriz, que da cobijo al centro corporativo, el núcleo de poder, donde hay un alto porcentaje de directores, gerentes y cuadros. Pero, al abarcar también a filiales más tecnológicas como Innovación Digital y Global Solutions, de más reciente creación, se encuentra con plantillas más jóvenes, en las que lograr una alta proporción de empleados prejubilables es imposible. Eso implicaría que los despidos forzosos fueran numerosos en esas firmas, planteamientos a los que no están habituados los sindicatos de Telefónica, aunque ya sean frecuentes en el sector español de telecomunicaciones. Sin embargo, el hecho de que la nueva cúpula directiva tenga más afinidad con el Gobierno –el Estado controla un 10% del capital de Telefónica a través de la Sepi– puede provocar que sus propuestas finales sean más firmes, al menos en el número de afectados. Por ahora, la respuesta del Gobierno, exceptuando la esperada escenificación de Yolanda Díaz, vicepresidenta y ministra de Trabajo, ha sido más que discreta.

Telefónica, en la fase final de su ERE

Telefónica se encuentra en la fase final de negociación de su ERE que, por muchas razones, es diferente a los anteriores. En primer lugar, porque afecta a una parte más amplia del grupo. En vez de centrarse en las tres filiales –Telefónica España, Móviles y Soluciones– en las que se focalizaron la mayoría de los procesos anteriores, esta vez afecta a otras cuatro sociedades, incluidas dos tan emblemáticas como Movistar+, la televi-

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,4
AVE: 9826 €
ÁREA: 494 CM² - 68%

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

11 Diciembre, 2025



Telefónica propone rebajar el ERE en unas 600 personas, hasta las 5.500 salidas

La compañía se compromete a no ejecutar despidos forzosos en las tres filiales principales si se llega a las 4.600 bajas voluntarias ▶ La operadora pretende cerrar un acuerdo antes de fin de año

RAMÓN MUÑOZ
MADRID

Telefónica ha dado un paso significativo para avanzar en la negociación del expediente de regulación de empleo (ERE) que busca cerrar antes de finalizar el año. Los sindicatos comunicaron ayer que, tras la quinta reunión, la empresa propuso rebajar en 440 trabajadores la afectación en las tres principales sociedades incluidas en el despido colectivo: Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones, todas amparadas por el convenio de empresas vinculadas (CEV). Esta reducción implica disminuir las salidas en estas tres sociedades a 4.600, desde las 5.040 propuestas inicialmente, lo que representa una rebaja de casi el 9%.

Considerando las negociaciones en las cuatro sociedades no incluidas en el CEV pero afectadas por el despido (la matriz Telefónica SA, Telefónica Innovación Digital, Telefónica Global Solutions y Movistar+), que acumulan ahora 961 despidos, el conjunto de salidas globales propuestas actualmente se situaría en un mínimo que rondaría las 5.500, aproximadamente 600 personas menos que las 6.088 planteadas inicialmente.

UGT, aunque reconoció "avances relevantes", rechazó el mínimo de salidas planteado, insistiendo en la necesidad de reducir esta cifra para asegurar la total exclusión de medidas forzosas.

La compañía también dio un paso adelante al mejorar las condiciones económicas y de prejubilación. Respecto al convenio especial con la Seguridad Social (CEES), Telefónica ha aceptado ampliar su cobertura hasta dos años antes de la edad legal de jubilación ordinaria, con un límite de 65 años. Esta es una de las principales demandas sindicales, pues busca proteger a los empleados que no alcanzarían el umbral de cotización necesario para una prejubilación a los 63 años. Sin embargo, la empresa condiciona esta medida a que la persona trabajadora alcance la antigüedad requerida en el momento efectivo de la salida.

En cuanto a la antigüedad y los criterios de salida, se mantiene el requisito de 15 años de antigüedad durante toda la vigencia del plan, con flexibilidad en las opciones de adscripción voluntaria. En general, las condiciones económicas ofrecidas a los empleados nacidos entre 1969 y 1971 con 15 años de experiencia se mantienen en un 68% del sueldo. Pese a estas mejoras, persisten los puntos de fricción englobados en las demandas sindicales pendientes.

Excedentarias

En el ámbito de las áreas excedentarias y estratégicas, UGT considera insuficiente el porcentaje del 35% de salidas propuesto para áreas no excedentarias e insiste en su exclusión del cómputo para maximizar las posibilidades de adscripción voluntaria. Reclama además aceptar un porcentaje superior al 35% en áreas excedentarias, buscando transparencia sobre futuros perfiles retenidos y prioridad para quienes ya fueron retenidos en el ERE anterior de 2024.

Sobre la creación de empleo, la empresa mantiene su compromiso en el 7%, pero los sindicatos reclaman elevar este porcentaje, como mínimo, al 10%. En lo referente a la prima de voluntariedad, mientras que en los ERE de otras filiales (Telefónica Innovación Digital, Soluciones Globales y SA) ya se ha introducido, CC OO presiona para que esta se incluya también en las negociaciones de las filiales del CEV. Finalmente, el convenio colectivo continúa siendo un aspecto enquistado, ya que se negocia uno nuevo que sirva de marco para todo el plan estratégico de la compañía. El tiempo apremia, dado que esta es la penúltima semana de negociaciones, lo que ejerce presión sobre ambas partes para llegar a un acuerdo que evite medidas traumáticas.

El convenio sigue siendo un aspecto enquistado entre empresa y sindicatos

La empresa mantiene su compromiso de crear un 7% de empleo

La negociación sigue su curso después de que el martes la compañía se descolgase con una nueva propuesta para tres de las siete filiales afectadas –Telefónica Global Solutions, Telefónica Innovación Digital y Telefónica SA, la matriz– con una disminución adicional de otro 5% que deja sobre la mesa una reducción del 10% del volumen total con 676 salidas.



Andoni Ortuzar en la comparecencia para anunciar su retirada a la reelección como presidente del PNV, en febrero de 2025. EFE

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 58
AVE: 14760 €
ÁREA: 62 CM² - 24%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: ECONOMIA

11 Diciembre, 2025



Telefónica y los sindicatos acercan posiciones al reducir el ERE a 5.500 afectados

PILAR BLÁZQUEZ
Madrid

Las negociaciones entre Telefónica y los sindicatos para fijar la condiciones de salida del ERE han avanzado con las últimas ofertas de la empresa de rebajar hasta 5.500 el número total de afectados, unos 600 menos de la cifra planteada inicialmente. Desde los sindicatos apuntan que estas nuevas propuestas "permiten vislumbra un escenario favorable" para un acuerdo cercano.

En el ámbito del ERE de las empresas de convenio vinculado (CEV), que incluye Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones, la compañía ha propuesto rebajar hasta 4.600 el número mínimo de salidas, límite a partir del cual no se podrán forzar despidos. Esto es un 9% menos que la cifra inicial de 5.040 salidas anunciadas para estas filiales y que se mantiene como objetivo máximo. La rebaja se ha planteado para incentivar la adscripción voluntaria, para lo que también ayudarán nuevas medidas que llegaron ayer a la mesa de negociación, como la ampliación del convenio especial con la Seguridad Social hasta dos años antes de la edad legal de jubilación ordinaria, con el límite de los 65 años. A su vez, se mantiene el requisito de que los trabajadores tengan, al menos, 15 años de antigüedad durante toda la vigencia del plan.

La mesa de Movistar + se cerró ayer también con una rebaja del 18% en el número de afectados, hasta 235, frente a los 279 iniciales. Estos datos, unidos a las reducciones anunciadas en las otras tres filiales fuera del convenio de empresas vinculadas, hacen que las salidas totales del grupo puedan rebajarse hasta los mencionados 5.500 empleados, según la mejor de las opciones actuales. Cantidad que contrasta con los 6.088 afectados con los que se iniciaron las conversaciones.

Es todavía insuficiente para los sindicatos, pero UGT y Sumar-Fetico la sitúan en la buena dirección teniendo en cuenta que las condiciones económicas que se manejan son similares a las del ERE del 2024 y que la negociación de las condiciones del III convenio colectivo, tratadas ayer también, suponen una subida salarial del 1,5%, además de elevar hasta 100.000 euros los avales para la compra de primera vivienda.

Mientras UGT y Sumar-Fetico confían en conseguir mejoras, Comisiones Obreras es menos optimista.●

Las condiciones económicas del actual ERE son muy similares a las del ejecutado en 2024



EMILIO PARRA DOIZTUA / BLOOMBERG
Sede de Telefónica en Las Tablas

EMPRESAS

Telefónica ofrece a los sindicatos rebajar el ERE a un mínimo de 5.500 salidas y avanza en la oferta económica

Los sindicatos siguen rechazando la oferta de la empresa para evitar vetos y despidos forzosos



José M. Rodríguez Silva Miércoles, 10 diciembre 2025 - 11:49

Telefónica ha dado un paso más a la hora de avanzar en la negociación del ERE con una oferta que cubre algunas de las peticiones sindicales y propone la posibilidad de rebajar en 440 personas la afectación en los tres principales ERE para evitar despidos forzosos.

La fórmula puesta en la mesa por la empresa, y considerada insuficiente por UGT, es establecer un mínimo de 4.600 despidos y un máximo de 5.040, el previsto por la entidad. De este modo, si los voluntarios llegan a este umbral, la empresa se abstendrá de hacer despidos forzosos.

Además, la empresa ha rebajado hasta los 235 las salidas en MovistarPlus+. De esta forma, podrían salir en total de la empresa 5951 trabajadores como máximo y un mínimo que bajaría hasta prácticamente los 5.500, un extremo considerado insuficiente.

En paralelo, la compañía ha mejorado su oferta para las tres sociedades afectadas (Telefónica de España, Telefónica Móviles España y Telefónica Soluciones Informáticas) con el cumplimiento de una de las principales demandas sindicales: la extensión de los convenios especiales de la seguridad social hasta los 65 años para cubrir a aquellos empleados que buscaran prejubilarse, pero no fueran a llegar a tiempo al umbral de cotización necesario para hacerlo a los 63 años.

Por lo demás, todas las negociaciones excepto la de la televisión, donde se ha remodelado el Consejo para incluir al exlíder del PNV, Andoni Ortúzar, convergen al mismo punto: salidas entre 1969 y 1971 con 15 años de experiencia y un 68% del sueldo.

Entre las demandas de UGT, se encuentra que aumente el porcentaje del 35% de empleados que podrían acogerse al ERE en áreas estratégicas. Tanto UGT como CCOO reclaman además que se siga reduciendo el número de posibles afectados para evitar despidos forzosos y, en el caso del segundo sindicato, que se incluya una prima de voluntariedad, algo que ya se ha introducido en las negociaciones de los ERES de Telefónica Innovación Digital, Telefónica Soluciones Globales y Telefónica SA.

El tiempo apremia puesto que esta es la penúltima semana de negociaciones y un aspecto donde se han producido avances en el convenio colectivo, donde la compañía se ha mostrado dispuesta a subir el sueldo un 1,5% anual y mayor flexibilidad en el teletrabajo.

IPMARK

PAÍS: España
PÁGINAS: 104-105
AVE: 3626 €
ÁREA: 1912 CM² - 153%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025



Pedro Serrahima

DIRECTOR DE EXPERIENCIA DE CLIENTE Y CALIDAD Y MIEMBRO DEL COMITÉ DE DIRECCIÓN DE TELEFÓNICA ESPAÑA

XII Congreso DEC

"En empresas de servicios, la mejor experiencia es la que no se tiene"



El responsable de experiencia de cliente de la telco detalla a IPMARK los fallos que cometen las compañías que no se centran, de verdad, en solventar los problemas que exponen los usuarios en los canales de atención al cliente.

TEXTO PILAR CHACÓN
FOTOS DEC

En su ponencia señalaba que las marcas están acostumbradas a practicar "un marketing que disfraza" en lugar de solucionar los problemas que tiene un cliente. En este marketing, ¿qué papel tiene la experiencia de cliente?

La percepción que un cliente tiene de una empresa es la que marca sus decisiones de compra, y esta percepción es siempre subjetiva y proviene de dos aspectos fundamentales: el producto y la relación. Hace años, como un cliente apenas podía compartir con otros lo buena o mala que era su experiencia con una empresa, a este aspecto no se le daba importancia y el marketing se dedicaba únicamente al producto. En esos inicios, el marketing original, -el bueno-, daba a conocer un producto y sus ventajas, pero con el tiempo se vio que, dado que el cliente es muy manipulable, era más rentable invertir en un marketing que le convenza de que un producto es bueno, aunque no lo sea, que invertir en hacerlo bueno de verdad.

Posteriormente, con la aparición de las redes sociales, la experiencia de cliente se hizo relevante, porque se hablaba de ella, pero el marketing ya había aprendido el truco: no hace

IPMARK

PAÍS: España
PÁGINAS: 104-105
AVE: 3626 €
ÁREA: 1912 CM² - 153%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025

falta invertir en una buena experiencia y tener paciencia, hay que invertir en que el cliente crea que es buena y que lo que se perciba públicamente sea eso, con independencia de lo que haya detrás. Siempre es más fácil tapar un post sobre un problema con veinte posts inventados de lo maravillosa que es tu empresa sin problemas, que evitar ese problema de verdad.

Es la lucha de siempre cuando piensas que el cliente es tonto: corto plazo y resultados rápidos gana a medio plazo y resultados reales. En la primera el arma es el marketing, en la segunda es el trabajo real en tu negocio real y la paciencia. El problema es que el cliente cada vez es más inteligente, aunque sea colectivamente.

¿Cómo debería ser la experiencia de cliente, a su juicio?

En el caso de una empresa de servicios, la mejor experiencia es la que no se tiene. El cliente disfruta de un servicio sin problemas y sin perder el tiempo con lo que no quiere perderlo. Si necesita algo, se resuelve lo antes posible y de la forma que él esperaría, y se le vuelve a dejar en paz. Otra cosa es un teatro, un deporte, un mago, un parque temático, ahí el cliente sí quiere ir a dedicar su tiempo y a disfrutar de que le "engañen los sentidos". La decepción siempre viene cuando un mago no te engaña y tu empresa de seguros, sí.

Las empresas están más centradas en aumentar ventas, "exprimiendo" su base de clientes. ¿Es un mito que las empresas busquen fidelizar? ¿Por qué deberían hacerlo?

Las empresas buscan relaciones a largo plazo con los clientes, y es lógico, porque son las más rentables. El problema es que las relaciones a largo plazo se componen de muchas cosas, y una esencial es la confianza. Para el cliente, esa confianza viene de la experiencia a lo largo de toda la relación, mientras que para la empresa que busca "exprimir", si un momento no da beneficio, se ignora, destrozando esa experiencia.

Eso puede ser rentable a corto plazo, pero es incoherente en el largo. En un símil -probablemente desacertado- con las relaciones de pareja, sería como si buscáramos un matrimonio de por vida, pero desde el primer momento solo nos portamos bien cuando queremos sexo sin preocuparnos del resto de los momentos. Fidelizar es enamorar, no solo tener más sexo. La experiencia es siempre buena cuando se tiene todo, y viceversa: se tiene todo cuando es buena.

¿Cómo puede ayudar la IA en el área de atención al cliente? ¿Considera que ha habido mucho 'hype' respecto al desarrollo e implantación de chatbots?

Creo que la IA va a cambiar las cosas, pero el primer sitio donde debe cambiarlas es en la asistencia al agente, en la retaguardia, acortando y facilitando al máximo la interacción con el cliente y la resolución de sus problemas. De forma transparente para el cliente. Esto nos llevará hacia una atención humana cada vez más sencilla, rentable y perfecta, hasta que la interacción completa pueda ser llevada por un agente IA, que no es hoy, por mucho que lo digamos, al menos en preguntas abiertas en empresas complejas.



> **Seguimos empeñados en poner personas a hacer el trabajo de las máquinas y máquinas a hacer el trabajo de las personas**

> **El cambio real vendrá cuando todas las empresas se den cuenta de que tratar al cliente 'normal' no solo es más rentable, sino que cuesta menos**

La motivación para que todas las empresas hayan salido corriendo a poner chatbots con IA a "atender" directamente al cliente es únicamente económica y fruto de un pensamiento cortoplacista y muy corto de miras, que a su vez se ha dejado llevar por la moda inmediata. Se pone al cliente a hablar con una maquinita, no porque este lo prefiera, sino porque nos ahorramos el coste del agente. A cambio de eso, es el cliente el que debe perder su tiempo peleándose con un agente para averiguar si consigue resolver su gestión, y si no es así, entonces, si tiene suerte, le pasamos a un agente de verdad. Eso sí, cuando lo presentamos públicamente, ponemos nuestro caso de libro bien resuelto y un cliente feliz y presumimos de IA.

Si hoy en día los agentes fueran mejores que las personas, los pondríamos a vender, pero no es así. Los ponemos a atender y seguimos vendiendo con personas porque una cosa es lo que decimos públicamente y otra lo que pensamos de verdad. Como decía un amigo mío, hoy seguimos empeñados en poner personas a hacer el trabajo de las máquinas, y máquinas a hacer el trabajo de las personas.

¿Cómo ha evolucionado la atención al cliente en Telefónica?

En los últimos años hemos transformado de arriba abajo la compañía. Es cierto que es complejo y queda mucho camino por recorrer, pero hemos conseguido no solo redefinir el modelo de atención, sino ir más allá y transformar cada área de la compañía para que, en vez de seguir KPIS técnicos, ahora, cada equipo esté pendiente en su trabajo de ese cliente que hay detrás de lo que está haciendo. No es solo el teléfono de atención. Es toda la compañía. Y no es un cartelito de "el cliente está en el centro" de los que todas las compañías ponen en sus webs, es una redefinición completa de un modelo de trabajo con visión cliente de verdad. Sin cartel.

Esto supone una transformación cultural enorme que, cuando esté finalizada, creo sinceramente que nos pondrá a muchos años de distancia de muchas otras compañías que siguen hoy en el "marketing molón" del corto plazo. El cambio real vendrá cuando todas las empresas se den cuenta de que tratar al cliente "normal" no solo es más rentable, sino que cuesta menos. El problema es que pocas se atreven a probarlo.

¿Cómo están aplicando la inteligencia artificial?

En lo referente a la gestión de la experiencia del cliente, estamos invirtiendo en lo que llamamos "agente aumentado", que consiste en dotar de herramientas de IA que faciliten, sin molestar al cliente, la labor del agente que le atiende para que sea lo más rápido y resolutivo posible. Todo en paralelo a la llamada.

Los agentes de IA en *front* están restringidos a los momentos en los que sabemos que no vamos a marear al cliente y que pueden aportar algo. Por ejemplo, en el caso de una avería de la TV en el hogar, se le ofrece al cliente pasarle con un robot que va haciendo pruebas para encontrar el problema, ya que, en este caso, un agente IA lo hace mejor que un agente humano. No obstante, si el cliente no quiere el robot, puede rechazarlo y seguir con una persona. IA que ayuda, no que molesta. ■

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 46460 €
ÁREA: 226 CM² - 46%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: ECONOMIA Y TRABAJO

11 Diciembre, 2025





Andoni Ortuzar en un acto de celebración del PNV en Leioa, el 26 de noviembre. LUIS TEJIDO (EFE)

Telefónica ficha como consejero de Movistar Plus+ al exlíder del PNV

EL PP, con Ayuso a la cabeza, carga contra el nombramiento "político" de Ortuzar

RAMÓN MUÑOZ
Madrid

El expresidente del PNV Andoni Ortuzar Arruabarrena se incorporará al consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital, S.L.U., la sociedad matriz que opera la plataforma de televisión por suscripción Movistar Plus+. Ortuzar, periodista de profesión, ha trabajado en medios como *Deia* o en la dirección de EiTB antes de ocupar cargos políticos en su partido, cuya dirección abandonó a comienzos de 2025.

Ortuzar fue sustituido como presidente del Euzkadi Buru Batzar del PNV en marzo tras un convulso proceso interno en el que le surgió la inesperada oposición de su estrecho colaborador y amigo Aitor Esteban. Finalmente, quien dirigió el principal partido vasco durante 12 años renunció a una reelección a la que aspiraba. Desde entonces, ha participado en algunos actos internos, el último hace solamente unas semanas en Sukarrieta (Bizkaia). El político vasco también se incorporó en septiembre pasado como asesor externo de la consultora Price Waterhouse Coopers.

Nacido en 1962, Ortuzar cursó su licenciatura en Ciencias de la Información en la Universidad del País Vasco, y su trayectoria profesional se inició como periodista en el diario *Deia*, donde permaneció durante un quinquenio. Sin embargo, en 1987 ingresó en el Gobierno vasco, desarrollando funciones en el ámbito de la comunicación, además de ser el responsable de la denominada Acción Exterior entre 1995 y 1999. Fue en este último año cuando asumió la máxima responsabilidad de ETB, la televisión autonómica vasca, ejerciendo como director general hasta el año 2008. Tras esta etapa, fue promocionado a la presidencia del Bizkai Buru Batzar (BBB), la dirección del PNV en Vizcaya. Permaneció en este cargo durante un lustro, hasta que en 2013 fue designado presidente del PNV, sucediendo a Iñigo Urkullu, quien había sido nombrado lehendakari.

La número dos del PNV, Maitane Ipiñazar, pidió que se vea con "total normalidad" la noticia, manifestando que Ortuzar "tiene todo el derecho a seguir su recorrido profesional". Agregó que Telefónica ha puesto en valor su "experiencia" y "bagaje" en medios audiovisuales, algo que considera perfectamente natural, y señaló: "Tenemos vida más allá del recorrido político. Tenemos derecho a trabajar", lamentando que se ponga el foco cuando el PNV tiene este tipo de casos. La remuneración media de un consejero de Movistar Plus + es de 80.000 euros.

Una reacción muy distinta a la del Partido Popular al conocer la noticia. La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, aseguró que el fichaje de Ortuzar por Telefónica demuestra que el apoyo del PNV a la coalición de Gobierno carece de "principios, sin convicción por nada más que el dinero y el poder". "Esta coalición no va a romper porque a los socialistas, a la derecha nacionalista vasca, a la izquierda bilduetarra, a los independentistas catalanes, de izquierda a derecha, les une el amor. El amor por intereses privados, la colonización de empresas, los sillones en instituciones públicas...", insistió Ayuso en su cuenta de X. El vicesecretario de Economía y Desarrollo Sostenible del PP, Alberto Nadal, se preguntó si el Gobierno "quería entrar en Telefónica" para hacer nombramientos "políticos" como el del exdirigente del PNV.

La operadora plantea rebajar el ERE

Telefónica avanza en la negociación del expediente de regulación de empleo (ERE) que busca cerrar antes de finalizar el año. Los sindicatos comunicaron ayer que, tras la quinta reunión, la empresa propuso rebajar en 440 trabajadores la afectación en las tres principales sociedades incluidas en el despido colectivo: Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones, todas amparadas por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV). Esta reducción implica disminuir las salidas a 4.600, desde las 5.040 propuestas inicialmente.

ABC

PAÍS: España
PÁGINAS: 29
AVE: 40408 €
ÁREA: 515 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: ECONOMIA

11 Diciembre, 2025



Ortuzar, expresidente del PNV, engorda los fichajes políticos de Telefónica

▸ El político vasco, clave en la llegada de Sánchez al poder, será consejero de Movistar +

MARÍA JESÚS PÉREZ
DANIEL CABALLERO
MADRID





El expresidente del PNV, Andoni Ortuzar // EP

Un día después de que ABC desvelara la recolocación en Telefónica de una estrecha colaboradora del socialista Francisco Salazar, Macarena Álvarez, en lo más tórrido del escándalo de acoso que sacude a La Moncloa y a Ferraz, la operadora abre la puerta a otro nombre de la política. Andoni Ortuzar, expresidente del PNV, será nuevo consejero de Movistar Plus +, tal y como adelantaba 'El Correo' y ha podido confirmar después este periódico. El político vasco, sustituido hace apenas unos meses por Aitor Esteban, fue clave para que saliera adelante la moción de censura que supuso la salida de Mariano Rajoy y aupó a Pedro Sánchez a la presidencia del Gobierno en 2018.

La llegada de Ortuzar (y también de Marcos Contreras, que es vocal independiente de Criteria Caixa, accionista de Telefónica con otro 10% como el Estado a través de la SEPI) se produce en plena negociación del ERE masivo en la compañía, un proceso de despido colectivo que afecta a siete filiales, entre ellas incluida Movistar Plus +, y después de que el precio de la acción esté moviéndose en valores mínimos de años tras haber caído un 20% en el último trimestre.

Movistar Plus + es la plataforma de servicios de TV de Telefónica y presenta una singular estructura, puesto que su cuenta de resultados depende por completo de Telefónica España y su consejo de administración funciona más como un órgano asesor de la matriz que como una estructura de gobierno corporativo. El sueldo medio de los vocales ronda los cien mil euros brutos anuales y se reúne una vez al mes en la sede madrileña de Tres Cantos.

Otros políticos

En el sector de las telecomunicaciones señalan que la llegada de Ortuzar permitirá a Movistar Plus + reforzar sus lazos con las Administraciones e intensificar las relaciones institucionales. Nadie oculta que su llegada está trufada de la búsqueda de mayor influencia si cabe de la plataforma de televisión de la operadora española de bandera. Pero lo cierto es que no es el primer político que pasa por ese consejo de administración. Ortuzar compartirá consejo con otros viejos conocidos de la política que pasaron antes que él por la puerta giratoria de la operadora que preside Marc Murtra: Yolanda Barcina y Javier de Paz. Barcina lleva en el consejo de Movistar Plus + desde 2015, cuando salió de las filas de Unión del Pueblo Navarro (UPN), tras un amargo fin de ciclo como presidenta de Navarra marcado por los escándalos de corrupción en Caja Navarra. El entonces director general de la entidad, Enrique Goñi, es hoy presidente de Fundación Telefónica.

Con todo, si hay una figura que destaca por sus lazos políticos es Javier de Paz, vinculado al PSOE desde los años setenta, cuando pertenecía a unas juventudes socialistas de las que llegó a ser secretario general. Ha estado en el consejo de la matriz de la operadora durante casi veinte años, hasta hace mes y medio, cuando se recrudeció la presión de Estados Unidos sobre Nicolás Maduro y las miradas se posaron sobre los negocios de José Luis Rodríguez Zapatero, mentor de De Paz. Fuera ya del consejo de Telefónica S. A., Javier de Paz ocupa el cargo de director adjunto a Murtra y presidente no ejecutivo de Movistar Plus +. Asimismo, dentro del máximo órgano de dirección de la plataforma de televisión está Rosauro Varo, como vicepresidente de Movistar Plus+ desde 2023, cuya madre es una histórica del PSOE de Andalucía, Amalia Rodríguez Hernández.

Entre los polémicos fichajes, ya en la etapa Murtra –aunque el proceso de selección se inició durante la presidencia de José María Álvarez-Pallete–, destaca también uno de los hijos de Cándido Conde-Pumpido, presidente del Tribunal Constitucional muy próximo al PSOE, que entró en Telefónica con el cargo de gerente y analista jefe de Políticas Públicas, Competencia y Asuntos Regulatorios. Ahora bien, la realidad es que no solo en la filial Movistar Plus + se sientan personas procedentes de la política sino que en la propia matriz del grupo, en Telefónica S. A., también afloran varios nombres. Especialmente desde que desembarcó el Estado en el accionariado a través de la SEPI con la compra de un 3% en marzo de 2024, que fue aumentando paulatina y rápidamente hasta el 10% actual.

Fue a los pocos meses de la entrada pública en la operadora española cuando la mano del Gobierno empezó a mover ciertos hilos en la compañía. Todo acabó con el cese de Álvarez-Pallete de presidente, promovido desde La Moncloa, para situar como nuevo primer ejecutivo a Marc Murtra, cercano históricamente al PSC y procedente de Indra, donde el Estado es el principal accionista. También, la SEPI solicitó un puesto en el consejo de administración y colocó en ese cargo a Carlos Ocaña como consejero dominical, quien más tarde ascendió a vicepresidente de la compañía de telecomunicaciones.

Asimismo, la condición de empresa donde el Estado mantiene una participación significativa ha llevado a la vicepresidenta de Trabajo Yolanda Díaz a pedir explicaciones por carta a la presidenta de la SEPI sobre la destrucción de empleo mientras que el PP –tal y como adelantó ABC– ha solicitado ya la comparecencia de Murtra en el Senado para que dé cuenta de sus planes sobre Telefónica.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,28
AVE: 56865 €
ÁREA: 582 CM² - 74%

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

11 Diciembre, 2025



Telefónica ficha a Ortuzar

● El ex presidente del PNV, nuevo consejero de Movistar Plus tras haber apoyado a Sánchez en todas sus investiduras ● El PP quiere que Murtra comparezca en el Parlamento: «El nombramiento suena a un pago»

CARLOS SEGOVIA
JOSÉ M. RODRÍGUEZ SILVA
MADRID

Telefónica afronta fuerte polémica y explicaciones en el Parlamento por el fichaje de Andoni Ortuzar como consejero de su filial audiovisual tras haber sido en los últimos años pilar decisivo para que Pedro Sánchez llegara y se mantuviera en el poder. La incorporación del ex presidente del PNV se produce además mientras insiste a los sindicatos en que deben salir un mínimo de 5.500 personas de Telefónica por ajuste de plantilla.

Ortuzar, nuevo miembro del consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital (Movistar Plus), rompió en 2018 con Mariano Rajoy para entregar el Gobierno a Pedro Sánchez y su partido lo apoyó también en 2020 y 2023 para que mantuviera Moncloa.

Se incorpora a Movistar Plus tras abandonar el pasado marzo la presidencia del PNV y en una etapa en la que el Estado se ha convertido en primer accionista de Telefónica hasta el punto de que Moncloa forzó el pasado enero el relevo de José María Álvarez-Pallete por Marc Murtra.

Ganará unos 80.000 euros compatibles con asesorar a PwC

El Estado, con 200 millones de minusvalías en la operadora

«Este nombramiento suena a servicios prestados a Andoni Ortuzar, presidente del EBB del PNV cuando Sánchez llegó al poder mediante una moción de censura», afirma a este diario el responsable económico del PP, Alberto Nadal.

Su partido ha registrado la petición de comparecencia de Murtra en el Congreso de los Diputados en la que quiere pedirle explicaciones no sólo éste fichaje, sino por el plan estratégico de Telefónica y el ERE presentado en la compañía.

«No se trata de que a un cargo político le fiche una empresa, eso es normal en cualquier país después de abandonar lo público, pero en esta ocasión se trata de una empresa en la que el Gobierno ha entrado en el accionariado a través de la Sepi con excusas peregrinas, en la que cesó al anterior CEO en la Moncloa, en la que ha nombrado al actual presidente y otros nombres del consejo», critica Nadal.

Ortuzar no es considerado una personalidad fiable para el PP. Cerró él personalmente con Rajoy la negociación de los Presupuestos de 2018 imponiendo una subida de las pensiones con el IPC para semanas después apoyar la destitución del entonces presidente del Gobierno. Posteriormente, no dio oportunidad a Alberto Núñez Feijóo cuando éste intentaba su apoyo en la investidura de 2023. Telefónica justifica la incorporación por la experiencia audiovisual de Ortuzar, que es licenciado en Ciencias de la Información y fue director general de la EITB pública vasca. Se incorpora a un consejo renovado, presidido ahora por el ex líder de las Juventudes Socialistas y veterano consejero de la operadora, Javier de Paz. Fuentes conocedoras aseguran además que el entonces presidente del PNV trabó buena relación con Murtra cuando éste era presidente de Indra interesado en la compra de la vasca ITP.

Ortuzar se une así a otros polémicos fichajes de Telefónica en los últimos meses tanto ex altos cargos del Gobierno actual como ex socios o colaboradores de Murtra en anteriores etapas del presidente de la operadora. La ex directora de gabinete de la ministra Elma Saiz, Macarena Álvarez, la secretaria general de Indra, Ana María Sala, el ex socio de Murtra en Crea Inversiones, Daniel Clivillé, se han ido incorporando a la empresa en el último año.

Esta emblemática empresa ha sido plataforma de empleo habitual para próximos de todos los Gobiernos. También en el consejo de Movistar Plus al que se adhiere Ortuzar figura desde 2016 la expresidenta navarra con UPN, Yolanda Barcina. Los consejeros de esta filial ganan alrededor de 80.000 euros anuales compatibles con otros puestos. Por ejemplo, Ortuzar lo compatibilizará con el de asesor de la consultora PwC.

La lectura de que el fichaje no responde a criterios profesionales la hizo también otro socio de investidura de Sánchez: EH Bildu. La incorporación en pleno Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica agrega aún más polémica al fichaje, porque, además, habrá salidas de personal en la propia filial audiovisual en la que aterriza el nacionalista vasco. Telefónica cerró en Bolsa este miércoles a 3,65 euros, en torno a mínimos del año. La Sepi compró a 4,03. Pierde por ahora 200 millones.



El ex presidente del PNV y ahora consejero de Movistar Plus, Andoni Ortuzar, en un acto institucional en Ajuria Enea, en Vitoria, el año pasado. E. P.

TELEFÓNICA SE ABRE A REBAJAR EL ERE A UN MÍNIMO DE 5.500 SALIDAS

Telefónica se abrió ayer a rebajar la afectación del ERE en 440 trabajadores siempre y cuando se alcance un mínimo de 4.600 voluntarios en tres principales sociedades. Esta rebaja se une a otras medidas tomadas por la empresa como la rebaja de salidas en Movistar Plus+, Telefónica Innovación Digital, Telefónica SA y Telefónica Soluciones Globales y la ampliación de las prejubilaciones de estas sociedades a los nacidos en 1971.

Con todo, las cesiones de la empresa siguen siendo insuficientes para los sindicatos que creen que con la propuesta actual de salidas, en torno a 5.500 entre las siete sociedades, es inevitable que se produzcan despidos forzosos. CCOO tildó de «inadmisible» la postura de la compañía y junto a Sumados y UGT pidió que otro esfuerzo a la empresa, que tiene esta semana y la siguiente para cerrar y firmar el acuerdo.

La próxima gran reunión está prevista para el día 15 y lo ideal sería que saliera un preacuerdo tanto en las salidas como en la extensión del convenio colectivo. Para ello, los sindicatos creen que hay margen de mejora en varios aspectos. Uno está destinado al futuro y es la futura creación de empleo, que quieren que sea del 10% de las salidas que se produzcan en el ERE, frente al 7% que plantea la sociedad. Además, otro de los elementos que más movilizan a la plantilla (en su mayoría favorable a las salidas) es la existencia de vetados en áreas críticas, un punto que los sindicatos quieren suavizar en todo lo posible para evitar la retención de quienes quieren salir.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 2808 €
ÁREA: 21 CM² - 14%

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

11 Diciembre, 2025



Murtra ficha al expresidente del PNV, Andoni Ortuzar, para Movistar+

I.C. Madrid

Telefónica ha fichado al expresidente del PNV, Andoni Ortuzar, y a Marcos Contreras –vocal independiente en el máximo órgano de decisión de CriteriaCaixa, accionista de la *teleco*– como vocales del consejo de administración de Movistar+. El nombramiento de Ortuzar es el último de la numerosa nómina de expolíticos que han estado vinculados a la operadora o a sus filiales. Entre ellos figuran Rodrigo Rato, Eduardo Zaplana, Alfredo Timermans y José Luis Olivas, como representantes del PP, o los socialistas Elena Salgado, Narcis Serra, Trinidad Jiménez o Javier de Paz. Estos dos últimos todavía continúan en la operadora.



Andoni Ortuzar, nuevo vocal del consejo de Movistar+.

El nombramiento de Ortuzar, adelantado por *El Correo,* permitirá reforzar la interlocución pública, según fuentes cercanas.

Ortuzar presidió el PNV entre comienzos de 2013 y el pasado marzo. Es licenciado en Ciencias de la Información y trabajó como periodista en *Deia,* el diario del PNV. En 1999 fue nombrado máximo responsable de ETB, la televisión autonómica vasca, de la que fue director general hasta 2008. Desde la llegada de Murtra, el consejo de Movistar+ se ha poblado de vocales afines, como Daniel Domenjó, nuevo CEO sustituyendo a Cristina Burzako; Daniel Cliville, consultor que fue socio de Murtra en la consultora Crea Inversión; Marius Carol, exdirector de La Vanguardia; o Gerard Giui, ex directivo del FC Barcelona.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 2456 €
ÁREA: 31 CM² - 17%

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

11 Diciembre, 2025



La operadora ficha como consejero de Movistar Plus+ a Andoni Ortuzar

R. M.
MADRID

El expresidente del PNV Andoni Ortuzar se incorporará al consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital SLU, la sociedad matriz que opera la plataforma de televisión por suscripción Movistar Plus+. Ortuzar, periodista de profesión, ha trabajado en medios como *Deia* o en EiTB antes de ocupar cargos políticos en su partido, cuya dirección abandonó a comienzos de 2025. Ortuzar fue sustituido como presidente del Euzkadi Buru Batzar del PNV en marzo de 2025 tras un convulso proceso interno en el que le surgió la inesperada oposición de su estrecho colaborador y amigo Aitor Esteban. Finalmente, quien dirigió el principal partido vasco durante 12 años renunció a una reelección a la que aspiraba y no confrontó contra Esteban. Desde entonces, ha participado en algunos actos internos, el último hace solamente unas semanas en Sukarrieta (Bizkaia). El político vasco también se incorporó en septiembre como asesor externo de la consultora Pricewaterhouse Coopers.

Nacido en 1962, Ortuzar cursó su licenciatura en Ciencias de la Información en la Universidad del País Vasco, y su trayectoria profesional se inició como periodista en *Deia*. En 1987 ingresó en el Gobierno vasco, desarrollando funciones de comunicación, además de ser el responsable de la denominada acción exterior entre 1995 y 1999. Fue en este último año cuando asumió la máxima responsabilidad de ETB, la televisión autonómica vasca, ejerciendo como director general hasta 2008. Tras esta etapa, fue promocionado a la presidencia del Bizkai Buru Batzar (BBB), la dirección del PNV en Bizkaia. Permaneció en este cargo durante un lustro, hasta que en 2013 fue designado presidente del PNV, sucediendo a Iñigo Urkullu, quien había sido nombrado lehendakari. La número dos del PNV, Maitane Ipiñazar, pidió que se vea con "normalidad" la noticia, señalando que Ortuzar "tiene todo el derecho a seguir su recorrido profesional". La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, aseguró que este fichaje demuestra que el apoyo del PNV a la coalición de Gobierno carece de "principios, sin convicción por nada más que el dinero y el poder". El consejo de Movistar Plus+ también incorporará a Marcos Contreras, consejero de CriteriaCaixa.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 10
AVE: 3294 €
ÁREA: 39 CM² - 19%

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

11 Diciembre, 2025



Movistar Plus+ hace consejero a Andoni Ortuzar, expresidente del PNV

A. L. MADRID.

Telefónica Audiovisual Digital (Movistar Plus+), filial del grupo Telefónica, ha fichado para su consejo de administración a Andoni Ortuzar, expresidente del PNV. El destacado líder nacionalista, que abandonó el cargo en el partido la pasada primavera, atesora experiencia en medios de comunicación tras nueve años al frente de la dirección de la televisión autonómica vasca. La sociedad que preside Javier de Paz refuerza su órgano de gobierno con un perfil de tinte político en un momento de especial relevancia para el grupo, en plena aplicación de su nuevo Plan Estratégico y en el curso de un expediente de regulación de empleo que inicialmente afectará a cerca de 6.000 trabajadores. Ortuzar compaginará esta nueva responsabilidad con el cargo de asesor externo de PwC, según ha informado *El Correo Vasco*, donde también anuncia la incorporación de Marcos Contreras, también consejero de Criteria Caixa, uno de los accionistas de referencia del grupo Telefónica, con un 10% del capital.

Ortuzar, nacido en 1962 y licenciado en Ciencias de la Información, acumulaba 17 años en puestos de liderazgo en el PNV desde 2008. Primero, cinco años como presidente del BBB (Bizkai Buru Batzar), el máximo órgano de dirección de dicho partido en Bizkaia, y después, en la presidencia del EBB (Euzkadi Buru Batzar), el comité ejecutivo nacional del PNV, donde permaneció durante tres mandatos.



Andoni Ortuzar. EUROPA PRESS

Las reacciones desde su antiguo grupo no se han hecho esperar, una vez que la secretaria del Euzkadi Buru Batzar, Maitane Ipiñazar, pidió que se interprete este movimiento con "total normalidad". Lejos de valorar el fichaje como un nuevo capítulo en la historia de puertas giratorias de las grandes empresas españolas, Ipiñazar recalcó que su excompañero "tiene todo el derecho a seguir su recorrido profesional", dada su experiencia y bagaje en medios televisivos. "Tenemos vida más allá del recorrido político. Tenemos derecho a trabajar", señaló la 'número dos' del PNV en declaraciones a Euskadi Irratia. La lectura política fue de otro signo en el caso de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, quien aseguró ayer que al Gobierno de España y sus socios "les une el amor por los sillones en instituciones públicas, los intereses privados y la colonización de empresas".

FILIAL AUDIOVISUAL

El PP quiere que Murtra explique en el Parlamento el fichaje de Ortuzar y el ERE: "Suena a pago por servicios prestados"

El nacionalista vasco podrá compatibilizar su puesto en Movistar Plus con asesorar a empresas como PwC



Andoni Ortuzar, en su etapa al frente del PNV

Carlos Segovia Miércoles, 10 diciembre 2025 - 22:42

Telefónica afronta fuerte polémica y explicaciones en el Parlamento por el fichaje de Andoni Ortuzar como consejero de su filial audiovisual tras haber sido en los últimos años pilar decisivo para que Pedro Sánchez llegara y se mantuviera en el poder. La incorporación se produce además mientras insiste a los sindicatos en que deben salir un mínimo de 5.500 personas de Telefónica por reajuste necesario de plantilla.

Ortuzar, nuevo miembro del consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital (Movistar Plus), rompió en 2018 con Mariano Rajoy para entregar el Gobierno a Pedro Sánchez y su partido lo apoyó también en 2020 y 2023 para que mantuviera Moncloa.

Se incorpora a Movistar Plus tras abandonar el pasado marzo la presidencia del PNV y en una etapa en la que el Estado se ha convertido en primer accionista de Telefónica hasta el punto de que Moncloa forzó el pasado enero el relevo de José María Álvarez-Pallete por Marc Murtra.

«Este nombramiento suena a servicios prestados a Andoni Ortuzar, presidente del EBB del PNV cuando Sánchez llegó al poder mediante una moción de censura», afirma a este diario el responsable económico del PP, Alberto Nadal.

Su partido ha registrado la petición de comparecencia de Murtra en el Congreso de los Diputados en la que quiere pedirle explicaciones no sólo éste fichaje, sino por el plan estratégico de Telefónica y el ERE presentado en la compañía.

«No se trata de que a un cargo político le fiche una empresa, eso es normal en cualquier país después de abandonar lo público, pero en esta ocasión se trata de una empresa en la que el Gobierno ha entrado en el accionariado a través de la Sepi con excusas peregrinas, en la que cesó al anterior CEO en la Moncloa, en la que ha nombrado al actual presidente y otros nombres del Consejo», critica Nadal.

Ortuzar no es considerado una personalidad fiable para el PP. Cerró él personalmente con Rajoy la negociación de los Presupuestos de 2018 imponiendo una subida de las pensiones con el IPC para semanas después apoyar la destitución del entonces presidente del Gobierno. Posteriormente, no dio oportunidad a Alberto Núñez Feijóo cuando éste intentaba su apoyo en la investidura de 2023. Telefónica justifica la incorporación por la experiencia audiovisual de Ortuzar, que es licenciado en Ciencias de la Información y fue director general de la EITB pública vasca. Se incorpora a un consejo renovado, presidido ahora por el ex líder de las Juventudes Socialistas y veterano consejero de la operadora, Javier de Paz. Fuentes conocedoras aseguran además que el entonces presidente del PNV trabó buena relación con Murtra cuando éste era presidente de Indra interesado en la compra de la vasca ITP.

Ortuzar se une así a otros polémicos fichajes de Telefónica en los últimos meses tanto ex altos cargos del Gobierno actual como ex socios o colaboradores de Murtra en anteriores etapas del presidente de la operadora. La ex directora de gabinete de la ministra Elma Saiz, Macarena Álvarez, la secretaria general de Indra, Ana María Sala, el ex socio de Murtra en Crea Inversiones, Daniel Clivillé, se han ido incorporando a la empresa en el último año.

Esta emblemática empresa ha sido plataforma de empleo habitual para próximos de todos los Gobiernos. También en el consejo de Movistar Plus al que se adhiere Ortuzar figura desde 2016 la expresidenta navarra con UPN, Yolanda Barcina. Los

consejeros de esta filial ganan alrededor de 80.000 euros anuales compatibles con otros puestos. Por ejemplo, Ortuzar lo compatibilizará con el de asesor de la consultora PwC.

La lectura de que el fichaje no responde a criterios profesionales la hizo también otro socio de investidura de Sánchez: EH Bildu. La incorporación en pleno Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica agrega aún más polémica al fichaje, porque, además, habrá salidas de personal en la propia filial audiovisual en la que aterriza el nacionalista vasco.

La incorporación en pleno Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica agrega aún más polémica al fichaje, porque, además, habrá salidas de personal en la propia filial audiovisual en la que aterriza el nacionalista vasco. Según Murtra, son necesarias "dolorosas y difíciles" para adaptar el grupo al nuevo entorno del sector de telecomunicaciones que necesita, en su opinión, fusiones para ganar escala y afrontar las nuevas inversiones necesarias. Telefónica cerró en Bolsa este miércoles a 3,65 euros, en torno a mínimos del año y muy por debajo de los 4,.03 euros al que adquirió el Estado las acciones. Registra minusvalías latentes cercanas a los 200 millones de euros.

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 29
AVE: 2578 €
ÁREA: 30 CM² - 17%

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

11 Diciembre, 2025



Bildu y PP critican el fichaje de Ortuzar por Movistar Plus+

De Andrés achaca su incorporación a Telefónica a que el Gobierno «paga favores», mientras los soberanistas denuncian «puertas giratorias»

O. B.

La incorporación de Andoni Ortuzar al consejo de administración de Movistar Plus+, adelantada ayer por EL CORREO, provocó una cascada de críticas del PP, que acusó al Gobierno, con participación en Telefónica, de «pagar favores» al expresidente del PNV, decisivo en la moción de censura que aupó a Pedro Sánchez a La Moncloa. «Tras el fracaso del PNV en Euskaltel y los despidos masivos, está claro que no le han fichado por su trayectoria profesional, sino porque le deben cosas», opinó el líder de los populares vascos, Javier de Andrés, que ironizó con la «integración» que supone que un nacionalista se incorpore a una empresa «tan española».



Andoni Ortuzar

A las críticas se sumó EH Bildu, que denunció la falta de «ética» de la política de «puertas giratorias». «El clientelismo y el enchufismo constituyen un grave problema para Euskal Herria», denunció la coalición soberanista, que lamentó que este tipo de fichajes empañen la necesaria «ejemplaridad» en la gestión pública. «Combatir el amiguismo y el chanchullismo es un deber ético», abundaron.

Aunque el PNV se esforzó en encuadrar el fichaje de Ortuzar por la filial de Telefónica en la «total normalidad» y apeló a su «bagaje» y a su experiencia en la dirección general de EiTB para justificar su incorporación a Movistar Plus+ –que también fichó en su día a Yolanda Barcina tras dejar la presidencia de Navarra–, los populares fueron especialmente duros con la operación, anunciada en paralelo al ERE en la compañía. «¿Para esto quería el Gobierno entrar en Telefónica?», se preguntó el dirigente Álvaro Nadal. Sergio Sayas lamentó que Telefónica «eche a 6.000 personas» y le dé un «puestazo» a «amiguetes» como Ortuzar, mientras que Isabel Díaz Ayuso consideró que a Sánchez y sus socios les une «el amor por los sillones».

CRÓNICA VASCA



El expresidente del PNV, Andoni Ortuzar Iñaki Berasaluce • Europa Press

POLÍTICA

Del "pago de favores" a "combatir el amiguismo": el polémico fichaje de Ortuzar por Telefónica

Después de fichar hace unos meses por la consultora PwC, el expresidente del PNV pasa a formar parte del consejo de administración de Movistar Plus

Andrea Lobera 11 diciembre 2025

No ha habido margen de tiempo para que el debate sobre las puertas giratorias se llegara a cerrar. Apenas hace tres meses que se conoció que Andoni Ortuzar fichaba por la consultora Price Waterhouse Coopers (PwC) y ahora el expresidente del PNV pasa a formar parte del consejo de administración de Movistar Plus, la división audiovisual de Telefónica.

El de las puertas giratorias es una debate que siempre ha estado ahí, pero lo cierto es que, en los últimos tiempos, hemos visto cómo varios miembros del PNV han pasado al sector privado tras dejar la política.

Ejemplo de ello son Josu Erkoreka, que ahora es asesor de la diputación de Bizkaia, Arantxa Tapia, actualmente asesora de KPMG, o Gotzone Sagardui, que ha pasado a ser la directora médica del Hospital Vithas Vitoria.

Telefónica justifica el nombramiento de Ortuzar por "su experiencia en periodismo, comunicación pública y gestión institucional" al haber sido director de EiTB. Desde el PNV también defienden esta postura y lo ven "con total normalidad" por la "experiencia y el bagaje" que tiene en el sector.

Críticas de la oposición

Pero, como en anteriores ocasiones, esto no convence a muchos. El PP vasco ha asegurado que este movimiento "evidencia que el Gobierno de Sánchez paga favores".

"Si analizamos su trayectoria en el ámbito profesional y cómo dejó a Euskaltel porque el PNV fue responsable de que quedara desaparecida, con despidos masivos y engullida por otra empresa de telefonía, yo no sería quién le contrataría en Telefónica", ha señalado el presidente del PP vasco, Javier de Andrés.



El presidente del PP vasco, Javier de Andrés, en una rueda de prensa en Bilbao

Por ello, los populares vascos consideran que "por su trayectoria profesional no es porque está acreditado que es malísima en el ámbito de la telefonía". "Será por los pagos que el Gobierno le debe a Ortuzar".

EH Bildu, por su parte, que también ha sido muy crítico con este tipo de casos, ha asegurado que "el clientelismo, el enchufismo y las puertas giratorias constituyen un grave problema", ya que "estas prácticas políticas no son éticas y generan un profundo hartazgo en la ciudadanía".

La formación abertzale ha afirmado que "contar con el carné de determinado partido político facilita el acceso a ciertos puestos de trabajo" y que "resulta especialmente grave en lo que respecta a la ejemplaridad en la política y en la gestión pública".

"Combatir el amiguismo y el chanchullismo es un deber ético y una condición necesaria para construir un país mejor y hacer una política de altura", han reflexionado fuentes de Bildu.

¿Perjudica al PNV?

Este movimiento llega cuando el último Sociómetro otorga al PNV distancia frente a Bildu en caso de celebrarse elecciones autonómicas con dos escaños por arriba.

Una buena noticia para los jeltzales que ganan terreno frente a los abertzales, después de que en los últimos comicios vascos empataran a escaños.

Sin embargo, este nuevo fichaje de Ortuzar puede perjudicar al PNV y, en concreto, al lehendakari, Imanol Pradales, puesto que esta clase 'clientelismo', bastante habitual dentro del partido, no está bien visto entre la sociedad y podría hacer perder votos a los nacionalistas vascos.

EUROPA PRESS

El PP, tras el fichaje del expresidente del PNV en Movistar+: "¿Para esto quería entrar el Gobierno en Telefónica?"

"Telefónica echa a casi 6.000 personas pero sí tiene un puesto para el PNV, le da un puestazo a Ortúzar", asegura Sergio Sayas



El exsecretario de Estado Alberto Nadal se incorpora al equipo de Alberto Núñez Feijóo como nuevo vicesecretario de Economía del PP.

MADRID, 10 Diciembre 2025 (EUROPA PRESS) -

El vicesecretario de Economía y Desarrollo Sostenible del PP, Alberto Nadal, se ha preguntado este miércoles si el Gobierno quería "entrar" en Telefónica para que se produjeran incorporaciones como la de Andoni Ortúzar, expresidente del PNV.

"¿Para esto quería entrar el Gobierno en Telefónica?", se ha preguntado Nadal en un mensaje en su cuenta oficial de la red social 'X', que ha recogido Europa Press, poco después de conocerse que la compañía ha fichado al expresidente del PNV para el consejo de Movistar+.

En concreto, Telefónica ha fichado a Andoni Ortúzar y a Marcos Contreras --vocal independiente en el máximo órgano de decisión de CriteriaCaixa, uno de los máximos accionistas de la teleco-- para el consejo de administración de Movistar+.

Ortuzar presidió el PNV entre comienzos de 2013 y el pasado marzo y es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco. Tras una etapa vinculada al periodismo, la comunicación pública y la gestión institucional, asumió responsabilidades en el Gobierno Vasco en ámbitos de comunicación y acción exterior para, después, dirigir EiTB --la radio televisión pública vasca-- y ocupar cargos ejecutivos directivos en EAJ-PNV.

EL PP YA PIDIÓ LA COMPARECENCIA DE MURTRA

El portavoz adjunto del Grupo Popular en el Congreso, Sergio Sayas, se ha mostrado especialmente crítico con el fichaje. "Telefónica echa a casi 6.000 personas pero sí tiene un puesto para el PNV, le da un puestazo a Ortuzar. Así funciona en sanchismo: Contra los trabajadores pero con los amiguetes", ha manifestado en la misma red social.

El pasado viernes, el PP ya solicitó la comparecencia del presidente de Telefónica, Marc Murtra, en la Comisión Mixta de Seguridad Nacional del Congreso para que informe sobre el nuevo plan estratégico de la compañía, que se encuentra en plenas negociaciones de un expediente de regulación de empleo (ERE) para unos 6.000 trabajadores. Paralelamente, el PP ha registrado varias preguntas parlamentarias al Gobierno sobre ese proceso de despido colectivo.

También se ha pronunciado sobre el fichaje de Ortuzar la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, quien ha asegurado que al Gobierno de España y sus socios "les une el amor por los sillones".

"Esta coalición no va a romper porque a los socialistas, a la derecha nacionalista vasca, a la izquierda bilduetarra, a los independentistas catalanes, de izquierda a derecha, les une el amor por intereses privados, la colonización de empresas y los sillones en instituciones públicas", ha afirmado Ayuso.

Sin embargo, la parlamentaria y secretaria del EBB del PNV, Maitane Ipiñazar, ha afirmado que en el partido ven "con total normalidad" que Telefónica haya fichado a Ortuzar para el consejo de administración de Movistar+, y ha destacado "la experiencia y el bagaje" que tiene en el sector.

MARCA

LaLiga EA Sports

Tebas señala la lucha contra piratería y mejora del producto para aumento de ingresos televisivos

el presidente de la patronal del fútbol participó en el World Football Summit, celebrado en Riad



EFE Actualizado 10/12/2025 -

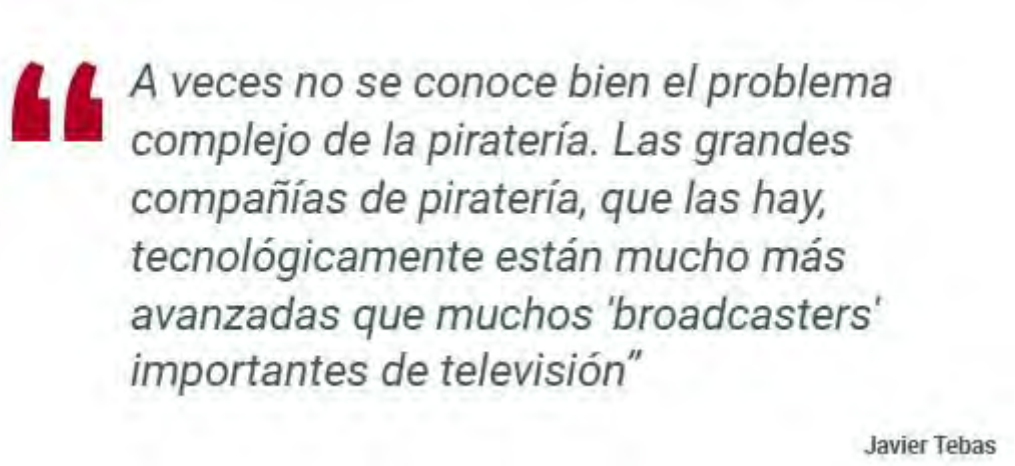
El presidente de LaLiga, Javier Tebas, destacó este miércoles que la subida de ingresos por derechos audiovisuales para el ciclo 2027-2032, que superará los 6.000 millones de euros, se debe a la mejora del producto y a la lucha contra la piratería, que se ha reducido en España un 60 % en el último año.

"Todas las competiciones nacionales de Europa vienen bajando o no tienen crecimiento. Cuando uno ve ese contexto, que los demás bajan o se mantienen y nosotros subimos cerca del 10% hay que preguntarse por qué. No es fruto de la casualidad y tampoco del mercado. Viene motivado por una lucha muy importante contra la piratería, la hemos reducido un 60% en España en el último año, y por el trabajo con los clubes en la mejora del producto audiovisual", dijo en la edición de World Football Summit que se celebra en Riad.

Crecimiento

Tebas resaltó el crecimiento también de la audiencia en los 40 minutos anteriores al comienzo de los partidos y en los siguientes a la finalización y mencionó innovaciones en la producción de LaLiga, que fue la primera que utilizó cámaras aéreas en todos los estadios, y que trabaja en la forma de consumo de los jóvenes, con partidos con multicámara y más interactuación.

Respecto a la piratería, Tebas opinó que la fragmentación del fútbol en tantas plataformas en general permite que exista este problema y consideró muy necesario conocer cómo funciona y cómo el consumidor pirata puede conectarse para ver el producto pirata, situación que en España se ha atajado con una resolución judicial que bloquea el acceso.



"A veces no se conoce bien el problema complejo de la piratería. Las grandes compañías de piratería, que las hay, tecnológicamente están mucho más avanzadas que muchos 'broadcasters' importantes de televisión. Van por delante. Su negocio es robar y cuando sale la legislación ya vamos por detrás. Hay actores como Google y Amazon que están empezando a colaborar, que son parte importante y cuesta tomar medidas a nivel legislativo contra estas grandes corporaciones tecnológicas", añadió.

Preguntado también por el crecimiento del fútbol en Arabia Saudí, organizador del Mundial de 2034, Tebas consideró que hay que seguir con la inversión pública, para conseguir que sea sostenible en un futuro, y acompañar a los actores privados en ese crecimiento, para que adquieran la formación adecuada y que el fútbol saudí sea una industria de élite.

as

Tebas señala la lucha contra piratería y la mejora del producto como las razones del aumento de ingresos televisivos

Adelantó que la piratería se redujo en un 60 % en el último año y que las previsiones de los ingresos para el ciclo 2027-2032 superarán los 6.000 millones.



JUAN IGNACIO RONCORONI

EFE Actualizado a 10 de diciembre de 2025

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, destacó este miércoles que la subida de ingresos por derechos audiovisuales para el ciclo 2027-2032, que superará los 6.000 millones de euros, se debe a la mejora del producto y a la lucha contra la piratería, que se ha reducido en España un 60 % en el último año.

"Todas las competiciones nacionales de Europa vienen bajando o no tienen crecimiento. Cuando uno ve ese contexto, que los demás bajan o se mantienen y nosotros subimos cerca del 10% hay que preguntarse porqué. No es fruto de la casualidad y tampoco del mercado. Viene motivado por una lucha muy importante contra la piratería, la hemos reducido un 60% en España en el último año, y por el trabajo con los clubes en la mejora del producto audiovisual", dijo en la edición de World Football Summit que se celebra en Riad.

Tebas recordó que "el séptimo mandamiento de Moisés era 'no robarás'", por lo que desde entonces "hay legislación para luchar contra la piratería", aunque detecta que "no se conoce bien" este "problema complejo", a la vez que celebró que el crecimiento del 10% de los derechos audiovisuales en España se debe a la reducción "en un 60%" de la piratería. Hemos obtenido esa subida de casi un 10%. Estamos hablando de un importe de 1.400 millones de dólares por temporada, multiplicado por 5, hace unos 6.000 millones"-

Tebas resaltó el crecimiento también de la audiencia en los 40 minutos anteriores al comienzo de los partidos y en los siguientes a la finalización y mencionó innovaciones en la producción de LaLiga, que fue la primera que utilizó cámaras aéreas en todos los estadios, y que trabaja en la forma de consumo de los jóvenes, con partidos con multicámara y más interactuación.

Respecto a la piratería, Tebas opinó que la fragmentación del fútbol en tantas plataformas en general permite que exista este problema y consideró muy necesario conocer cómo funciona y cómo el consumidor pirata puede conectarse para ver el producto pirata, situación que en España se ha atajado con una resolución judicial que bloquea el acceso.

"A veces no se conoce bien el problema complejo de la piratería. Las grandes compañías de piratería, que las hay, tecnológicamente están mucho más avanzadas que muchos broadcasters importantes de televisión. Van por delante. Su negocio es robar y cuando sale la legislación ya vamos por detrás. Hay actores como Google y Amazon que están empezando a colaborar, que son parte importante y cuesta tomar medidas a nivel legislativo contra estas grandes corporaciones tecnológicas", añadió.

Preguntado también por el crecimiento del fútbol en Arabia Saudí, organizador del Mundial de 2034, Tebas consideró que hay que seguir con la inversión pública, para conseguir que sea sostenible en un futuro, y acompañar a los actores privados en ese crecimiento, para que adquieran la formación adecuada y que el fútbol saudí sea una industria de élit

EUROPA PRESS

FÚTBOL

Tebas: "El séptimo mandamiento de Moisés era 'no robarás', desde entonces hay legislación contra la piratería"



Archivo - El presidente de LaLiga, Javier Tebas, en un evento de ISDE.

MADRID, 10 Dic. (EUROPA PRESS) -

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, recordó este miércoles que "el séptimo mandamiento de Moisés era 'no robarás'", por lo que desde entonces "hay legislación para luchar contra la piratería", aunque detecta que "no se conoce bien" este "problema complejo", a la vez que celebró que el crecimiento del 10% de los derechos audiovisuales en España se debe a la reducción "en un 60%" de la piratería.

"Hemos obtenido esa subida de casi un 10%. Estamos hablando de un importe de 1.400 millones de dólares por temporada, multiplicado por 5, hace unos 6.000 millones. Y en otro contexto, que es en que todas las competiciones nacionales de Europa, de las grandes competiciones vienen bajando o no teniendo crecimientos", reivindicó el mandatario en una ponencia en World Football Summit Riyadh.

Y Tebas dejó claro que esto "no es fruto de la casualidad" ni "del mercado, porque en España las grandes tecnológicas no han entrado de una forma fuerte en la compra". "Viene motivado por una lucha muy importante contra la piratería, la hemos reducido en el último año un 60% en el mercado nacional, y el otro 40%, por el trabajo que se han hecho con los clubes en la mejora del producto audiovisual y, por lo tanto, la gente está mucho más minutos", explicó.

"Hemos conseguido que los minutos que no son del partido, antes y después, haya aumentado el consumo casi el doble. El 35% de la gente que ve un partido está 40 minutos antes y se queda 40 minutos después. Para un operador audiovisual, son muy buenos números", aplaudió.

Y es que "LaLiga desde hace años quiere estar la primera en vanguardia tecnológica, en innovación". "Fuimos los primeros que pusimos cámaras aéreas en todos los estadios, los primeros en poner grafismos a la vez que está la cámara aérea, eso no lo hace nadie", reivindicó.

En cuanto a la nueva forma de consumir, Tebas abordó el papel de la 'Generación Z'. "Algunos son ya son abuelos", bromeó. "El joven se hace mayor, se hace más mayor y acaba pagando la suscripción del joven, entonces toda esa cadena de valor hay que tenerla bien estudiada", advirtió.

"Nosotros ya estamos haciendo una segunda producción de partidos con multicámara que es más lo que parece ser que quieren generaciones de menor de 21 años, con más posibilidades de más cámaras, más interacción con un chat. Y para que haya una verdadera conexión con el consumidor, en este caso con el joven, tenemos que tener todavía más desarrollo de la OTT a nivel tecnológico", apuntó.

Sobre la piratería, Tebas admitió que "la fragmentación del fútbol en tantas plataformas" provoca que exista este problema. "Igual que provoca que un usuario español que esté de alta en la plataforma que hay el fútbol viaje a algún país y no pueda conectarse y entonces tenga que buscar solución a ese tema", comentó.

"Lo que estamos trabajando es, primero, conocer bien cómo funciona la piratería. Hay muchos actores. Bajamos cada línea estratégicamente de una forma diferente porque no es igual. La que más estamos ahora trabajando es en esta parte final, cómo el consumidor pirata se conecta para ver el consumo pirata a través de compañías de telecomunicaciones. Ese es el éxito en España, hemos tenido una resolución judicial que bloqueamos que el consumidor pirata no pueda acceder a la IP", reveló.

Y avisó de que "el mundo de la piratería es un mundo tecnológico" y hay "grandes compañías de piratería que "están mucho más avanzadas que muchos 'broadcasters' importantes de televisión". "Su negocio es robar, tienen que estar preparados para robarlo. Y cuando sale la legislación ya vamos detrás", lamentó.

"El problema está en que a veces incluso yo detecto que no se conoce bien el problema complejo de la piratería. Hay actores como Google, como Cloudflare, como Amazon, que son parte también importante y que cuesta tomar medidas a nivel legislativo contra estas grandes corporaciones tecnológicas", prosiguió.

Tebas dejó claro que la piratería "no deja de ser parte de su negocio", porque "consideran que son autopistas". "Pero l autopista no puede ser para que el narcotraficante vaya con la droga por ahí corriendo y que nadie diga nada. La legislación va lenta, pero vamos avanzando. El séptimo mandamiento de Moisés era 'no robarás'. Pues desde Moisés hay legislación para acabar con la piratería", defendió.

EUROPA PRESS

CATALUÑA

Disney+, Filmin, Max, Netflix y Prime Video ofrecen entre el 20% y el 2% en catalán, según el CAC

El informe muestra una evolución ascendente respecto a 2021

BARCELONA, 10 Diciembre 2025 (EUROPA PRESS) -

Las principales plataformas de servicios de televisión a petición --Disney+, Filmin, Max, Netflix y Prime Video-- ofrecen entre el 20,7% y el 2,2% de su contenido doblado o subtitulado al catalán, según un informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) que muestra una evolución ascendente respecto al último estudio, de 2021.

En concreto, Filmin incluye el catalán en 2.350 títulos de su catálogo (20,7%); Prime Video, en 762 (9,5%); Netflix, en 339 (3,5%); Max, en 113 (3,2%), y Disney+, en 82 (2,2%), informa el CAC en un comunicado de este miércoles.

"INCREMENTO NOTABLE"

Las cifras representan un "incremento notable" en relación al informe del CAC de 2021, donde la presencia del catalán se concluyó textualmente como residual, salvo en el caso de Filmin, única plataforma con sede social en Catalunya.

En 2021, las cifras eran de 1.949 títulos en catalán en Filmin (18,9%); Prime Video, 71 títulos (1,3%); Netflix, 30 (0,5%); Max, 1 (0,1%), y Disney+, 3 (0,2%).

El formato de presencia del catalán en 2025 es mayoritariamente el audio, doblado o en lengua original, si bien la proporción de obras disponibles en catalán solo en subtítulos es del 63,7% en Netflix; del 37,3% en Filmin; del 26,5% en Prime Video, y del 8,8% en Max.

FILMIN, "REFERENTE"

El consejero del CAC responsable del ámbito de contenidos, Enric Casas, ha asegurado que es una noticia "muy positiva" constatar que la presencia del catalán a las plataformas se ha incrementado de forma significativa.

"Filmin es un referente en este ámbito y sería deseable que las otras plataformas siguiesen esta línea. Los millones de abonados catalanes merecen disponer de una oferta aún más amplia en lengua catalana en las plataformas", ha añadido.

CATALÁN EN LAS PRIMERAS PANTALLAS

El informe recoge también que las cinco plataformas analizadas ubican las obras disponibles en catalán en las primeras pantallas de la interfaz "en una proporción superior a la existente realmente en el catálogo".

Así, colocando las obras catalán en las primeras pantallas del menú, el resultado es "una apariencia subjetiva de una oferta mayor de títulos en lengua catalana".

Además, de las obras que aparecen en la primera pantalla que aparece al abrir la aplicación, están disponibles en catalán un 37,5%, en el caso de Filmin; un 26,3%, en Prime Video; un 41,7%, en Netflix; un 0%, en Max, y un 10%, en Disney+.

Sin embargo, si se observan las primeras pantallas de perfiles infantiles, la presencia del catalán se reduce: del 2,2% del catálogo de Disney+ se pasa al 1,1%.

El trabajo señala también que solo Netflix y Filmin incorporan funcionalidades específicas para identificar y acceder a obras con audio o subtítulos en catalán.

OTRAS LENGUAS OFICIALES

El informe incluye un anexo con la proporción de obra europea producida en alguna de las lenguas oficiales en el Estado español, si bien los datos analizados son las correspondientes a obra producida y no a disponibilidad de lengua.

Filmin, con un 40,2%, es el servicio que concentra la proporción más elevada de obra europea producida en alguna de las lenguas oficiales del Estado, así como el que otorga más presencia a las lenguas oficiales distintas del castellano (29,9%), tanto en términos relativos como absolutos.

El catalán, el euskera y el gallego, pese a su presencia minoritaria, están representados en todos los servicios excepto en Disney+, donde no se registra ningún título que tenga el gallego como lengua originaria; además, no se han identificado obras producidas en aranés en ninguno de los servicios analizados.

El estudio constata una práctica que consiste en ofrecer solo la versión castellana de una obra, aunque en origen estuviese filmada en otras lenguas, algo que, en el caso del catalán, pasa entre el 18,6% de las veces (en Filmin) y el 100% (en Max).

EL PAÍS

Series de Televisión>

Netflix cancela la “ambiciosa” serie española ‘El refugio atómico’ tras su primera temporada

La ficción de los creadores de ‘La casa de papel’ no tuvo la respuesta crítica esperada, y ya está desmontando sus escenarios



Montse Guallar, Natalia Verbeke, Carlos Santos y Pau Simon, en el primer capítulo de 'El refugio atómico'.

Vídeo: Netflix

Eneko Ruiz Jiménez Madrid - 10 DIC 2025

Netflix vendió El refugio atómico como su serie más “ambiciosa”. Tenían detrás al equipo de La casa de papel y Berlín (dos de sus grandes éxitos históricas) y unos gigantescos decorados levantados para la ocasión. Pero la primera temporada no tuvo la acogida esperada, y la serie que transcurre en un búnker de lujo acabará con final abierto, tras los ocho episodios de su primera tanda, confirma Netflix a EL PAÍS. La plataforma de streaming ha cancelado la producción, ha avisado a los actores y ya está desmontando los platós.

El refugio atómico tenía un giro tras el primer episodio que cambiaba todo su argumento, pero la sinopsis de la serie protagonizada por Miren Ibarguren, Joaquín Furriel, Natalia Verbeke y Carlos Santos explicaba que la historia llevaba al espectador a un mundo donde, con la tercera guerra mundial está más cerca que nunca, un grupo de multimillonarios había financiado un enorme búnker de lujo. En sus enormes pisos habían construido una especie de hotel de ambientación retrofuturista con todas las comodidades y la tecnología más avanzada, preparado

para que sus familias pudieran vivir en él durante 10 años. Todos ellos, antes del desastre nuclear, deciden trasladarse a este refugio subterráneo de forma preventiva. Pero lo que parecía algo provisional se convierte en definitivo.



Miren Ibarguren, en el segundo episodio de 'El refugio atómico'.

Tamara Arranz /NETFLIX

“No ha habido una serie tan ambiciosa en la historia de España como lo es El refugio atómico”, dijo Diego Ávalos, vicepresidente de Contenidos de Netflix en España, en una entrevista con EL PAÍS meses antes del estreno el pasado septiembre la serie creada por Álex Pina y Esther Martínez Lobato. Pero la ambición no ha podido traducirse en éxito de este proyecto que trasladó el búnker a unos estudios de Colmenar Viejo de la productora Vancouver, la misma nave que antes fue la cárcel de Vis a vis o la Fábrica de Moneda y Timbre en La casa de papel y que incluso se reutilizó para Sky Rojo, que se expandió hasta los 6.000 metros cuadrados de decorados para dar cabida a todas las necesidades. La serie se rodó, además, en la sede de Netflix de Tres Cantos y también en su plató virtual. En total, se llegaron a construir 8.000 metros cuadrados de decorados.

Curiosamente, El refugio atómico ha sido el único proyecto español que ha aparecido este año en el ránking de lo más visto en el streaming en Estados Unidos que hace semanalmente la medidora de audiencias Nielsen, aunque solo apareció durante los días de su estreno. Estuvo dos semanas también como número uno de lo más visto en Netflix en España, según la clasificación de la plataforma, pero a la tercera semana fue superada por Animal, con Luis Zahera, que sí ha sido renovada para una segunda temporada. La cuarta temporada de La casa de papel se mantiene como la cuarta serie no en inglés más vista de la historia de Netflix, mientras que la quinta parte ocupa el sexto lugar del ránking y la tercera, el sexto. La primera de Berlín se colocaría ahora mismo la undécima, algo que El refugio atómico ni ha olido. Las críticas fueron todavía peores, con solo un 33% de críticas positivas según el agregador de reseñas RottenTomatoes.

Pina y su empresa Vancouver tienen pendiente de estreno todavía en Netflix la segunda temporada ya rodada de Berlín, que traerá de vuelta al Profesor de Álvaro Morte, y a lo que se le unirán nuevos proyectos que apelen a las mismas sensibilidades de sus grandes éxitos y que previsiblemte rodarán en 2026. Tendrán que rebajar, esta vez, eso sí, la tan promocionada ambición.

THEOBJECTIVE

Lupa mediática

El oligopolio publicitario de las plataformas digitales asfixia a los medios

El 40% de todos los ingresos por publicidad en España ya llegan a gigantes como Google, Meta, Amazon y Netflix



Fernando Cano @canocadiz fc@theobjective.com 10/12/2025 • 05:30

La caída de la publicidad en los medios de comunicación en lo que va de año ha vuelto a poner sobre la mesa el debate sobre cómo los anunciantes reparten su inversión. A comienzos de siglo, el gran enemigo eran los grandes grupos editoriales como Prisa, Vocento y Unidad Editorial, que aglutinaban el grueso del reparto a la prensa; luego —tras la crisis de 2008— las tornas se volcaron sobre el duopolio televisivo de Atresmedia y Mediaset, que aprovechó su mayor efectividad para quedarse con lo que perdieron los periódicos de papel.

Ahora, la amenaza viene de las grandes plataformas extranjeras que dominan con puño de hierro un mercado digital cada vez más creciente. Un verdadero oligopolio controlado por Google, Meta y Amazon y al que se están sumando distribuidores de contenidos como Prime, Disney+ y Netflix.

La diferencia es que —frente a batallas anteriores— no existe unanimidad en el sector para señalar sus nuevos enemigos. Está claro que todos son conscientes de quién se está llevando la mayor inversión y de cómo las estrategias comerciales de las plataformas digitales canibalizan los pocos espacios que quedan para los medios de comunicación y la prensa tradicional. Pero pocos se atreven a criticarlos y a buscar soluciones. Por el contrario, los legacy media siguen subestimando el poder de la prensa nativa y las pequeñas cadenas de televisión. Creen que la única manera de recuperar terreno es ir a por los grandes grupos audiovisuales; los Google, YouTube e Instagram de turno, cada vez con mayor control, no solo del mercado publicitario, sino de casi la totalidad de la cadena de valor mediática. Un oligopolio que asfixia por igual a los viejos y nuevos medios de comunicación.

Los datos de los primeros diez meses del año son muy reveladores. Entre enero y diciembre, el mercado publicitario ingresó 4.928 millones de euros, lo que supone un tibio crecimiento del 0,3% según las últimas cifras de Infoadex, el barómetro de inversión que todo el sector da por bueno. Sin embargo, el detalle aporta matices. En primer lugar, los diarios (impresos, legacy y nativos) apenas se lleva 583 millones, con una caída del 0,1%; mientras que televisión (incluyendo todos los soportes), llega a los 1.399 millones, un 5,6% de desplome. El único medio tradicional que se salva es la radio, con 469 millones, un 9,5% más.

Inversión en medios

¿Y las plataformas digitales? Infoadex las agrupa en tres grandes grupos: search, con 780 millones y una mejora del 1,2%. Este indicador refleja lo que se llevan los buscadores por publicidad y aquí Google se queda con casi toda la inversión. En segundo lugar, las redes sociales, con 667 millones, un alza del 1,2%. Aquí Facebook, Instagram (las dos de Meta), TikTok y X se reparten la tarta. Y finalmente están otros websites con 472 millones, un alza del 8% entre enero y octubre. Aquí encontramos todos los sites que no son soportes digitales de los medios TV, diarios, revistas y radio. Incluye YouTube, que además es el gran receptor de este apartado.

Con estas cifras, la publicidad (digital y tradicional) se divide en cuatro grandes grupos. El primero es el de las plataformas, que —con cifras actualizadas— ya se llevan el 39% de toda la tarta, un punto más que hace un año. Le sigue la televisión, con el 12,4% del total y 1,7 puntos menos; los diarios, con el 11,8%, una décima menos; y la radio, con un 9,5%, tres décimas más. El gran perjudicado del avance de estos gigantes digitales en el último año es la televisión, que es además es el que más cae, pero también hay un trasvase de inversión desde la prensa a otros sitios de internet que no tienen nada que ver con el periodismo. Dicho de otra manera, hay un éxodo de anunciantes hacia lugares en los que se pierde la trazabilidad de la información y donde se produce un caldo de cultivo para las fake news y la creación de bulos.

Esta es la primera gran conclusión que se puede extraer de estos datos. Los anunciantes no solo se alejan de los medios tradicionales, sino también de los entornos informativos. No solo hablamos de la proliferación de pseudo información -y de pseudo informadores- de las redes sociales, sino además del gran flujo de inversiones publicitarias hacia portales y webs que están en el extrarradio del periodismo. Un movimiento muy peligroso: no solo se ha perdido el monopolio del relato y la pauta informativa, sino que además los anunciantes han entendido que pueden tener más retorno en entornos menos creíbles. Muchos han cambiado su percepción del prescriptor tradicional fiable por personajes o webs en los que —creen— tienen más impacto social, en especial en el público juvenil. Un nuevo escenario que crece de la mano de las planificaciones de las agencias de medios y de la publicidad programática, la que reparte anuncios con algoritmos y con pocos filtros de contenidos.

Plataformas digitales

Esto nos lleva a la segunda gran reflexión: la asimetría de la regulación. Y aquí hay un ejemplo muy ilustrativo. El reality de moda es el estreno de la segunda edición de 'La casa de los gemelos', un programa de convivencia extrema con gran violencia y un descontrol que no sería tolerable en la televisión tradicional y que probablemente desencadenaría un boicot de anunciantes o una cascada de multas de la Comisión Nacional de los Mercados de la Competencia (CNMC). «Pero como se emite en YouTube pueden hacer lo que quieran», dice un directivo de una televisión tradicional. El caso es que una de las grandes demandas históricas —y desoídas— de este sector es precisamente la regulación de los contenidos, entre otras cosas, para proteger a los menores, y de la forma en que se publicitan las marcas en las plataformas como YouTube, Amazon, Instagram y TikTok. Hasta la fecha, los movimientos del regulador han sido escasos… o nulos.

Un buen ejemplo de la inacción o la pérdida de oportunidades para legislar fue la ley de influencers, que se presentó este año y que equiparaba las limitaciones y obligaciones de un medio de comunicación a prescriptores que tuviesen unos ingresos de más de 300.000 euros anuales y un millón de seguidores. Pero el sector cree que estos baremos de máximos dejarán fuera a una inmensa mayoría de estos generadores de contenidos. Una norma que además avala la tesis de las plataformas digitales de que ellos son solo «intermediarios» y no tienen ninguna responsabilidad por los contenidos que emiten… aunque sí que cobran por sus ventanas de publicidad. Esto supone que los anunciantes invierten en lugares en los que no hay ninguna limitación para sus anuncios, a diferencia de la prensa, la radio y la televisión tradicional, que compiten en entornos hiperregulados y sometidos a grandes limitaciones para emitir sus programas, opiniones e informaciones.

Un tercer punto de reflexión son las métricas de estas grandes plataformas. La única información de consumo que conocemos son las que generan ellos mismos: visualizaciones de vídeos en el caso de YouTube, impactos en el de Instagram o retuits en el de X. Ninguna medición homologada, como sí se exige a los medios: GFK para la prensa digital, Kantar Media para la televisión y el EGM para la radio. De hecho, cuando se ha planteado poner en marcha una mediación global, transmedia y crossover, las plataformas se han negado rotundamente a explorar cualquier opción. Solo sabemos lo que ellos nos quieren contar, algo especialmente sangrante en el caso del consumo de programas y películas en Netflix, Disney+ y HBO Max. Ni siquiera conocemos exactamente cuántos suscriptores tienen, porque —a diferencia de las televisiones de las operadoras de telecomunicaciones— no hay obligación de que declaren periódicamente sus usuarios.

Movimientos del Gobierno

Una situación especialmente perversa si consideramos que compiten en el mismo mercado publicitario de unos medios de comunicación que están auditados hasta el extremo y a los que además ahora se les quiere obligar a incorporarse a un registro que debe dejar muy claro quiénes son sus dueños, sus accionistas y sus fuentes de financiación. En cambio, la mayoría de las grandes plataformas facturan sus ingresos en España a través de sociedades radicadas en el extranjero y en ninguno de los casos declaran efectivamente su facturación real en nuestro país. Una asimetría que se hace cada vez más patente y que no hace más que favorecer a compañías que año a año orillan a los medios de comunicación del mercado publicitario que, en el caso de la radio y la televisión, es su principal ingresos; y en el de la prensa, es creciente ante el fracaso de los modelos de suscripción de los diarios digitales.

¿Qué se está haciendo? De momento, se mueve ficha, pero muy lentamente. El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, prometió hace poco menos de tres semanas una investigación contra Meta (Instagram y Facebook) por una supuesta violación de la privacidad de millones de usuarios. Incluso indicó que les llamaría a comparecer en el Congreso. Pero este movimiento se produce después de ocho años en los que ha sido uno de los mandatarios europeos que más ha agasajado a estas compañías, legislando a su favor y desoyendo al sector de las telecomunicaciones y de las televisiones, que han pedido que se equipare la normativa común que les afecta. Es decir, que el sector no se fía de lo que el Ejecutivo pueda (o quiera) hacer para regular a las grandes tecnológicas. Y mientras, en 2026 podrían crecer peligrosamente hasta conquistar la mitad de la tarta publicitaria.

Zagklis (FIBA): "No entiendo por qué debemos proteger el monopolio de otros"

El secretario general de la Federación Internacional de Baloncesto ha analizado el estado de las negociaciones para la nueva liga europea con NBA cuyo debut será en octubre de 2027. También ha anunciado un torneo clasificatorio al final de temporada.



2Playbook 10 de diciembre de 2025

La **FIBA** empieza a desvelar cómo será la **nueva liga europea** en colaboración con la NBA y a despejar algunas dudas respecto a su formato, las fechas o el sistema de clasificación. **Andreas Zagklis**, secretario general de la Federación Internacional de Baloncesto, ha explicado que más allá de las franquicias fijas y el cupo disponible para el campeón de la Basketball Champions League, habrá un **torneo de clasificación** al final de temporada en el que se repartirán las tres plazas restantes.

Asimismo, el directivo griego ha confirmado su intención de que la competición arranque en octubre de 2027 y ha apuntado hacia la apertura de su modelo de clasificación.

Respecto a las negociaciones con la Euroliga, Zagklis no tira la toalla y asegura que "prefiero ser *naif* e intentarlo hasta el final". De hecho, ha añadido que "nos preocupamos mucho porque (los clubes de Euroliga) tengan un papel, una posición, y que ganen dinero, lo cual no siempre ha sido así, y eso es quizás el quid de la cuestión". Más allá del torneo clasificatorio, el secretario general de la FIBA no ha dado más información respecto al modelo de negocio, a los cupos de entrada o la búsqueda de patrocinios y venta de derechos audiovisuales de la nueva competición. A parte del proyecto con la NBA, Zagklis también ha avanzado que se está trabajando en **un mecanismo** por el cual los **clubes formadores reciban una compensación** cuando los jugadores llegan al máximo nivel, y del que se dará más información en los próximos meses.

"Todos los clubes tienen la oportunidad de formar parte del ecosistema, y luego es una cuestión de condiciones y de cómo ven su futuro, también en términos de inversión... Una cosa es que entre dos y cuatro plazas provengan de una segunda división y otra cosa muy distinta es decir que una, dos o tres plazas diferentes provienen de un torneo clasificatorio que abre el embudo, que abre el canal de clasificación", ha asegurado Zagklis en una rueda de prensa con medios internacionales en la que participó *2Playbook*, y que reproducimos íntegra a continuación:

Rueda de prensa íntegra de Andreas Zagklis:

Sobre la relación con NBA en el proyecto de liga europea y las negociaciones con Euroliga:

Estamos deseando trabajar juntos y, al mismo tiempo, colaborar con nuestro gran socio institucional, que es nuestra liga profesional más importante de Norteamérica. Como todos ustedes saben, la NBA está avanzando hacia nuevas áreas de interés, nuevas áreas de posible cooperación, tras todo lo que estamos haciendo juntos en las bases, desde el programa *Baloncesto sin Fronteras*, que ya cumple 23 años y se traslada a la NBA junior, hasta, como he mencionado, la ICC con la G-League jugando con nosotros en una competición de la FIBA, y la BAL en África, que ha terminado otra temporada más con éxito.

Y ahora estamos avanzando en las conversaciones que anunciamos a principios de este año, en marzo, sobre una posible cooperación en una nueva liga en Europa. Vemos esto con mucho optimismo y, al mismo tiempo, la FIBA no olvida su papel como organismo rector mundial, como institución que trata de unir a todos. Así que durante el verano también mantuvimos buenas conversaciones con nuestros colegas de la ECA. Por primera vez en 22 años, si no me equivoco, durante dos ventanas no hay solapamiento entre los partidos de las selecciones nacionales y los de la Euroliga. Por supuesto, no estamos del todo contentos con eso, pero es un paso adelante y hemos intentado, en nuestro

papel institucional, unir a todos. Estoy seguro de que habrá muchas preguntas sobre este último tema. Atrae mucha atención del público. Tiene que ver con uno de los tres pilares fundamentales de la estrategia de la FIBA, que es dar forma a las competiciones internacionales de clubes. E insisto en mencionarlo cada año que nos reunimos en esta conferencia de fin de año, porque la FIBA no está obsesionada con el control. La FIBA está obsesionada con conseguir las mejores estructuras posibles y vías claras para todos los miembros de la familia, ya sea una selección nacional que quiera tener una vía clara hacia la Copa del Mundo, o un club de un continente determinado que quiera tener una vía hacia la máxima competición continental y, a través de ella, hacia la Intercontinental Cup (ICC). Y esa es también una de nuestras prioridades en las conversaciones con *stakeholders*, en particular con la NBA, para este nuevo proyecto.

Por lo tanto, creo que una parte importante de la noticia que debemos comunicar y de la que debemos informarles no es simplemente que estamos buscando un modelo que se ajuste al modelo deportivo europeo, sino que también estamos buscando un modelo que no solo pase por la liga de segunda división, en este caso la BCL, sino también, paralelamente, por un torneo de clasificación. Un torneo de clasificación al final de la temporada, que reúna a los campeones y a los siguientes mejores equipos de la BCL, nos permitirá clasificar a los equipos para la liga de primera división en Europa. Por lo tanto, para nosotros esta es una de las piezas fundamentales del rompecabezas porque en estas conversaciones la FIBA no solo representa a las selecciones nacionales, a las federaciones nacionales; la FIBA también representa a nuestras ligas nacionales, y las ligas nacionales son una pieza importante del entramado, no solo en Europa, sino también en todo el mundo.

Dado que la FIBA es el socio internacional de la NBA, tienes alguna duda sobre la posibilidad de que se lleve a cabo una iniciativa europea patrocinada por la NBA. Asimismo, podrías dar más detalles sobre el play-in (torneo de clasificación) y quién podría ser elegible o qué ligas tendrían acceso para jugar en una liga tipo NBA Europa.

No tengo dudas. Respondiendo a la primera parte de tu pregunta, creo que sucederá y estoy convencido de que así será. En cuanto a la segunda, parte de nuestro trabajo como guardianes del ecosistema es garantizar el acceso a la liga. Y el acceso a la liga significa la oportunidad de jugar cada año en la máxima categoría. Se acabó el elemento ascensor en el que juegas una vez, inviertes y luego tienes que bajar al nivel anterior del que vienes. Siempre que se rinda bien en la liga nacional, se tendrá la oportunidad. Por supuesto, tendremos que mirar las clasificaciones, tenemos que pulir los detalles, pero lo he mencionado hoy porque es un elemento importante de la apertura. Y este nivel de apertura no es solo un modelo deportivo europeo y bonitas palabras en un papel. Es un

camino claro para cientos de clubes de toda Europa. Y esto forma parte de nuestro trabajo, garantizar que esa esperanza exista y que se traduzca en inversión en baloncesto, que se distribuye entre los cientos de clubes que participan en las ligas nacionales europeas. Por eso consideramos que esto es una parte importante del papel de la FIBA en este asunto, no solo a través de la segunda división, la BCL, sino también a través de las ligas nacionales. Por eso dije que, cuando nos sentamos en la mesa, representamos tanto a nuestros miembros como a los campeonatos nacionales. Algunos de ellos tienen 100 años de historia y tradiciones increíbles, además de modelos de negocio muy sólidos. Así que este es el motor que produce jugadores. Y, desde la perspectiva de los aficionados, también es una cuestión de respeto hacia los seguidores de los clubes que hasta hoy no tienen la oportunidad, o no tienen ninguna oportunidad realista, de ver a su equipo llegar a la cima ganando. Así que creo que ese es el elemento que marca la diferencia aquí. Uno de los elementos, al menos, que marca la diferencia, y que está muy cerca del papel de la FIBA en este proyecto.

¿A cuánto estamos de jugar esta liga? ¿Piensas que el inicio será en octubre de 2027?

Teniendo en cuenta que acabo de decir que creo que sucederá, que no tengo ninguna duda —por supuesto, necesitamos la aprobación de las dos juntas respectivas de la NBA y la Junta Central de la FIBA—, creo que octubre de 2027 es un objetivo realista. Y que también es una forma ideal de cerrar el telón en Doha, tras abordar la Copa del Mundo de Baloncesto de la FIBA y pasar a un nuevo proyecto que configura el panorama del baloncesto europeo de clubes de una manera positiva.

Una vez que la competición de la NBA llegue a Europa, dada la buena relación entre la FIBA y la NBA, ¿los jugadores que juegan en estas franquicias podrán jugar con las selecciones nacionales durante las eliminatorias? Y si hablamos de 2027 como el comienzo de la NBA Europa, ¿crees que más equipos de la Euroliga irán a la Basketball Champions League?

La discusión que hemos tenido es sobre la disponibilidad para las ventanas de la selección nacional. Sobre los equipos, necesito reiterar algo que dije el año pasado. Alguien dijo "¿Qué pasa con los equipos de la Euroliga?". Yo respondí que, para nosotros, no existen los equipos de la Euroliga. Para nosotros, todos estos equipos son equipos de la FIBA, incluidos los equipos que son propietarios o copropietarios de la ECA, la empresa matriz de la Euroliga. Por lo tanto, nos preocupamos mucho por ellos. Nos preocupamos mucho por que tengan un papel, una posición, por que ganen dinero, lo que no siempre ha sido el caso, y eso es quizás el quid de la cuestión. Por eso los hemos estado invitando. Y el pasado 27 de mayo estuvieron aquí (sede de la FIBA). En realidad, era la primera vez en diez años que todos ellos estaban en esta casa visitándonos y les

preparamos un viaje por la historia, porque su historia pasa por esta casa, la casa de la FIBA. Les tenemos un enorme respeto, al igual que al liderazgo de la ECA y, a nivel personal, debo decir que la relación es muy respetuosa y muy buena. Por lo tanto, nuestro trabajo consiste en intentar encontrar un lugar para todos en este ecosistema. Y si esto tiene que ver con elementos empresariales o elementos de la nueva economía que surgirán con esta nueva empresa, entonces es una cuestión que deben negociar ellos. La FIBA no negociará los términos financieros de eso, pero no queremos que se sientan, en cierto modo, en desventaja. Eso es lo que hemos estado tratando de hacer. Por supuesto, no es fácil porque incluso entre los que juegan (en Euroliga), los 20 que juegan, algunos tienen derecho a voto y otros no, lo que también es un sistema extraño para una liga. Algunos de ellos han hecho declaraciones públicas en un lado u otro, otros tienen agendas diferentes, por lo que no es fácil para los dirigentes de la ECA, ni para nosotros, intentar poner a todos de acuerdo. Pero nuestro compromiso, y ellos lo saben, es seguir intentando poner a todos de acuerdo. No forma parte en absoluto de mi agenda si el equipo juega aquí o allá. Mi atención se centra en la estructura.

"Nuestro compromiso, y ellos (los clubes) lo saben, es seguir intentando poner a todos de acuerdo"

Respecto a las conversaciones con Euroliga, ¿cree que todavía hay margen para una colaboración entre todas las partes interesadas?

¿Todavía hay esperanza? Sí. Y mis compañeros que estuvieron en las reuniones pueden dar fe de ello, prefiero parecer ingenuo e intentar hasta el final encontrar una solución, porque ese es el papel de la FIBA: unir a todos. Hacer de nuestro deporte una comunidad. Por lo tanto, es nuestro trabajo seguir intentándolo. Sé que algún día, en los libros de historia, analizaremos lo que ocurrió en la primavera de 2024. Porque fue entonces cuando tuvimos una gran oportunidad y la dejamos pasar. Entonces empezamos a divergir. Aun así, intentamos unir a todos. Eso es lo que quiero confirmarles. Y si nuestro principal socio institucional se embarca en tal empresa, FIBA quiere y tiene que formar parte de ella. Al mismo tiempo, esto no va en contra de la Euroliga ni de la ECA, quiero dejarlo muy claro. Porque hemos logrado construir relaciones con nuestros clubes, que estaban rotas desde hacía años, y hemos logrado reunirlos de nuevo, y sin estar plenamente satisfechos, hemos dado algunos pasos en la dirección correcta, también gracias a la relación que, debo admitir públicamente, hemos logrado forjar con mi compañero el Sr. Motiejūnas. Y al hecho de que existe un cierto entendimiento sobre en qué estamos de acuerdo y en qué no.

¿Cuál es su respuesta a las críticas que han surgido a nivel político, por parte de algunos miembros de la Comisión Europea, sobre este nuevo proyecto?

En el ámbito político, insto a todos a que analicen los hechos, y los hechos dejan bastante claro que lo que se está diseñando es mucho más compatible con el modelo deportivo europeo y con los criterios de la FIBA que lo que hemos tenido durante los últimos años, muchos años. Y eso es lo que está en el centro de lo que está sucediendo ahora mismo. No hay duda de que nos llevará, no quiero decir 25 años, digamos 15 años, convencer a nuestros clubes más importantes, de algunos valores fundamentales: el calendario, las reglas del juego, la protección de las ligas nacionales, la apertura, la segunda división. La FIBA no ha cambiado ni una coma en lo que ha estado pidiendo a lo largo de los años. Cada año me preguntaban si estaba haciendo progresos con la Euroliga y no podía darles grandes noticias sobre avances importantes, y puede que haya llevado 15 años, o 25 años, para aquellos que quieran recordar el año 2000. Pero puedo decirles que la NBA no tardó más de 25 minutos en aceptarlo. Así que, si me preguntan por el quid de la cuestión, eso es lo que les diré. Los políticos pueden decir lo que quieran, lo entiendo. Hay diferentes elementos, se puede demonizar a alguien que viene de fuera del continente. Se puede demonizar a las franquicias. La realidad es que, ya en nuestra realidad actual, tenemos a alguien fuera de nuestro continente, y lo tenemos tanto en el aspecto comercial como en el deportivo. No tenemos el respeto de las selecciones nacionales como deberíamos tenerlo durante la temporada. Tenemos una liga cerrada *de facto* que, como he dicho, es imposible de alcanzar para muchos clubes. Para la gran mayoría, es *de facto* imposible de alcanzar. Por lo tanto, estoy muy contento de hablar de estos hechos con cualquier político de Europa, o con cualquiera que presente esto como un problema para el deporte. Así que nuestra posición como FIBA, ya sea ante la ECA o la NBA, es la misma. Por lo tanto, nuestra participación en un proyecto de este tipo es coherente con lo que llevamos diciendo desde hace bastante tiempo. En cuanto a la BCL, prefiero dirigir las preguntas sobre la BCL a la propia BCL. Como saben, la BCL cuenta con las ligas, las Ligas Europeas de Baloncesto, que es el nuevo nombre de la ULEB, y muchas ligas en la junta directiva de la BCL. Los representantes de la FIBA no son mayoría. Como saben, todo el mundo dice la FIBA BCL, pero yo no estoy allí, y Patrick Comninos informa a las ligas, a unos pocos representantes de la FIBA y a los inversores. Así que creo que la BCL ha demostrado lo que puede hacer: un nivel muy alto de calidad en la organización de los eventos; atrayendo al Alba Berlín, al Galatasaray, a Tenerife, a Unicaja de Málaga y podría seguir. Fíjate en la lista de los que han jugado siete, ocho, nueve, diez años con la BCL y ahora se ha firmado un fantástico acuerdo de *naming partner*.

Así que las cosas van muy bien para la BCL, y cada año mejoran. Si eso significa que también se clasifica para un nivel superior, es una noticia positiva para la BCL y la evolución normal de las cosas.

¿Qué esperas de estas nuevas ventanas? ¿Qué feedback recibes de los aficionados, también en las redes sociales, sobre estos partidos?

Cada vez que tenemos una oportunidad, en la fase previa, hay que ocuparse de toda la logística. Cientos de jugadores, 72 equipos, 72 selecciones nacionales jugaron y eso lo dice todo, en todo el mundo. Empezamos los partidos a las 6 de la mañana y terminamos a las 4 de la madrugada del día siguiente. Son 24 horas durante 5 días, 75 partidos. De media, tuvimos más de 300.000 aficionados en las sedes durante cinco días, viendo a sus selecciones nacionales. Y lo importante es una cosa: hay un momento en el que se consigue la máxima atención para el baloncesto. Porque la selección nacional está jugando. Así que, al final de la ventana, el nivel de satisfacción es tradicionalmente muy alto. No les oculto que a menudo recibo mensajes diciendo que nos gustaría tener tres ventanas. Sé que esto no es posible y que no estará en nuestros planes para el próximo ciclo, que tendrá el mismo número de ventanas. Lo que realmente aprecio es que, en las ventanas, las selecciones nacionales tienen la oportunidad de contar con un mayor número de jugadores. Ahí es donde vemos caras nuevas, y ahí es también donde vemos a las estrellas regresar y jugar ante su público, y ya he mencionado algunos ejemplos anteriormente. Estoy muy agradecido a los jugadores, a sus clubes y a las selecciones nacionales por estos nueve días de enorme cooperación, porque si se tiene en cuenta cuántos clubes de cuántos continentes, federaciones y jugadores participan, se comprenderá. Cabe señalar que, aun así, es el mayor evento deportivo producido de forma centralizada —desde el punto de vista de los medios de comunicación y la televisión— del mundo. Por lo tanto, estamos muy orgullosos de cómo hemos empezado en Doha.

¿Te preocupa que el baloncesto europeo pueda tener que pasar por una nueva fragmentación y una situación como la del 2000? ¿Dónde ves el baloncesto dentro de 10 años si todo sale según tu visión y lo que pretendes y esperas?

Creo que ya estamos fragmentados, por lo que no veo ningún riesgo de fragmentación. Y el hecho de que no lográramos llegar a un acuerdo hace aproximadamente 10 años, cuando se creó la BCL, dice lo mismo. Por lo tanto, no me preocupa todo ese discurso de que no necesitamos otra competición más, porque sí necesitamos un evento que nos permita reunir todo bajo un mismo techo. Y, como dije al principio, bajo un mismo techo significa bajo el techo de la FIBA, y no significa que la FIBA lo controle todo. Nunca hemos pedido eso, al menos en los últimos siete años y un día que llevo al frente. Por lo tanto, no temo la fragmentación. No estoy contento con la estructura actual, que ya

está fragmentada, y también tengo que decir una cosa, porque has mencionado el año 2000. La FIBA ha luchado por una estructura muy simple de las competiciones. Uno, dos o tres niveles. Y nos demandaron por eso. Nos demandaron por eso ante los tribunales de Múnich y nos demandaron por eso en Bruselas. Y nos demandaron nuestros principales clubes europeos y la ECA, diciendo que no puedes defender tu monopolio. Lo que significa que la fragmentación es buena, porque esto es un negocio. Así que la FIBA accedió, aunque finalmente ganamos el caso en Múnich. La FIBA accedió y dijo: "Muy bien, la BCL seguirá adelante". Las ligas se dirigieron a nosotros y nos dijeron: "Queremos dirigir la BCL con vosotros". Muy bien. Y competimos. Y eso es lo que nos dice Bruselas: el baloncesto es un negocio, debéis competir en un mercado abierto. Y eso es por lo que han estado luchando la ECA y la Euroliga. Por lo tanto, me parece extraño ahora que animemos a nuestros aficionados y a nuestros políticos en contra de lo que hemos aceptado como la norma del baloncesto, que es la competencia, porque puede entrar un negocio más grande y tener mayor poder financiero. Así que, como he dicho, la FIBA es coherente. Queremos que todo esté bajo el mismo techo. Con la claridad de una primera división a la que se accede desde la segunda división y desde las ligas nacionales. Y una segunda y tercera división serían sin duda nuestro trabajo, porque ese es nuestro trabajo. Desarrollamos el deporte. Y la primera división contará con los principales actores comerciales y nuestros mejores clubes y los demás que juegan allí, para beneficiarse y ganar dinero. Lo cual es bueno, porque esto significa más dinero también para nuestros jugadores y entrenadores. Somos coherentes en eso y no hemos cambiado. No acepto que alguien que quería una competencia abierta y la aplicación de la legislación de la UE, diga ahora que no, que tenemos que proteger la tradición y tenemos que proteger al titular. Nosotros fuimos el titular durante 42 años. Y se produjo una ruptura, y sabemos lo que pasó después, no hace falta que os lo cuente. Por lo tanto, si aceptamos, y la comunidad y la familia del baloncesto han aceptado que las rupturas son algo que puede ocurrir, porque esto es un negocio y el monopolio de la FIBA no debe protegerse, no entiendo por qué de repente debemos proteger el monopolio de otros. Dicho esto, nuestro trabajo es unir a todo el mundo y yo seguiré intentándolo.

La FIBA ha llevado a cabo una gran cantidad de acuerdos de derechos audiovisuales a lo largo de este año. En vista del proyecto con la NBA, ¿tienes ya alguna expectativa sobre las cifras que podrían alcanzarse? ¿Se basa en los derechos que recibe por las competiciones actuales de la FIBA o se está considerando lo que reciben la NBA y otras competiciones de baloncesto en Europa? Del mismo modo, ¿ya se han mantenido conversaciones con patrocinadores para ayudar a financiar la competición?

Es muy pronto para responder a eso, y la FIBA está muy centrada ahora mismo en la estructura. En cómo esto puede ser útil para todo el ecosistema, así como en cuidar de los clubes desde la cima hasta la base de la pirámide. Y creo que las consideraciones comerciales entrarán en juego a principios o mediados de 2026, lo que también determinará otros elementos. Pero hay que ir paso a paso, y aún no hemos llegado a ese punto.

Dado que la FIBA está colaborando estrechamente con la NBA y su expansión actual en Europa, ¿ha mantenido la FIBA alguna conversación con la NBA sobre la disponibilidad de sus jugadores en las eliminatorias, ya sea la Copa del Mundo, el EuroBasket o el AfroBasket, durante la temporada de clubes?

No esperamos ningún cambio en la forma en que la FIBA ha planificado las eliminatorias. Desde el principio se planeó que en las ventanas de temporada jugaríamos con todos los jugadores que tuvieran licencia de un club de la FIBA en todo el mundo, y esta fue una decisión del Congreso de la FIBA. Todas las federaciones nacionales estuvieron de acuerdo con ello y dijeron que así es como jugaríamos. Y, por supuesto, ya sabes que en las ventanas de verano, es decir, las de julio y agosto, tenemos a todos los jugadores disponibles, incluidos los que participan en la NBA.

¿Pueden los clubes europeos esperar cláusulas de rescisión más elevadas, pagadas por los equipos de la NBA por sus jugadores?

La cláusula de rescisión consta de dos elementos: el contractual, existe un acuerdo entre la FIBA y la NBA que protege a nuestros clubes en el ecosistema de la FIBA. ¿Qué significa esto? Un jugador no puede jugar en un equipo de la NBA si tiene un contrato válido y vinculante con un equipo de la FIBA. Se necesita una carta de autorización de la FIBA a la NBA. Por lo tanto, si un jugador tiene un contrato y este incluye una cláusula de rescisión, sea cual sea el valor de ella, se debe pagar dicha cantidad. Ya sea 900.000 euros o 10 millones. Se debe pagar esta cantidad para que la FIBA libere al jugador y este pueda registrarse en un equipo de la NBA. Así pues, la cuestión del precio de la rescisión depende totalmente de la negociación entre el jugador y el equipo de la FIBA. Ahora bien, todos sabemos que el convenio colectivo entre los jugadores y los clubes de la NBA establece que los grandes equipos pueden pagar lo que quieran por la rescisión, o lo que puedan, pero una determinada cantidad de esa suma no contará como salario. Por lo tanto, no formará parte de lo que cuenta para el límite salarial de un equipo. La indemnización de la NBA para un jugador que juega en un equipo de la FIBA la definen el jugador y su equipo. ¿Hemos visto equipos de la NBA pagar más de lo que establece el convenio colectivo de la NBA a equipos de la FIBA? Sí, especialmente cuando tenían margen en su tope salarial, pagaban más. O si querían mucho al jugador, pagaban más. ¿Esta cifra del convenio colectivo afecta a la negociación entre jugadores y equipos?

Sí. Pero esto se negocia colectivamente y se aplica mientras el convenio colectivo esté vigente, y eso no es algo que la FIBA pueda cambiar bilateralmente con la NBA. La cantidad depende de lo que el club y el jugador quieran. Por eso, a veces hemos visto a los jugadores pagar de su bolsillo la cantidad adicional cuando la NBA ha dicho que no quería pagar esa cantidad. Soy muy sensible a esto, no solo porque antes de llegar a la FIBA era abogado y defendía a jugadores. Uno de los elementos en los que estamos trabajando — pero creo que podré daros más detalles a principios de 2026— es un mecanismo por el cual los clubes que forman a los jugadores reciban una compensación cuando estos llegan al máximo nivel. La FIBA está trabajando en ello. Creo que ya lo he dicho antes. Podré presentar algo a la Junta Central de la FIBA en primavera, y entonces seguro que podré darles más detalles. Estamos trabajando en ello. Y eso supondrá una importante inversión, por supuesto, por nuestra parte, y quizás también para nuestros socios en ese sentido. Pero el problema de la cláusula de rescisión que mencionas es el siguiente: la cláusula de rescisión solo la recibe el último equipo. Y si me preguntas cuáles son mis principales quejas, sí, por supuesto, cuando nos reunimos con nuestros clubes más importantes, se quejan de esto. Dicen:"si la cláusula de rescisión no tuviera límite, negociaríamos lo que quisiéramos con nuestros jugadores, ese límite nos afecta". Pero recibo la misma cantidad de quejas de otros clubes de la FIBA, contra los clubes más importantes de la FIBA, porque consiguen a los jugadores casi a cambio de nada. Y que, a veces, los jugadores, a la edad de 16 o 17 años, son trasladados de forma muy abrupta de un club más pequeño a uno más grande o a un club vinculado a un agente, por desgracia. Así que este último club es el que se queda con la indemnización de la NBA. Independientemente de si se trata de una compra grande o pequeña. Y esta segunda parte es muy delicada para nosotros, porque puede que no me guste que algunos de nuestros clubes más importantes no obtengan lo suficiente por las compras, pero por debajo de ellos, la pirámide de clubes que produce jugadores es mucho más amplia. Y nuestro trabajo es garantizar una compensación justa para quienes trabajan en la base de la plataforma, para cuando el jugador da el primer paso, que es otro paso, hacia el gran club de la FIBA antes de ir a la NBA. Así que tenemos que trabajar en ambos elementos. Y hemos planteado ambos elementos a la NBA y, por supuesto, a la ECA. Y les digo que esto forma parte claramente de nuestra agenda.

Respecto a la posibilidad de que los clubes serbios se queden fuera del plan de competición con la NBA:

No creo que sea función del secretario general de la FIBA participar en tales especulaciones. Esto es la FIBA, y esto es baloncesto, y si visitas la casa del baloncesto, comprendes lo que Serbia significa para esta casa con solo echar un vistazo al museo. No necesito decir mucho más.

"La brecha se cierra cuando un mayor número de clubes de toda Europa tienen esperanzas. Lo diré de otra manera. Cuando un grupo más amplio de clubes en Europa tiene un plan de negocio viable"

Diciembre será un mes crucial para el debate sobre la NBA Europa y para las conversaciones entre los posibles inversores y los asesores, así como para la participación de la FIBA en todo el proceso, especialmente en el establecimiento de criterios como la cuota de inscripción y las estructuras para contar con un equipo femenino.

Creo que tengo que dejar muy claro que la FIBA no va a determinar eso, en lo que respecta a los aspectos financieros de la participación de los equipos en el nuevo proyecto. Y, como les he dicho, ahora mismo estoy muy centrado, junto con nuestros líderes europeos en trabajar en la estructura. Trabajar en cómo sería la estructura de las competiciones y ver cómo cada equipo puede tener un lugar en el nuevo ecosistema. Pero si me preguntas si la FIBA decide si es el equipo A o el equipo B, la respuesta es no. Y ninguno de los dos queremos tener ese papel, porque no sería correcto por mi parte, cuando me siento a la mesa con mis colegas de la ECA y los 13 clubes que son propietarios de una competición y tienen una licencia allí, mirarles a los ojos y decirles: "Sí, puedo intentar reunir a todos, pero al mismo tiempo estoy sentado al otro lado para decidir quién va a jugar en la nueva liga". No, no voy a hacer eso, la FIBA no va a hacer eso. Por supuesto, sabemos que los equipos que juegan en la BCL han expresado su voluntad, y también acuden a nosotros para expresar su voluntad. El Alba Berlín y el Galatasaray son dos ejemplos claros de ello. Por supuesto, tenemos al campeón, el Unicaja Málaga, y a otros que están interesados. Y, como te he dicho, nuestro trabajo es cuidar de todo el ecosistema. Ya sea en diciembre o en enero, pero creo que aún nos queda trabajo por hacer. Estoy intentando reunir a todos, y tenemos mucho trabajo por delante para dar forma a esta nueva competición de una manera que tenga sentido para todos los que forman parte del ecosistema del baloncesto europeo.

FIBA Media amplió el acuerdo de producción de derechos de las eliminatorias de las selecciones nacionales con DAZN de 2034 a 2041. Es un plazo muy largo y DAZN como empresa está cambiando mucho de un año a otro. ¿Cuál fue la motivación de FIBA para renovar? No creo que haya habido un proceso abierto para estos derechos. ¿Por qué hacerlo ahora? ¿Se trataba de asegurar los ingresos y la seguridad financiera a largo plazo?

Sin duda, garantizar la seguridad financiera y contar con un socio que ha sido muy bueno para la FIBA. Creo que, en primer lugar, es cuestión de encontrar al socio adecuado y el modelo adecuado. Y en ambos aspectos, con Perform y luego con DAZN, creo que la FIBA ha tenido la suerte de contar con alguien que entiende y le gusta el baloncesto, y que invierte en él. En segundo lugar, el modelo ha funcionado. Como saben, es un modelo que cumplirá 10 años el año que viene, con FIBA Media como empresa conjunta entre nosotros y DAZN. Y no solo se ha ocupado de la venta de los derechos audiovisuales, lo cual ha sido positivo para nosotros y ha sido muy apreciado por la Junta Central, sino también de lo que he mencionado anteriormente, la producción de señal, a un nivel que la FIBA nunca había imaginado. Les dije que transmitimos 75 partidos desde Chile hasta Guam durante cinco días, con un equipo de producción de DAZN, o FIBA Media, que creo que merece nuestro reconocimiento y agradecimiento público bajo el liderazgo de Andrew Ryan. Por lo tanto, la Junta Central evaluó la etapa de la relación, evaluó también los retos futuros que surgirán, como siempre ocurre en el panorama de los derechos audiovisuales, y decidió que tanto el modelo como el socio son los adecuados para acompañarnos en la próxima década. También puedo decirles que tuve el placer de recibir, hace solo unas semanas, en nuestra sede, al señor Len Blavatnik y a Shay Segev, propietario mayoritario y consejero delegado de DAZN, respectivamente. Su compromiso con el baloncesto es inequívoco, y este es exactamente el mensaje que transmití recientemente a la Junta Central.

El baloncesto es el segundo deporte más popular. 270 millones de aficionados lo ven en nuestro continente, en Europa. Incluso está creciendo más rápido que el fútbol. Pero el valor combinado de las ligas y las selecciones nacionales es inferior al 0,5 % en términos de producción neta. Entonces, ¿por qué la NBA viene a vosotros? ¿Y por qué la FIBA quiere cooperar con la NBA? ¿Qué quiere obtener la FIBA? ¿Competir con el fútbol es una de las razones por las que están cooperando con la NBA?

Creo que no tiene mucho sentido que haga comparaciones, y has mencionado la brecha comercial, que no es proporcional a la brecha de popularidad y a la brecha de aficionados. Sin embargo, me gustaría hacer una distinción. No solo nos interesa añadir un cero y hacer más ricos a los clubes más importantes. Lo dije desde el principio que participé en estas conversaciones junto con mis colegas de nuestra Oficina Regional Europea, y les dijimos: "Queremos que ganen más dinero", ya sea en un acuerdo FIBA-ECA o en otra constelación. Para nosotros, la brecha se cierra cuando un mayor número de clubes de toda Europa tienen esperanzas. Lo diré de otra manera. Cuando un grupo más amplio de clubes en Europa tiene un plan de negocio viable. Y este plan de negocio está conectado con la esperanza de jugar en la cima y con la oportunidad de negocio que supone jugar en la cima de la pirámide. No solo cerrarán la brecha

diciéndoles a nuestros amigos de la ECA que podrían haber vendido esto por mil millones en lugar de 100 millones, o en lugar de 500 millones. Eso no es matemático, no es la matemática de la FIBA. La FIBA es una organización sin ánimo de lucro, y nuestro trabajo es recaudar fondos y reinvertirlos en el deporte para su desarrollo. No tenemos accionistas. Tenemos federaciones miembro, sus ligas y sus clubes. Por lo tanto, nuestro trabajo es hacer crecer esta industria, que es la industria del baloncesto, como parte de la industria deportiva más grande de Europa. Para que el baloncesto obtenga una porción mucho mayor del pastel, pero esa porción del pastel invita a invertir no solo en la cima, sino también en el segundo nivel, en el nivel medio y en la base de la pirámide. Ese es nuestro trabajo, y pueden preguntarle a la NBA por qué está interesada, pero esto es por lo que la FIBA está interesada.

¿Puede darnos algunos detalles más sobre el torneo clasificatorio?

El torneo clasificatorio es parte de nuestro trabajo; está conectado, con la BCL y con lo que la FIBA no solo promueve, sino que representa en el ecosistema. Ahí es donde creo que veremos elementos de clasificación. Ahí es donde veremos éxitos históricos. Ahí es donde veremos éxitos de las ligas nacionales y de sus clubes en las competiciones europeas de clubes. Ahí es donde veremos una mayor apertura. Porque una cosa es decir que uno, dos, tres o cuatro puestos provienen de la segunda división, y otra muy distinta es decir que uno, dos o tres puestos diferentes provienen de un torneo clasificatorio que abre el camino a la clasificación. Tenemos que encajarlo en el calendario y, por lo tanto, no puede ser, como podrán imaginar, un torneo extremadamente extenso durante un período prolongado. Sí, en un mundo ideal, podemos imaginar un *March Madness* o un *June Madness* en este caso, pero les aseguro que será un evento mucho más corto. Trabajaremos con nuestros socios, y es responsabilidad de la FIBA, según el calendario, equilibrar los intereses y analizar esa parte también antes de que comiencen las competiciones nacionales, para que los equipos puedan jugar, ganar y luego elaborar un presupuesto. Y así puedan crear una plantilla durante el verano en la que sepan dónde jugarán la temporada siguiente. Estos son elementos fundamentales para nosotros: el calendario y la transparencia. Ahora bien, no me pregunten todavía si serán cinco, seis u ocho países diferentes, junto con los siguientes mejores clasificados de la BCL. Seguimos trabajando en ello y será justo para las demás partes interesadas que primero consultemos, trabajemos juntos y luego podamos comunicarles cómo se ven.

¿Puedes decirnos cuáles serán los próximos pasos en 2026? En cuanto al desarrollo de la estructura, creo que habrá reuniones con los clubes, con la Euroliga...

Preveo varias reuniones más. Como dije, en un momento dado debemos dirigirnos a la Junta Central de la FIBA y explicar cómo se desarrollaría esto, porque es muy importante informarles sobre nuestros planes y ser muy transparentes, a veces quizás demasiado transparentes, pero desde el principio decidimos que esto no ocurrirá a puerta cerrada. Esto está evolucionando, y en cualquier etapa del proceso informaremos a nuestra comunidad, a la comunidad del baloncesto. Sí, también espero más reuniones con la ECA y en las reuniones no solo tratamos esto. Esto es fundamental y crucial, pero hay otros elementos que hemos estado discutiendo con nuestros clubes: la NCAA, los avances en el baloncesto universitario o las regulaciones de la FIBA que afectan su vida diaria. Y, debo admitirlo, gracias a la buena presión ejercida por los líderes de la ECA, hemos logrado cambiar algunos aspectos en las regulaciones de los agentes, por ejemplo, o mejorar el seguro de la FIBA o la comunicación para la liberación de jugadores antes de las ventanas de venta. Y estas son cosas que sucedieron gracias a la colaboración, o al menos a la mejora de la relación. Y seguro que también las discutiremos. Espero, sin duda, que hablemos de los próximos pasos del proceso. Tuvimos una gran oportunidad que todos perdimos colectivamente, y desde entonces, estamos intentando reunirnos de nuevo. No es fácil. No quiero reunirnos solo para hablar, y que luego ustedes escriban que hay otra reunión. Necesitamos reunirnos para tener objetivos, agendas y conclusiones específicas. Y repito, seremos los últimos en renunciar a este esfuerzo de reunir a todos.

En estas conversaciones con la NBA, ¿se está considerando la posibilidad de crear nuevas competiciones internacionales, o integrar equipos de la NBA en la Copa Intercontinental? ¿Estaría a favor de que equipos europeos o africanos participen en la Copa NBA o los playoffs de la NBA, como se ha sugerido?

Para la FIBA, la principal competición internacional de clubes es la Copa Intercontinental. Esta reúne a los campeones de los cuatro continentes, además del campeón de la NBL. Es decir, la BCL Américas, la BCL Europa, la BAL, la BCL Asia, la NBL y la anterior campeona, la G League United, dado el calendario en el que se ha disputado. Esta es la máxima competición, una competición que comenzó en los años 60 y que luego se interrumpió para acercarse a la NBA en aquel momento, disputando el McDonald's Open, etc. Esta competición, que antes se celebraba solo en Europa y América, ahora ha alcanzado un nivel mundial. No diría Copa del Mundo, pero, de hecho, es nuestra Copa del Mundo de clubes. Es una prioridad para nosotros. No nos interesa nada más. Creemos que el campeón de una nueva liga —como podría haber sido el campeón de la Euroliga—, el campeón de una nueva liga jugaría en la capital de la FIBA Intercontinental. Ahora bien, si se han jugado amistosos en el pasado, partidos entre equipos de la FIBA y de la NBA, y en qué medida, aún no he participado en tales conversaciones, y supongo que no será mi responsabilidad, con temas tan

cruciales sobre la mesa, discutir qué podría suceder en el futuro con la incorporación de un equipo a la NBA. No considero que sea un enfoque serio por nuestra parte, y sinceramente, nadie lo considera serio, cuando se trata de un tema tan importante como el futuro de las competiciones europeas de clubes, discutir la copa, el torneo de temporada o los amistosos. Siempre habrá, y hemos apoyado estos intercambios, ya sea un partido de la NBA antes del inicio de la temporada en algunos mercados de la FIBA con equipos locales, o entre dos equipos de la NBA; hemos apoyado y seguiremos apoyando esto junto con nuestros socios en la NBA. Pero ahora me pides que piense o especule sobre algo que, sinceramente, no es en absoluto una prioridad para la FIBA. Francamente, no debería ser una prioridad para nadie en el ecosistema en este momento. Tenemos a la ICC al mando, y necesitamos resolver lo que está sucediendo en Europa. Y ese es nuestro objetivo. Y no he participado, repito, en ninguna discusión más allá de eso. Sobre África, debo insistir en que uno de los principios que hemos solicitado, y que la NBA también ha aceptado públicamente, es que solo los equipos de miembros de la FIBA en Europa participen en dicha liga.

¿Cuál es el desafío de crear un ecosistema de baloncesto unido en Europa durante los próximos cinco o diez años? ¿Cuántos pasos cree que se ha dado en la dirección correcta para crear un ecosistema unido, tras años de división y el mal diálogo entre la FIBA y la Euroliga?

Creo que el objetivo es la unidad y la sostenibilidad. Porque tuvimos una unidad insostenible durante algunos años en Europa, entre 2004 y 2011, en esencia. Digo unidad insostenible porque, en realidad, las ligas se separaron de la FIBA en el año 2000. No los clubes, sino las ligas. Y muy pronto, los clubes asumieron el poder, y luego el poder pasó de las ligas de 600 clubes a un número menor de clubes, a 24 clubes que eran accionistas de la ECA, y a 11 clubes que deciden por mayoría de seis. Así que, como digo a menudo, el problema no siempre son las personas. Esto es la confirmación de los últimos años. Tenemos una muy buena relación personal. El problema es la gobernanza. Y, por lo tanto, soy optimista respecto a un ecosistema unido y sostenible. Nuestra labor ya no se limita a la unidad, ya que nuestros predecesores, personas muy inteligentes, en la FIBA y la ECA, en todas las ligas, intentaron la unidad únicamente, y no funcionó. En mi opinión, no ha funcionado, porque quizás algunos están contentos porque a su club le va bien, disfrutan de los partidos en casa o tienen un abono de temporada en uno de los clubes principales. Pero hay cientos de miles, si no millones, de aficionados que no están contentos con el baloncesto y simplemente le dan la espalda a nuestro deporte porque su club no puede llegar a la cima. Así que, en nuestra opinión, esto no es un sistema sostenible a largo plazo, y eso es lo que intentamos lograr.

Por eso digo que hay que centrarse no solo en unir a todos, sino en crear un sistema donde el club de nivel medio o bajo tenga un camino, un plan deportivo y un plan de negocios, económico y empresarial.

Respecto al seguro de los contratos de los jugadores en la NBA, con el nuevo acuerdo televisivo, los salarios son cada vez más altos y se está lidiando con contratos de decenas de millones de euros. ¿Podrías aclarar cómo funciona y si supone nuevos desafíos para la FIBA gestionar esos contratos cada vez más grandes?

Discutimos esto la semana pasada en la Junta Central. Cómo funciona: hay dos tipos de seguros. Uno es el seguro para los jugadores que juegan en un club FIBA de cualquier nivel, y el otro es el seguro para los jugadores que juegan en un club de la NBA. Los mismos principios, en general. Lo que hemos visto es que, para proteger a los clubes, primero del ecosistema FIBA, FIBA no solo aumentará, sino que multiplicará su inversión en seguros, ya que los salarios de nuestros jugadores en el ecosistema FIBA están aumentando. Y ahí, curiosamente, el crecimiento del baloncesto femenino tiene un impacto, ya que el programa de seguros FIBA, además de ser posiblemente el mejor en la industria del deporte, también cubre a hombres, mujeres y todos los torneos juveniles: Sub-19, Sub-18, Sub-17, Sub-16 y Sub-15 que jugamos en Oceanía; recuerden que en Sudamérica también comenzamos con el baloncesto Sub-15. Y cubre a los jugadores de 3x3 y a los jugadores de baloncesto en silla de ruedas. Así pues, la junta directiva decidió multiplicar su inversión, ya que la cantidad de salarios que cubrimos en el ecosistema de la FIBA ya asciende a cientos de millones de euros. Con la NBA, es evidente que la NBA está y sigue comprometida a facilitar a la FIBA la obtención de muy buenas condiciones de seguro que nos permitan contar con los jugadores a largo plazo. Por lo tanto, no me preocupa, pero debo reconocer que los costes de los seguros, tanto para la FIBA como para los jugadores de la NBA, aumentarán en el futuro. Este es un elemento que la FIBA ha tenido en cuenta, que la FIBA ha presupuestado, y creo que es uno de los mayores servicios que ofrecemos a nuestros jugadores, clubes, ligas y federaciones. Y no me preocupa, porque, afortunadamente, logramos, a través de las Copas Mundiales y las Copas Continentales, recaudar fondos suficientes para cubrir este coste. Algunos lo llaman coste, yo lo llamo inversión en nuestros jugadores.

GIGANTES

MÁS BASKET

Andres Zagklis da nuevos detalles sobre la futura competición de NBA y FIBA en Europa

Redacción 10 de diciembre de 2025



Andreas Zagklis, secretario general de FIBA, ha tenido una extensa charla con medios de todo el mundo para repasar los avances del proyecto de la futura competición que están preparando entre NBA y FIBA.

Zagklis ha avanzado que la fecha prevista para el inicio de la misma es octubre de 2027, además de confirmar la intención de que todos los equipos puedan competir por jugar la misma y que se puedan clasificar a través de un torneo del que no ha dado más detalles.

Estas fueron sus palabras:

«Necesitamos una serie de aprobaciones por parte de los Board de FIBA y NBA, pero **la meta de octubre 2027 es una meta realista**, va a rediseñar de forma muy positiva el panorama baloncestístico a nivel de clubes.

Si te ganas el puesto en tu competición doméstica, tendrás la oportunidad de jugarla *y esto garantiza que sea una competición de acceso abierto cumpliendo el claro camino del modelo del deporte europeo. Creemos que el rol de FIBA ofreciendo esperanza a los más de 200 clubes vía competiciones doméstica y la BCL es importante y garantiza a los aficionados la opción de ver a sus equipos en el máximo nivel.*

Hemos de acomodarlo en el calendario por lo que ha de ser un torneo corto antes del inicio de las competiciones de selecciones y así poder ajustar presupuestos y plantillas. Estamos trabajando en ello y aún es pronto para anunciar si lo disputarían 6 u 8 equipos pero esto es una muestra más del modelo de competición abierta que quiere FIBA. En un mundo ideal podríamos imaginar una "locura de marzo" o una "locura de junio" para esto, pero hay que encajarlo en el tiempo.

Estamos analizando un modelo que cumpla con el estilo europeo, sino que también estamos considerando un modelo que no solo a través de la liga de segundo nivel —en este caso la BCL—, sino también en paralelo a través de un torneo de clasificación, un torneo de clasificación de final de temporada, reuniendo campeones y a los siguientes mejor clasificados de la BCL, permita clasificar equipos a la liga de máximo nivel en Europa. Para nosotros, esta es una de las piezas fundamentales del rompecabezas porque, como ustedes saben, en estas conversaciones, FIBA no solo representa a los equipos nacionales, a las federaciones nacionales; FIBA también representa a nuestras ligas domésticas, y las ligas domésticas son una parte importante, muy importante, del tejido, no solo en Europa, sino también a nivel global«.

El dueño del Burgos CF ultima la compra a Oughourlian del Padova de Serie B

El presidente del Grupo Prisa prevé cerrar en las próximas semanas la venta del club, uno de los tres que tiene en propiedad, junto al RC Lens y el Millonarios FC colombiano, a Marcelo Figoli, quien está en periodo de expansión en el fútbol europeo.



2Playbook 10 de diciembre de 2025

Unos se van y otros llegan a Padua. Y ambos, con intereses en LaLiga. El Calcio Padova, propiedad del empresario francés Joseph Oughourlian, pasará a manos de Marcelo Figoli, dueño del Burgos CF, en las próximas semanas, según avanza L'Équipe.

El diario deportivo francés destaca que Oughourlian, presidente del Grupo Prisa y propietario del RC Lens de Ligue 1 y del Millonarios FC de Bogotá (Colombia), así como accionista minoritario del Real Zaragoza, ha tomado la decisión de dejar el club italiano, que compite actualmente en Serie B.

Cuando el inversor galo compró el Padova, en 2019, el equipo estaba al borde de la quiebra y jugaba en Serie C, la Tercera División del fútbol italiano. El club ha vuelto a Serie B este verano, pero sigue sin lograr recuperar la rentabilidad.

Para Figoli, esta operación supondría una nueva inversión en el fútbol europeo, donde se encuentra en pleno proceso de expansión. Además de dueño del Burgos CF, también es accionista del Recreativo de Huelva. Además, controla el Juventud de Las Piedras de la Primera División de Uruguay.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Emma Lustres: «La llegada a las plataformas es lo mejor que le ha pasado al sector en muchísimos años»

Por **Redacción AV451** - 11 diciembre, 2025

✔ Emma Lustres (Vaca Films?, Medalla de Oro 2025 de EGEDA

La productora gallega Emma Lustres recogerá de manos de Enrique Cerezo la Medalla de Oro de EGEDA 2025, durante la gala de los 31º Premios Forqué que se celebrará el sábado 13 de diciembre el en el Palacio Municipal IFEMA Madrid, en una ceremonia presentada por los actores Cayetana Guillén Cuervo y Daniel Guzmán.



El consejo de Administración de entidad de gestión de derechos de los productores quiere reconocer con esta distinción «el relevante papel que Emma Lustres ha desempeñado al hacer posible algunos de los títulos más memorables de la cinematografía nacional reciente y su compromiso por la defensa de los derechos de los productores».

La carrera de Emma Lustres está marcada por **la fundación, junto a Borja Pena, de la productora audiovisual Vaca Films Studio** a inicios de 2003, con el objetivo de desarrollar y producir largometrajes cinematográficos de alta calidad y éxito comercial destinados al mercado nacional, pero con alta capacidad de internacionalización.

Además, esta productora independiente con sede en A Coruña, ha podido dar lugar a numerosas iniciativas como Vaca TV, Vaca Net TV y Vaca Docs, destinadas a desarrollar contenido para plataformas. Entre sus producciones destacan algunos de los grandes éxitos del cine español reciente como: 'Hasta el Cielo' y 'Cien años de perdón', de Daniel Calparsoro; 'El desconocido', de Dani de la Torre; 'Celda 211' y 'El Niño', de Daniel Monzón; o 'Quien a Hierro Mata', de Paco Plaza.

Desde Vaca Docs, ha producido la serie documental 'El circo de los muchachos' para Amazon Prime; desde Vaca TV y Vaca Net cuatro series de ficción como 'El desorden que dejas' para Netflix, escrita y dirigida por Carlos Montero; la primera temporada de 'La Unidad' para Movistar+, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini; 'Hasta el cielo': la serie para Netflix, con dirección de Daniel Calparsoro; y 'Clanes' creada por el prolífico guionista Jorge Guerricaechevarría.



'Celda 211'

Vaca Films acaba de estrenar 'Golpes', la ópera prima como director del guionista habitual de las películas de Alberto Rodríguez, Rafael Cobos, y la producción para Amazon Prime 'Dímelo Bajito', a la que sucederá 'Dímelo en secreto', actualmente en fase de rodaje.

Desde sus inicios, **Vaca Films ha sido fiel a su filosofía al mantener sus socios fundadores el cien por cien de las acciones de Vaca Films Invest,** cabecera del holding de la que cuelgan las compañías del grupo. Sus producciones han recaudado más 50 millones de euros en salas de cine en España y se han distribuido en todo el mundo a través de las principales plataformas como: Netflix, Amazon, HBO, los distribuidores internacionales Sony, Disney, Fox, Universal, StudioCanal, o la francesa Playtime. **Emma Lustres ha hecho balance de sus más décadas como productora independiente desde Galicia.**

Audiovisual451: ¿Cómo valoras un premio que te entregan tus propios colegas?

Emma Lustres: «Me hace muchísima ilusión, estoy encantada. En realidad no me lo esperaba, me ha sorprendido mucho. Además, es que estoy notando que muchos productores se han alegrado mucho. Es como un doble reconocimiento, por un lado que una institución como EGEDA haya considerado que soy merecedora de su Medalla de Oro, es una satisfacción enorme, y luego ver que recibo tantos mensajes de cariño, tantas llamadas del sector. Es como cuando sales del estreno de una película y notas a quién le ha gustado la película de verdad, porque tienen un cierto brillo en los ojos, y a quién te dice: enhorabuena, está muy bien la película, que no es lo mismo. Ahora me he dado cuenta que la gente se alegra de verdad».

A451: Este es un premio a una trayectoria, tú llevas décadas en este negocio, pero te queda mucho por hacer ¿Cómo te enfrentas a esta dicotomía?

E.L: «Es una de las cosas que me ha sorprendido, que me lo dieran a mí, porque efectivamente la mayoría de las Medallas de Oro de EGEDA están destinadas a gente mucho más mayor que yo. Por un lado me alegra, porque cuando tú ya llevas más de 20 años, ya tienes una trayectoria larga. Yo lo pensaba, a mí la medalla de EGEDA algún año me la darán, lo que no contaba es que me la dieran ahora, tan joven, con 50 años».

«También tiene que ser una faena que hayas tenido una trayectoria buenísima como productor, pero que lleves años sin hacer nada o medio retirado y ya nadie se acuerde de ti. Creo que está muy bien que se premie una trayectoria larga, obviamente, pero también que se premie a alguien cuando está en plena madurez. En mi caso, para nada tengo la sensación de que me queden pocos años como productora».



‘Golpes’

A451: ¿Y cómo ha cambiado la producción en estas dos décadas?

E.L. «Va cambiando cómo haces las cosas o cómo estás posicionada en la industria, pero es un doble cambio, porque también cambia la propia industria. Esto no le pasa solo a Vaca Films, yo creo que le pasa a todas las empresas. No es lo mismo una productora en sus primeros cinco, seis, siete años de vida, que cuando tiene doce o catorce y ya muy distinto cuando tiene 22 ó 23, hay una gran evolución, sin duda. A mí me gusta mucho analizar la evolución que hemos hecho nosotros, que creo que es una evolución muy positiva. Hay unos primeros años de aprender, de unos chicos jóvenes que empiezan con una productora en Galicia, dos personas que no vienen del mundo del cine, que no viven en Madrid y no son de una familia del cine. Tampoco veníamos de hacer producción ejecutiva en otra empresa durante diez años, elegimos un camino diferente. Nuestro camino es el de dos chavales jóvenes de A Coruña que montan una productora de cine, con la ambición de conquistar audiencias, viajar internacionalmente, películas relevantes del cine español… Y no ha sido fácil, la verdad, en Galicia, de momento, solo lo hemos conseguido nosotros en el cine. Como te decía, hay una época muy concreta inicial en la que nosotros lo que hacemos es aprender, aprender, aprender, posicionarnos y conocer gente. Es una época preciosa porque tienes muchas ganas, porque es muy divertido, porque todo es nuevo, porque te quieres comer el mundo, porque eres muy soñador y eres muy osado… Todo era muy fresco, trabajando de lunes a lunes, porque en el fondo tu hobby lo has convertido en tu profesión».



'Extinction'

A451: Pero muy pronto Vaca Films empieza a despuntar…

E.L: «Sí que es verdad que a nosotros nos vino muy pronto el éxito, porque nosotros montamos la empresa en el 2003, ya en 2008 rodábamos 'Celda 211' y en 2009 la estábamos estrenando. Habíamos hecho antes varias películas y alguna TV Movie, pero realmente esa era nuestra primera película siendo los productores principales, como un proyecto nuestro y explota a todos los niveles: público, crítica, festivales, premios… vamos, es un éxito arrollador, una película que hizo muchísimo dinero en taquilla y se vendió fenomenal internacionalmente e incluso vendimos los derechos para un remake. Todo esto nos hizo entrar en otra liga, situarnos en otra posición, con unos recursos que te permiten afrontar los proyectos de otra manera, dejamos de ir a casas de amigos y dormir en sofás cuando veníamos a Madrid, ya no tenías que estar pidiendo favores, ya no viajábamos tan en precario a los mercados internacionales. También es más fácil levantar el teléfono y que te respondan las llamadas o sentarte en las mesas de negociación».

A451: ¿Cuál fue el siguiente paso?

E.L: «Después hay una época de consolidación de todo eso, vienen muchos títulos, algunos incluso más exitosos que 'Celda 211' en taquilla, hay un crecimiento y asentamiento importante, con la consolidación de socios también a nivel internacional, gente con la que seguimos trabajando a día de hoy. Es una época en la que también trabajamos mucho, pero disfrutamos mucho. Luego hay una tercera época que yo creo que tiene que ver principalmente con la llegada de las plataformas, donde de repente la empresa multiplica por tres o cuatro la facturación, crece el número de empleados fijos y hay una estabilidad de

producción brutal. Antes nosotros hacíamos una película al año, a veces dos, a veces ninguna porque eran procesos largos de desarrollo. Ahora hemos pasado a seguir más o menos con ese ritmo a la hora de producir nuestro cine, quizás un poco menos, pero a esto hay que sumar las películas originales que hacemos directamente para las plataformas y las series de televisión que, como nuestras películas, son series de gran presupuesto y cada serie es como hacer tres películas. Entonces hemos pasado, más o menos, a hacer como cinco películas al año, el volumen es gigantesco, la estabilidad de producción es enorme, la consolidación de equipos recurrentes. En Galicia, nosotros tenemos un grupo de personas que son freelance que priorizan nuestras producciones sobre cualquier otra cosa. Esta es una época que te da mucha tranquilidad».



'Quien a hierro mata'.

A451: ¿Solo tranquilidad, no hay algo de vértigo?

E.L: «Cero, vértigo cero, me genera más responsabilidad, eso sí. Ahora sí que me siento mucho más responsable de la mochila que llevo detrás de un montón de gente en Galicia que trabaja con nosotros, técnicos principalmente, porque los actores siempre van y vienen más a los proyectos. Y sí que me siento responsable de seguir con este nivel de trabajo, porque muchos de ellos dependen de nosotros. Evidentemente, vivimos en un momento álgido a nivel laboral en el sector, que si nosotros no producimos algo, pues no pasa nada, no es que vayan a pasar grandes dificultades, pero bueno, sí que somos uno de esos motores».

A451: Sobre todo en Galicia ¿no es así?

E.L: «En Galicia somos un motor importante de generación de empleo y de estabilidad laboral para mucha gente. Antes, si alguien en Galicia quería dedicarse al cine, pues tenía que irse a Madrid y vivir allí, ahora eso ha cambiado e incluso muchos gallegos que estudiaron en Madrid y que empezaron su vida laboral en Madrid pueden volver. De hecho hay muchos que han vuelto, porque saben que en Galicia se puede trabajar en el audiovisual, que no es como hace 15 años. Por eso a mí esta época me encanta porque, por un lado, a nivel industrial y a nivel profesional, es mucho mejor, no cabe ninguna duda, y por otro lado, tengo la sensación de tener todo bajo control, siento una seguridad muy grande».

«Esto es casi como cuando tienes un tercer hijo o un cuarto hijo, seguramente. Yo tengo dos hijos, con la niña lo disfruté mucho, pero también con muchas preocupaciones, muchos miedos y el segundo hijo fue una maravilla, no fue tan ilusionante, pero fue mucho más relajado todo, porque ya te lo sabías. Imagino que al quinto ya casi ni le miras. Pues igual a nivel empresarial, todas las fases son maravillosas, pero esta fase en la que estamos, este tercer momento, es muy bonito, es muy tranquilizador. Entiendo que en algún momento llegará una cuarta fase».

A451: ¿Y cómo era el mundo empresarial cuando empezaste?

E.L: «Cuando nosotros montamos la empresa, por ejemplo, yo era la única mujer sentada en la mesa de la desaparecida federación de productores, FAPAE. Tenía 27 años y allí estaban Enrique Cerezo, Pedro Pérez, Eduardo Campoy, Gerardo Herrero, Elías Querejeta, José Frade, Andrés Vicente Gómez, Agustín Almodóvar… Imagínate lo que es estar sentado con 27 años en una mesa donde son todos hombres de 50, 60, 70 años y con gente como Elías Querejeta. Tuve la mejor escuela, la verdad. Era una época en la que se producía menos cine, pero el cine sí que tenía una mayor relevancia social. Recuerdo que había una pelea constante con la Administración y con las instituciones, porque veían a los productores, al mundo del cine en general, como unos pedigüeños o unos subvencionados. También había mucha pelea con las televisiones privadas, era una situación muy compleja, con menos oportunidades de negocio que ahora. Luego hay un segundo momento, van pasando los años, mejora la situación con las televisiones, que con la boca grande dicen que invertir en cine es una obligación que no quieren tener, pero yo estoy convencida de que en el fondo saben que es una cosa buena para ellos también, porque normalmente con unas películas ganaban y con otras perdían, pero más o menos las cuentas les salían. Además creo que las películas han dado a Telecinco y a Atresmedia muchas satisfacciones. Y ahora estamos en una época en la que se ha descentralizado bastante la producción, no solo se produce ya en Madrid o en Barcelona o en País Vasco, también mucho en Galicia, Andalucía, Valencia… Creo que esta descentralización de la producción es muy positiva».



'El desconocido'

A451: ¿Qué ha sido lo mejor que le ha pasado al sector en todo este tiempo?

E.L: «Lo que cambia radicalmente el sector audiovisual en su conjunto desde mi punto de vista, es la llegada a las plataformas. Para mí la llegada a las plataformas es lo mejor que le ha pasado al sector o lo mejor que le ha pasado al sector en muchísimos años, porque genera mucho trabajo, porque genera mucho negocio, porque hacen grandes inversiones, porque se han apoyado mucho en los productores de cine para hacer series, porque las series o los originales que hacen las plataformas generalmente son producciones con presupuestos más elevados. Todo eso ha generado más trabajo para todos y más beneficios para todos, para las empresas, para los técnicos, para los actores, eso es indudable. Otra cosa también muy importante que han traído las plataformas es que han ayudado a cambiar la percepción que tienen las instituciones y la administración de la producción de cine y televisión. Ahora ya no nos ven como subvencionados, ahora nos ven como una industria necesaria, fuerte, importante y que hay que apoyar. Nos ha hecho más libres, más independientes. Ahora hay más fuentes de financiación, muchos partners posibles y hay más diversidad en la producción. No estoy de acuerdo con que el algoritmo lo decida todo, no es cierto, Movistar Plus+ hace un tipo de producción muy concreta, igual que Disney+, Amazon y HBO tres cuartos de lo mismo. Netflix es la que hace de todo, porque produce mucho más e invierte muchísimo más, ya que es la principal empresa de entretenimiento del planeta. Pero todas ellas sumadas conforman un conglomerado que hace que el sector audiovisual español sea más diverso».

A451: Otra cosa es lo que afecta todo esto para el cine en salas comerciales…

E.L: «Que las plataformas o el streaming son un competidor durísimo para las salas de cine es obvio, esto es un problema. No podemos renunciar a tener un cine independiente, español, con el objetivo de estar en festivales de cine y en salas de cine, sería una pobreza cargarnos eso. Los hábitos de consumo están llevando un

poco a eso, a que la sala de cine esté en un periodo muy complejo. Pasa en otros sectores industriales y en el caso de la sala de cine, la protección y la promoción me parece fundamental por un montón de razones. Al consumir cine en las salas se distribuye la riqueza, hay un señor que tiene una sala, hay un señor que trabaja vendiendo la entrada, hay otro tipo que compra unas palomitas, te coges un taxi para llegar, termina la película y te vas a tomar una caña, al margen de lo positivo que es ver en colectividad una película y no tú solo en tu casa. Creo que el Estado debe tomar cartas en el asunto, igual que ha hecho, por ejemplo, con el bono cultural. De alguna manera es importante que no se pierda la experiencia de ir a las salas de cine».



'Dímelo bajito'

A451: Antes has hablado de una película clave en la carrera de Vaca Films como es 'Celda 211' pero ¿qué otras películas crees que son un hito en tu carrera?

E.L: «Te diría que 'Welcome to Harmony' ('Extinction') de Miguel Ángel Vivas fue una película muy relevante para nosotros, porque la rodamos en Budapest, en inglés, con actores americanos, protagonizada por Matthew Fox. Era una coproducción internacional con Sony, que la mantiene en su catálogo y la sigue vendiendo en todo el mundo. 'Welcome to Harmony' es una película que todos los años nos reporta ingresos porque se sigue viendo en el mundo entero. Fue un hito para nosotros porque tuvimos que hacer un modelo de producción un poco más americano, con equipo extranjero, con todo lo que implica una coproducción con Estados Unidos. No fue tan importante desde el punto de vista de taquilla en España, sino como experiencia de producción. Otra producción clave para nosotros fue 'El desconocido', de Dani de la Torre, que es una película que en

Galicia se sintió como una película muy importante, sobre todo para la ciudad de A Coruña, porque rodamos todos los días en exteriores. 'El Desconocido' fue la película como que marcó un antes y un después de Vaca Films en A Coruña, sí. En Coruña hay una cosa que se dice mucho, que Vaca Films es de los coruñeses, que son muy de apropiarse las cosas. También pondría en esta lista 'Quien a hierro mata', que para mi es un peliculón y soy fan número uno de Paco Plaza, me encantaría volver a trabajar con él. Le tenemos un especial cariño igualmente a 'Cien años de perdón', de Daniel Calparsoro, un director que no podía faltar. Con Calparsoro hemos hecho muchas películas, esta fue una película que funcionó muy bien y creo que es de las mejores películas de Daniel».



'El Circo de los Muchachos'.

A451: Una de las cosas más importantes que habéis hecho, bajo mi punto de vista, es crear un verdadero sello Vaca Films, algo que se ve muy bien en los thrillers que producís, películas con ritmo, con escenas de acción, con ambición comercial pero siempre con cierto contenido social o contextualizadas en temas actuales ¿Crees que existe realmente ese sello Vaca Films?

E.L: «Tanto es así que te diré que a veces se estrena alguna película que no es nuestra y nos desean suerte. Nos pasó por ejemplo con 'Todos los nombres de Dios' que está dirigida también por Daniel Calparsoro. Creo que eso tiene que ver con que nuestra productora es una productora muy de productor creativo. Nosotros somos los que generamos los proyectos, apoyándonos en directores y guionistas o apoyándonos en la literatura. Las películas suelen salir de nosotros, no nos presentan proyectos y los producimos. Borja (Pena) y yo nos movemos por

nuestros gustos personales, por lo que a nosotros nos gusta personalmente, películas como por ejemplo 'JFK', 'Casino', 'Uno de los Nuestros', 'El Padrino'… ese es el tipo de cine que nos gusta, un cine comercial, pero con mensaje, con cierta trascendencia. Un cine que hable de política, de la sociedad, de temas candentes, películas que tengan muchas capas y que haya gente que se quede en la primera capa y otra que llegue hasta la quinta. El cine que nos gusta como espectadores es el cine que hacemos como productores, nos hemos especializado y nos sentimos muy cómodos».



La Academia de Televisión reúne en un desayuno profesional a los nominados a Mejor Dirección de Ficción “Antonio Mercero” en los Premios Iris 2025

10 de diciembre de 2025

La Academia de Televisión y de las Ciencias y las Artes del Audiovisual, en colaboración con la Fundación SGAE y el Ministerio de Cultura, celebró ayer, 9 de diciembre, en el Palacio de Longoria un nuevo desayuno profesional con los nominados a Mejor Dirección de Ficción “Antonio Mercero” de los Premios Iris 2025. Un encuentro que reunió a los responsables de algunas de las ficciones más destacadas de la temporada. El coloquio estuvo moderado por Conchi Cascajosa, académica y profesora titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid.



En el acto participaron reconocidos creadores y productores del sector vinculados a las series nominadas como: Susana Herrera por Querer (Movistar Plus+), Alejando Flórez por Celeste (Movistar Plus+), José María Caro por Cuando nadie nos ve (HBO Max), Félix Sabroso por Furia (HBO Max), Javier Ferreiro por Mariliendre (atresplayer) y Agustín Martínez por Dos Tumbas (Netflix.).La conversación se abrió con una reflexión sobre el cambio de paradigma en la dirección de ficción, donde cada vez es más habitual que un único director, o un dúo creativo, asuma la totalidad de los capítulos de una serie. Una tendencia que, en palabras de los participantes, exige "fortaleza mental y física" y que refuerza la idea de autoría como elemento diferenciador en la ficción actual.

Susana Herrera, por la serie Querer (Movistar Plus+), puso en valor la elección de Alauda Ruiz de Azúa como directora por su capacidad para combinar una autoría sólida con un cuidado trabajo en equipo. El proyecto fue presentado como un ejemplo de colaboración orgánica, donde la directora asumió y reformuló la idea original hasta hacerla completamente propia.

Alejandro Flórez, por la serie Celeste (Movistar Plus+), subrayó el reto de comunicar una premisa compleja: "una inspectora de Hacienda" y convertirla en una propuesta atractiva y singular. Destacó la estrecha relación creativa entre el showrunner Diego San José y la directora Elena Trapé, un tándem basado en la retroalimentación constante y el respeto mutuo de roles.

José María Caro por la serie Cuando nadie nos ve (HBO Max) remarcó que Enrique Urbizu fue la elección natural para liderar este proyecto al que aportó su sello personal y una autoría incontestable. Urbizu, involucrado desde la adaptación del guion, marcó profundamente la estructura de la serie, convirtiendo el proyecto en un reflejo de su personalidad creativa.

Félix Sabroso, director y creador de Furia (HBO Max), explicó que la serie nació como un caleidoscopio de la contemporaneidad, fruto de su necesidad de contar historias tras años de gestión ejecutiva. Su tono satírico y su uso de la ironía y la comedia se presentaron como herramientas de distanciamiento creativo para comprender mejor la realidad y su complejidad emocional.

Javier Ferreiro director y creador de Marilendre (atresplayer), asumió la dirección de los cinco episodios como un auténtico "salto de fe" apoyado por la producción. El proyecto, profundamente personal, supone una rareza en el panorama actual: una comedia musical con 21 números que aborda temas como la amistad y la noche envueltos en canciones pop de los 2000. El director subrayó la importancia del equipo y la diversidad en el casting como pilares esenciales del proyecto.

Agustín Martínez, showrunner y creador de Dos Tumbas, destacó la sintonía del director Kike Maíllo con el tono visual intenso y dramático de la serie. Subrayó también la figura de Antonio Mercero, cuyo legado da nombre al premio, y la necesidad de una dirección contundente y altamente emocional en una ficción de pocos capítulos.

Como cierre del encuentro, los ponentes coincidieron en destacar que la ficción actual vive un momento de audacias formales y narrativas, en el que asumir riesgos se ha convertido en una herramienta imprescindible para construir historias capaces de conectar con el público. Defendieron la valentía creativa como sello distintivo de esta generación.

Estos encuentros profesionales se enmarcan en una serie de desayunos, que cuentan con el apoyo del Ministerio de Cultura, Madrid Film Office y Film Madrid, previos a la entrega de los Premios Iris 2025 que tendrán lugar el próximo 16 de febrero de 2028 en el Teatro Real.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

La Academia de Televisión reúne en un desayuno a los nominados a Mejor Dirección de Ficción en los Premios Iris 2025

Por Marco Sánchez Sequera -10 diciembre, 2025



La Academia de Televisión y de las Ciencias y las Artes del Audiovisual, en colaboración con la Fundación SGAE y el Ministerio de Cultura, celebró este 9 de diciembre, en el Palacio de Longoria, un nuevo desayuno con los nominados a Mejor Dirección de Ficción «Antonio Mercero» de los Premios Iris 2025. El coloquio estuvo moderado por Concepción Cascajosa, profesora de la Universidad Carlos III de Madrid.

En el acto participaron creadores y productores del sector vinculados a las series nominadas, como Susana Herrera, por 'Querer' (Movistar Plus+); Alejando Flórez, por 'Celeste' (Movistar Plus+); José María Caro, por 'Cuando nadie nos ve' (HBO Max); Félix Sabroso, por 'Furia' (HBO Max); Javier Ferreiro, por 'Mariliendre' (atresplayer); y Agustín Martínez, por 'Dos tumbas' (Netflix). La conversación se abrió con una reflexión sobre el cambio de paradigma en la dirección de ficción, donde cada vez es más habitual que un único director, o un dúo creativo, asuma la totalidad de los capítulos de una serie.

Directores en la ficción española

Susana Herrera puso en valor la elección de Alauda Ruiz de Azúa como directora de 'Querer' por su capacidad para combinar una autoría sólida con un cuidado trabajo en equipo. El proyecto fue presentado como un ejemplo de colaboración orgánica, donde la directora reformuló la idea original hasta hacerla completamente propia.

Alejandro Flórez subrayó, en el caso de 'Celeste', el reto de comunicar una premisa compleja, «una inspectora de Hacienda», y convertirla en una propuesta atractiva. Destacó la estrecha relación creativa entre el showrunner Diego San José y la directora Elena Trapé, un tándem basado en la retroalimentación constante y el respeto mutuo de roles.

José María Caro remarcó que Enrique Urbizu fue la elección natural para liderar 'Cuando nadie nos ve', proyecto al que aportó su sello personal y una autoría incontestable.

Urbizu, involucrado desde la adaptación del guion, marcó profundamente la estructura de la serie, convirtiendo el proyecto en un reflejo de su personalidad creativa.

Félix Sabroso explicó que 'Furia' nació como un caleidoscopio de la contemporaneidad, fruto de su necesidad de contar historias tras años de gestión ejecutiva. Su tono satírico y su uso de la ironía y la comedia se presentaron como herramientas de distanciamiento creativo para comprender mejor la realidad y su complejidad emocional.

Javier Ferreiro asumió la dirección de los cinco episodios de 'Mariliendre' como un auténtico «salto de fe» apoyado por la producción. El proyecto, profundamente personal, supone una rareza en el panorama actual: una comedia musical con 21 números que aborda temas como la amistad y la noche envueltos en canciones pop de los 2000. El director subrayó el equipo y la diversidad en el casting como pilares del proyecto.

Agustín Martínez destacó la sintonía del director Kike Maíllo con el tono visual intenso y dramático de 'Dos tumbas'. Subrayó también la figura de Antonio Mercero y la necesidad de una dirección contundente y emocional en una ficción de pocos capítulos.

Estos encuentros profesionales se enmarcan en una serie de desayunos, que cuentan con el apoyo del Ministerio de Cultura, Madrid Film Office y Film Madrid, previos a la entrega de los Premios Iris, que tendrá lugar el 16 de febrero de 2026 en el Teatro Real.

kinótico

Actualidad



La directora Carla Simón charla con un grupo de actores durante el rodaje de 'Romería' · Fotografía: MARIO LLORCA

PREMIOS GOYA

Miguel Garcés, el guion de 'Romería' y 'Mi única familia', algunas de las sorpresas de las candidaturas a los Goya 2026

219 largometrajes españoles aspiran a los Premios Goya 2026: 123 son de ficción, 87 son documentales y 9 son de animación. 67 de ellas son óperas primas

Daniel Mantilla Madrid 10.12.2025

219 películas españolas estrenadas en nuestro país entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025 optan a la 40 edición de los Premios Goya. De estas 219 producciones, 123 son de ficción, 87 son documentales y 9 son de animación. 67 de ellas, además, son óperas primas. En cuanto a los guiones inscritos, 130 son originales y 42 adaptados, como se desprende de las candidaturas hechas oficiales este miércoles por la tarde por parte

de la Academia de Cine. Estos 219 largos se unen a las listas previamente comunicadas de las categorías de Mejor Película europea, de Mejor Película iberoamericana y las de Mejor Cortometraje.

Es en el terreno de los libretos donde ha llegado una de las sorpresas del anuncio: Carla Simón competirá en la categoría de Mejor Guion adaptado con 'Romería', aprovechando la inspiración en las cartas escritas por la madre de la directora y guionista. En la hemeroteca de la categoría encontramos novelas, cómics, obras de teatro, relatos cortos, pero nunca el género epistolar hasta ahora. El cambio de planes libera la previsible nominación de la autora de 'Alcarràs', despejando el camino a la categoría de Mejor Guion original a ganadores de ese mismo premio como Agustin Díaz Yanes, Alejandro Amenábar y Alberto Rodríguez.

Históricamente, las reglas para estipular lo que es una adaptación y un guion original en los Goya han sido más interpretables que en premios como los Oscar. Por ejemplo, en el año 2013 'Blancanieves' y 'Lo imposible' compitieron como guiones originales a pesar de que Pablo Berger adaptó libremente el popular cuento y J.A. Bayona llevó al cine la historia de María Belón y su familia, retratada por ella con todo tipo de detalles durante una llamada a La Ventana. Pasó lo mismo en 1989 con 'Mujeres al borde de un ataque de nervios', inspirada libremente por 'La voz humana', de Jean Cocteau, aunque Pedro Almodóvar finalmente se quedó con muy pocos elementos de la obra del francés.

Entre los actores

En el capítulo interpretativo la gran novedad es la confirmación de la inscripción de Miguel Garcés como Mejor Actor protagonista en 'Los domingos', después de ser nominado como Mejor Actor secundario en los Premios Feroz y de que se contemplara la idea de presentarlo como Mejor Actor revelación en los premios de la Academia. A pesar de la competición con pesos pesados del cine español, los votantes tendrán una oportunidad de demostrar con el patriarca de 'Los domingos' hasta qué punto llega su devoción por el drama de Alauda Ruiz de Azúa. La mayoría de decisiones clave de la campaña ya fueron avanzadas por Kinótico el 19 de octubre.

Otra de las sorpresas que arroja el anuncio de la Academia de Cine es la destacada presencia de 'Mi única familia', candidata a todo gracias a la participación en la producción de The Mediapro Studio. Gracias a su aparición en la última película de Mike Leigh, la actriz Marianne Jean-Baptiste ganó en los premios de la Crítica de Nueva York, la Crítica de Los Ángeles y los Premios del Cine Independiente Británico (BIFA), entre otras. Ahora puede optar al Goya. 'Balearic', la ópera prima de Ion de

Sosa, es la producción con más inscripciones en la 40 edición de los Goya: 30, incluyendo 17 para sus actores.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 14
AVE: 6934 €
ÁREA: 172 CM² - 40%

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

11 Diciembre, 2025



Orient Hontai ficha a Oozi Cats, prófugo durante años en EEUU, para Mediapro

El fondo chino nombra al empresario israelí como consejero en la renovación ejecutiva

Carles Huguet BARCELONA.

Aunque los focos de la renovación ejecutiva de Mediapro se los llevó Sergio Oslé, el ex consejero delegado de Movistar+ no fue el único nombramiento del grupo audiovisual. Junto al nuevo presidente, el fondo chino Orient Hontai –el accionista de referencia de la compañía- incorporó a Carlos Nuñez, expresidente de Prisa Media, y al polémico empresario israelí Oozi Cats, prófugo de la justicia estadounidense durante décadas por un presunto fraude inmobiliario en Boston.

Desconocido para el gran público, Cats fue protagonista durante semanas en la prensa italiana y británica cuando ocupaba el cargo de consejero delegado de Telit Communications –hoy Telit Cinterion–, empresa británica dedicada al internet de las cosas cotizada en el London Stock Exchange.

Fue hace menos de una década y no por sus méritos empresariales. El periódico italiano *Il Fatto Quotidiano* descubrió que su nombre real era Uzi Katz, un empresario que había huido de Estados Unidos en 1992 después de ser acusado de un fraude inmobiliario conocido como 'land flip', consistente en inflar artificialmente el precio de activos ya sea para venderlo posteriormente a un tercero o para obtener préstamos con un aval muy inferior al valor real.



Oozi Cats, consejero de Mediapro. EE

Cuando se destapó su identidad en 2017, Cats se vio obligado a abandonar su cargo en Telit Communications tras una caída superior al 30% de las acciones. Además, la fiscalía de Boston aseguró que el empresario figuraba como fugitivo con cargos pendientes que no se habían desestimado.

Consultada por *elEconomista.es*, Mediapro confirmó el nombramiento, pero declinó hacer más comentarios. Este medio no ha podido confirmar si se mantiene prófugo.

Desde entonces, eso sí, Cats ha mantenido un perfil bajo. La prensa británica aseguró que percibió 40 millones de libras cuando Telit Communications fue excluida de bolsa tras ser adquirida por Dbay Advisors y Run Liang Tai Management y se le ha vinculado a firmas de ciberseguridad. Ahora, el ejecutivo debería aportar sus conocimientos a nivel tecnológico en el futuro de Mediapro, que ha virado desde una apuesta total por los derechos deportivos a crecer en la prestación de servicios como unidades móviles, producción, transmisión o la explotación del sistema de videoarbitraje (VAR) en algunas competiciones de fútbol, aspectos vinculados al campo del internet de las cosas.

La renovación de Mediapro

La incorporación de Cats se produce tras la sacudida que Orient Hontai (85,6% del capital) dio a Mediapro a finales de octubre con la salida del histórico Tatxo Benet, cofundador de la empresa junto a Jaume Roures -que salió en 2023- y primer ejecutivo hasta la fecha.

El fondo chino decidió restructurar la cúpula de la organización con el nombramiento de Oslé y Nuñez tras la rebaja de calificación de las agencias de *rating* que seguían a la productora y unas perspectivas de negocio a la baja.

> Cats estuvo acusado de un fraude inmobiliario en Boston en la década de los 90

La nueva ejecutiva aterrizó en noviembre y se encuentra en fase de estudio de las iniciativas a tomar para enderezar el rumbo. Según *El Confidencial*, está sobre la mesa un expediente de regulación de empleo (ERE) para 1.000 personas, algo que la firma negó.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 3814 €
ÁREA: 51 CM² - 22%

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

11 Diciembre, 2025



Protagonistas



Sergio Oslé
PRESIDENTE DE MEDIAPRO

Fichaje equivocado
Mediapro nombra consejero a Oozi Cats, un empresario israelí que fue prófugo de la justicia estadounidense por un presunto fraude en Boston. Resulta incomprensible que la empresa haya cometido tal error con este fichaje.



Vicente Fernández
EXPRESIDENTE DE SEPI

Bajo arresto
La UCO detiene al presidente de la SEPI entre 2018 y 2019 en el marco de una operación ordenada en la Audiencia Nacional que lleva la Fiscalía Anticorrupción. La vicepresidenta Montero fue quien puso a Fernández en el cargo.



Filipe Henriques
CONSEJERO DELEGADO DE GASIB

Expansión internacional
Abastible quiere aumentar su presencia en Europa a través de su filial española Gasib. Para ello, analiza oportunidades en Portugal y Francia donde planea replicar el modelo de negocio de butano que tiene ahora en España.



Carlos Peralta
DIRECTOR GENERAL DE VARMA

Oportuna estrategia
Varma, propietaria de marcas como el ron Barceló o el vermut Yzaguirre quiere ampliar su catálogo con enseñas *premium*. Una estrategia que se antoja adecuada para hacer frente a la caída del consumo en bebidas alcohólicas.



Javier Martínez Ojinaga
CONSEJERO DELEGADO DE CAF

Crece en Francia
La francesa SNCF realiza un nuevo pedido de 22 trenes regionales eléctricos para la región sur al consorcio CAF-Alstom, valorado en 250 millones. El contrato impulsa el crecimiento del fabricante ferroviario en el país.

The Hollywood Reporter

MOVIE NEWS

‘Sirat’ Director Oliver Laxe to Get Toronto Film Fest Retrospective (Exclusive)

The French-Spanish auteur’s fourth feature earned the Cannes Jury Prize. Now his earlier body of work is set for a spotlight via the TIFF Cinematheque program.

By Etan Vlessing December 10, 2025 6:42am



Oliver Laxe Toronto Film Festival

Oliver Laxe‘s celebrated fourth feature, *Sirat*, nabbed the Jury Prize at the 2025 Cannes Film Festival.

Now the French-born, Spanish director is set to receive a retrospective of his films over a 15-year career at the Toronto Film Festival’s headquarters, TIFF Lightbox. Curated by TIFF Cinematheque’s Andréa Picard, *Oliver Laxe: Modern Mystic* will showcase rarely screened short films by Laxe, alongside his four features.

That includes his debut feature *You Are All Captains*, which won the FIPRESCI Prize at Cannes in 2010 and will be presented in 35 mm film; and the 2016 feature *Mimosas*, which Laxe shot in the Atlas Mountains and was awarded the Grand Prix of the Cannes Critics’ Week.



His third feature, *O que arde (Fire Will Come)*, won the Jury Prize in the Certain Regard program at Cannes in 2019. *Sirat,* Spain's official Oscar entry, takes place in a near-apocalyptic future and follows a group of ravers as they journey through the Moroccan desert in search of one last party.

Also set for TIFF Lightbox screenings are *The Sky Trembles and the Earth is Afraid and the Two Eyes are not Brothers,* directed by Ben Rivers and starring Laxe in an acting role; the short film *Y la chimeneas decidieron escaper*, co-directed by Saxe and Enrique Aguilar; and another short, *Suena la trompeta, ahora veo otra cara,* directed by Laxe.



Mimosas

TIFF will also screen Laxe's carte blanche selection, *The Naked Island*, the 1960 film directed by Kaneto Shindō and presented in 35 mm film. The Oliver Laxe retrospective, to run Jan. 14 to 18, 2026, will include a live, virtual Q&A with the *Sirat* filmmaker.

Sirat has been nominated for two Golden Globes for best foreign language film and music.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

El docureality ‘Las Berrocal’ tendrá segunda temporada en Movistar Plus+

Por Redacción AV451 -10 diciembre, 2025

Movistar Plus+ ha confirmado la renovación de ‘Las Berrocal’, el docureality que sigue el día a día de la familia formada por Vicky, Rocío, Victoria y Alba.

Producido por The Pool y tras una primera temporada «de descubrimientos, búsquedas personales, confidencias y viajes», ‘Las Berrocal’ seguirán «mostrándonos toda su verdad.»



Según avanza Movistar Plus+, «mientras Vicky se enfrenta a grandes cambios en su vida, Alba da el paso de comprar su propia casa para independizarse y seguir construyendo su proyecto personal y profesional. Por su parte, Rocío se adentra en una nueva etapa donde la visibilidad pública y los retos profesionales conviven con un desafío más íntimo: enfrentarse a sus propios miedos. Mientras tanto, Victoria continúa con sus ganas de vivir y cuidar de las mujeres de su vida. Este es el punto de partida de una segunda temporada en la que las cuatro mujeres hablan sin filtro de temas como el amor, el sexo, la salud mental o de la tiranía de tener que lucir siempre perfectas.»

Esta producción original de Movistar Plus+ contará con seis capítulos de 35 minutos que se estrenarán a lo largo de 2026

EL ESPAÑOL
BLUPER



Cartel de 'Las Berrocal'. Movistar Plus+

Movistar Plus+ da luz verde a la segunda temporada de 'Las Berrocal': así serán los nuevos episodios del docureality

La plataforma de Telefónica anuncia el inicio de rodaje de una próxima tanda del formato protagonizado por Vicky, Rocío, Victoria y Alba.

Merce Moreno 10 diciembre 2025

Vuelven 'las Kardashians españolas' a Movistar Plus+. Vicky Martín Berrocal, Rocío Martín Berrocal, Victoria Martín Serrano y Alba Díaz Martín seguirán descubriéndose a sí mismas en los nuevos episodios de Las Berrocal.

El docureality que produce The Pool regresará a la plataforma de Telefónica en 2026. La nueva temporada constará de seis episodios.

Tras una primera tanda de descubrimientos, búsquedas personales, confidencias y viajes, Vicky, Rocío, Victoria y Alba llegan con nuevos desafíos. Eso sí, manteniendo toda su esencia y su pasión por la vida.

Mientras Vicky se enfrenta a grandes cambios en su vida, Alba da el paso de comprar su propia casa para independizarse y seguir construyendo su proyecto personal y profesional.

Por su parte, Rocío se adentra en una nueva etapa donde la visibilidad pública y los retos profesionales conviven con un desafío más íntimo: hacer frente a sus propios miedos. Mientras tanto, Victoria continúa con sus ganas de vivir y cuidar de las mujeres de su vida.

Este es el punto de partida de una segunda temporada en la que las cuatro mujeres hablan sin filtro de temas como el amor, el sexo, la salud mental o de la tiranía de tener que lucir siempre perfectas



Las Berrocal. Movistar Plus+

En definitiva, las Berrocal vuelven en estado puro. Con su inconfundible glamour y su día a día, su fortaleza y también su parte más vulnerable, mostrando a los suscriptores de Movistar Plus+ toda su verdad.

En declaraciones al grupo ubicado en Tres Cantos, respecto a la continuación del proyecto, Vicky Martín Berrocal señala: "No nos callamos nada y la vida es esa. Vais a meteros en esta familia, en estas mujeres intensas".

"Aprendí, crecí y vuelvo con ganas", reconoce su hija Alba sobre la primera temporada. "Somos verdaderas. Vamos a enseñar la vida, disfrutar con ustedes de todo lo que hagamos", explica Victoria Martín Serrano.

Rocío Martín Berrocal destaca: "El docureality es una oportunidad para mí. Para soltar miedos, mostrarme tal cual soy y enfrentar mis inseguridades".

"No somos ejemplo de nada"

En declaraciones a BLUPER, durante la presentación de la primera temporada de Las Berrocal, Vicky Martín Berrocal aseguró: "Siempre defiendo que somos verdad y que no tenemos filtro. No somos ejemplo de nada, pero esta es nuestra vida y así somos".

"Hace diez años, una amiga mía que sabe mucho de este mundo, me dijo que teníamos la obligación de hacerlo. Me pareció una locura, pero la vida nos ha llevado aquí porque todo pasa por algo", expuso la que fue colaboradora de Tardear.

Las Berrocal arrasan con un despliegue de moda absoluta: así presentan la segunda temporada de su docu-reality en Movistar Plus+

Victoria, Vicky, Rocío y Alba Díaz reaparecen juntas con cuatro looks que adelantan el tono de la nueva entrega: más moda, más verdad y más complicidad familiar



Los loooks de las 'Berrocal' para el estreno de su documental.Gtres

Gemma Martos Creada: 10.12.2025

La familia Berrocal está de vuelta. Movistar Plus+ ha confirmado la segunda temporada de su docu-realityy lo ha hecho con un avance que no solo anuncia nuevas tramas y momentos íntimos, sino un auténtico festival de estilo protagonizado por Victoria, sus hijas Vicky y Rocío, y su nieta Alba Díaz. Cuatro mujeres, cuatro generaciones de carácter, y cuatro looks que ya han revolucionado a los fans.

El vídeo compartido por la plataforma muestra un encuentro familiar lleno de abrazos, risas, brindis y emoción contenida. Pero también deja claro cuál será uno de los ingredientes esenciales de esta nueva entrega: la moda como lenguaje emocional y como sello de identidad del clan Berrocal. Cada una aparece con un estilismo que representa a la perfección su propia forma de estar en el mundo.

Victoria Berrocal: el brillo sobrio que nunca falla

Victoria, matriarca del clan, reaparece con un vestido negro con brillos, una prenda elegante y poderosa que refleja esa mezcla de fuerza y sofisticación que siempre la acompaña. El diseño abraza su silueta sin exageraciones, con un tejido que capta la luz justo en los puntos necesarios. Su actitud, serena pero emocionada, hace que el

look cobre aún más sentido: ella marca el tono, contiene la historia y viste con la autoridad natural de quien lleva años habitando el mundo de la moda.



Vicky Martín Berrocal: el total black más pulido y actual

Vicky Marín Berrocal apuesta por un total black impecable, elevando la combinación con un chaleco estructurado que aporta volumen y fuerza al estilismo. La diseñadora domina el minimalismo sin renunciar al magnetismo, y este look lo demuestra al instante: líneas limpias, silueta definida y ese aire de mujer segura que ya es parte de su firma personal. Su presencia en el adelanto transmite cercanía, entusiasmo y humor, tres elementos que serán esenciales en la nueva temporada.

Rocío Martín Berrocal: sensualidad y frescura en un vestido corsetero

Rocío aporta el punto más juvenil y sofisticado con un vestido corsetero satinado, en un tono neutro que realza su piel y resalta la estructura del diseño. El escote pronunciado, las costuras marcadas y el brillo suave del tejido crean un look moderno y sensual sin caer en excesos. Sus joyas delicadas y su melena suelta terminan de construir una imagen fresca, luminosa y muy acorde a su personalidad espontánea.

Alba Díaz: piel, tendencia y actitud en un palabra de honor

Alba, de nuevo morena, se decanta por un vestido palabra de honor de piel, una prenda que imprime carácter al instante. El diseño, de acabado brillante y estructura arquitectónica, es puro fashion statement. Alba encarna la evolución estética del apellido: más arriesgada, más trendy y con una seguridad que conecta con una audiencia más joven y digital.

Un regreso que promete moda, emoción y verdad

Con este adelanto, Movistar Plus+ deja claro que la segunda temporada de Las Berrocal será más intensa, más íntima y más estilosa. La moda vuelve a funcionar como hilo conductor, como puente entre generaciones y como forma de expresar quiénes son dentro y fuera de cámara.

Las Berrocal regresan “en estado puro”, y lo hacen demostrando que pocas familias combinan con tanta naturalidad el espectáculo, la emoción y el estilo.

infobae

ESPAÑA>

Movistar Plus+ confirma la segunda temporada de ‘Las Berrocal’: comienza el rodaje con Vicky Martín Berrocal y su familia

Alba Díaz Martín, Rocío Martín Berrocal y Victoria Martín Serrano también volverán a protagonizar esta segunda entrega

Por Alejandro Burrueco 10 Dic, 2025



Segunda temporada de 'Las Berrocal' (Movistar Plus+)

Movistar Plus+ ha confirmado el regreso de Las Berrocal y ya tiene fecha prevista: la segunda temporada del docureality protagonizado por Vicky Martín Berrocal, Rocío Martín Berrocal, Victoria Martín Serrano y Alba Díaz Martín se estrenará en 2026. La plataforma ha confirmado que la nueva entrega, que acaba de comenzar su rodaje, constará de seis episodios de 35 minutos cada uno, en los que las protagonistas afrontarán nuevos retos personales y profesionales.

La familia mantendrá la esencia que la caracteriza y que ya mostró en la primera temporada. En esta segunda temporada de Las Berrocal explorará en profundidad las transformaciones y desafíos que viven sus protagonistas. Vicky Martín Berrocal se enfrentará a importantes cambios en su vida, mientras que Alba Díaz Martín decidirá dar un paso hacia la

independencia al comprar su propia vivienda, con el objetivo de consolidar su proyecto personal y profesional.

Por su parte, Rocío Martín Berrocal iniciará una etapa en la que la exposición pública y los retos laborales se entrelacen con un proceso más íntimo: superar sus propios miedos. Victoria Martín Serrano, por su lado, continuará mostrando su vitalidad y su dedicación al cuidado de las mujeres de su entorno.



Movistar Plus ha anunciado la segunda temporada del docureality 'Las Berrocal'

Los temas de ‘Las Berrocal’

Esta segunda entrega de Las Berrocal abordará temas como el amor, el sexo, la salud mental y la presión social por mantener una imagen perfecta. Las cuatro protagonistas han asegurado que seguirán mostrando su día a día con honestidad, combinando glamour, fortaleza y vulnerabilidad. El docureality, producido por Movistar Plus+ en colaboración con The Pool, mantiene su apuesta por ofrecer una visión sincera y sin filtros de la vida de la familia.

En palabras de las propias protagonistas, recogidas en la nota de prensa de Movistar Plus+, la nueva temporada promete mantener la autenticidad que ha definido el formato. Vicky Martín Berrocal ha hablado sobre esa falta de filtro que muestran con su formato: “No nos callamos nada y la vida es esa. Vais a meteros en esta familia, en estas mujeres intensas”.

“Aprendí, crecí y vuelvo con ganas”, ha dicho Alba Díaz Martín rememorando la primera temporada. Victoria Martín Serrano ha destacado que son “verdaderas”: “Vamos a enseñar la vida, dar cariño, disfrutar con ustedes de todo lo que hagamos”. A su vez, Rocío Martín Berrocal ha

subrayado lo importante que es para ella el programa: "El docureality es una oportunidad para mí: para soltar miedos, mostrarme tal cual soy y enfrentar mis inseguridades".



Victoria Martín Serrano, Alba Díaz, Vicky Martín Berrocal y Rocío Martín Berrocal en 'Las Berrocal' (MOVISTAR PLUS+).

Alba, la pequeña de 'Las Berrocal'

La familia ya no es solo conocida a nivel televisivo y en la prensa del corazón, sino que Alba ha expandido su universo familiar gracias a su proyección en redes sociales. La hija de Manuel Díaz 'El Cordobés' podría haber vivido a la sombra de la fama de sus padres, pero decidió hacerse su propio hueco para mostrar su identidad.

Durante la promoción de esa primera temporada, la joven habló con Infobae España sobre la importancia de visibilizar el lado humano de los rostros públicos: "Es necesario que se baje a tierra a las personas que son conocidas. Creo que en las relaciones entre familiares hay que normalizar las discusiones, que alguien no esté de acuerdo, el comunicarse, pelearse, etc. Entender que tienes una mochila y que no eres solamente lo que eres hoy, sino lo que han vivido tus antepasados".

Vuelven Las Berrocal: arranca el rodaje de la T2

ActualidadNoticiasCine & SeriesSeries y TVEntretenimiento

diciembre 10, 2025 Por Redacción



El maravilloso, único e intenso universo de 'Las Berrocal' vuelve en 2026 a Movistar Plus+. Tras una primera temporada de descubrimientos, búsquedas personales, confidencias y viajes, Vicky, Rocío, Victoria y Alba llegan con nuevos desafíos, eso sí, manteniendo toda su esencia y su pasión por la vida.

Mientras Vicky se enfrenta a grandes cambios en su vida, Alba da el paso de comprar su propia casa para independizarse y seguir construyendo su proyecto personal y profesional. Por su parte, Rocío se adentra en una nueva etapa donde la visibilidad pública y los retos profesionales conviven con un desafío más íntimo: enfrentarse a sus propios miedos. Mientras tanto, Victoria continúa con sus ganas de vivir y cuidar de las mujeres de su vida. Este es el punto de partida de una segunda temporada en la que las cuatro mujeres hablan sin filtro de temas como el amor, el sexo, la salud mental o de la tiranía de tener que lucir siempre perfectas.

Las Berrocal vuelven en estado puro; con su glamour y su día a día, su fortaleza y su parte más vulnerable, mostrándonos toda su verdad.

Lo que dicen las Berrocal

Vicky: «No nos callamos nada y la vida es esa. Vais a meteros en esta familia, en estas mujeres intensas».

Alba: «Aprendí, crecí y vuelvo con ganas».

Victoria: «Somos verdaderas. Vamos a enseñar la vida, dar cariño, disfrutar con ustedes de todo lo que hagamos».

Rocío: «El docureality es una oportunidad para mí: para soltar miedos, mostrarme tal cual soy y enfrentar mis inseguridades».

'Las Berrocal' es un docureality original Movistar Plus+ en colaboración con The Pool.

La T2 de 'Las Berrocal' tendrá seis episodios (35') y su estreno está previsto en 2026 en Movistar Plus+.

La T1 está disponible en la plataforma.



neeo 10 de diciembre de 2025

Vuelven «Las Berrocal»: arranca el rodaje de la segunda temporada en Movistar Plus+



Vicky Martín Berrocal, Rocío Martín Berrocal, Victoria Martín Serrano y Alba Díaz Martín regresan con nuevos retos y confesiones en la segunda temporada del docureality original de Movistar Plus+.

El universo único e intenso de Las Berrocal volverá en 2026 a Movistar Plus+. Tras una primera temporada marcada por descubrimientos, confidencias y viajes, Vicky, Rocío, Victoria y Alba afrontan ahora nuevos desafíos, manteniendo intacta su esencia y su pasión por la vida.

Nuevas etapas personales

En los próximos episodios, Vicky se enfrenta a grandes cambios en su vida, mientras Alba da el paso de independizarse con la compra de su propia casa, construyendo así su proyecto personal y profesional. Rocío inicia una etapa en la que la visibilidad pública y los retos profesionales conviven con un desafío íntimo: enfrentarse a sus propios miedos. Por su parte, Victoria continúa con su energía vital y su deseo de cuidar de las mujeres de su vida.

La segunda temporada mostrará a las cuatro protagonistas hablando sin filtros sobre temas como el amor, el sexo, la salud mental o la presión social de tener que lucir siempre perfectas.

Las Berrocal en estado puro

Con su glamour y su día a día, su fortaleza y su vulnerabilidad, Las Berrocal vuelven mostrando toda su verdad. Ellas mismas lo resumen así:

- Vicky: "No nos callamos nada y la vida es esa. Vais a meteros en esta familia, en estas mujeres intensas".
- Alba: "Aprendí, crecí y vuelvo con ganas".
- Victoria: "Somos verdaderas. Vamos a enseñar la vida, dar cariño, disfrutar con ustedes de todo lo que hagamos".
- Rocío: "El docureality es una oportunidad para mí: para soltar miedos, mostrarme tal cual soy y enfrentar mis inseguridades".

Producción y estreno

Las Berrocal es un docureality original de Movistar Plus+ en colaboración con The Pool. La segunda temporada contará con seis episodios de 35 minutos y su estreno está previsto para 2026 en la plataforma.



Señal News>Digital>Streaming

La segunda temporada de "Las Berrocal" llegará en 2026 a Movistar Plus+

Realizado en colaboración con The Pool, el docureality sigue la vida, búsquedas personales, viajes y confidencias de Vicky, Rocío, Victoria y Alba.

por Señal News 10 DEC 2025

El maravilloso, único e intenso universo de “Las Berrocal” vuelve en 2026 a Movistar Plus+. El docureality original de la plataforma, en colaboración con The Pool, estrenará su siguiente entrega el próximo año. Tras una primera temporada de descubrimientos, búsquedas personales, confidencias y viajes, Vicky, Rocío, Victoria y Alba llegan con nuevos desafíos, eso sí, manteniendo toda su esencia y su pasión por la vida. “Las Berrocal” vuelven en estado puro; con su glamour y su día a día, su fortaleza y su parte más vulnerable, mostrándonos toda su verdad.

"No nos callamos nada y la vida es esa. Vais a meteros en esta familia, en estas mujeres intensas", dice Vicky.

"Somos verdaderas. Vamos a enseñar la vida, dar cariño, disfrutar con ustedes de todo lo que hagamos", asegura Victoria.

Mientras Vicky se enfrenta a grandes cambios en su vida, Alba da el paso de comprar su propia casa para independizarse y seguir construyendo su proyecto personal y profesional. Por su parte, Rocío se adentra en una nueva etapa donde la visibilidad pública y los retos profesionales conviven con un desafío más íntimo: enfrentarse a sus propios miedos. Mientras tanto, Victoria continúa con sus ganas de vivir y cuidar de las mujeres de su vida. Este es el punto de partida de una segunda temporada en la que las cuatro mujeres hablan sin filtro de temas como el amor, el sexo, la salud mental o de la tiranía de tener que lucir siempre perfectas.

"El docureality es una oportunidad para mí: para soltar miedos, mostrarme tal cual soy y enfrentar mis inseguridades", afirma Rocío.

culturaenserie

‘Las Berrocal’ renuevan Movistar Plus+ con una temporada más

Por J Vallejo 10 diciembre, 2025

La segunda temporada de ‘Las Berrocal’ ya es una realidad y Movistar Plus+ la estrenará en 2026.



Tras un primer curso marcado por descubrimientos personales, confesiones sin filtros y viajes que reforzaron sus vínculos, Vicky, Rocío, Victoria y Alba vuelven con nuevas metas, dudas y certezas… siempre envueltas en ese universo tan suyo que mezcla glamour, vulnerabilidad y una intensidad emocional absolutamente reconocible.

En esta nueva etapa, la serie profundiza en cómo viven, sienten y se reinventan estas cuatro mujeres que han logrado conectar con el público por su autenticidad.

La plataforma mantiene el formato de docureality original producido junto a The Pool, pero amplía el foco hacia cuestiones que atraviesan a buena parte de la sociedad: amor, sexo, salud mental, autoexigencia y la presión por mostrarse perfectas. Todo contado en primera persona y desde la honestidad que caracterizó a la primera temporada.

Vicky afronta algunos de los cambios más importantes de su vida, una etapa de transformaciones que ella misma define como un viaje hacia la verdad sin miedo a mostrarse tal cual es. Alba, por su parte, se lanza a uno de los pasos clave de su independencia: comprar su propia casa, un

movimiento que simboliza su deseo de seguir creciendo profesional y emocionalmente.



Rocío encara un año determinante, en el que la exposición pública y los retos laborales se mezclan con un desafío mucho más íntimo: aprender a convivir con sus miedos y atreverse a mostrarlos ante la cámara. Mientras tanto, Victoria continúa siendo ese faro vitalista que cuida, acompaña y sostiene a las mujeres de su familia, reivindicando que vivir con ganas también es una forma de resistencia.

La temporada incluirá seis episodios de 35 minutos, manteniendo así un formato ágil que invita a seguirlas casi como si el espectador formara parte de su día a día. Desde Movistar Plus+ señalan que 'Las Berrocal' regresan "en estado puro", con toda su fuerza emocional, su humor espontáneo y esa mezcla de glamour y cotidianidad que convirtió a la T1 en un retrato tan cercano como adictivo.

Las propias protagonistas resumen el tono de lo que viene: Vicky insiste en que "no nos callamos nada", mientras que Alba habla de evolución: "Aprendí, crecí y vuelvo con ganas". Victoria promete verdad y cariño, y Rocío confiesa que esta oportunidad le permite soltar inseguridades y enfrentarse a sí misma, una de las líneas emocionales más potentes del nuevo curso.

Con la primera temporada disponible en la plataforma, Movistar Plus+ refuerza su apuesta por un formato que ha sorprendido por su frescura y que este año promete ir un paso más allá, mostrando el lado más humano, luminoso y también frágil de las Berrocal. Porque, al final, su éxito nace justo de ahí: de decir lo que sienten, como lo sienten, sin filtros y sin miedo a equivocarse.

SEMANA

17 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 92-93
AVE: 25799 €
ÁREA: 2643 CM² - 198%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE



FLORES PARA ANTONIO

Se reconcilia con el recuerdo de su padre:

Alba Flores: "No pude despedirme de mi padre"

La actriz acaba de estrenar un documental en el que repasa la vida de Antonio Flores, esa que no había querido revisitar desde su muerte

HIJA, nieta, sobrina y prima de artistas, Alba Flores (39) se ha criado en una de las familias más importantes del país. Eso, durante mucho tiempo, la paralizó. Cuando perdió a su padre, Antonio Flores, en 1995, cuando ella solo tenía 8 años, dejó de cantar. Así se ha mantenido durante más de tres décadas, encerrando los recuerdos en lo más profundo de su corazón para que doliesen menos. Ahora, recupera su voz y su historia en el documental *Flores para Antonio* que está arrasando en los cines. Más sincera y honesta que nunca, la actriz ha concedido una entrevista en *Al cielo con ella*, en la que ha hablado de su familia, de sus sueños y de su duelo.



"Ya he resuelto lo que tenía que resolver en la vida", dice Alba, que triunfa como actriz.

SEMANA

PAÍS: España
PÁGINAS: 92-93
AVE: 25799 €
ÁREA: 2643 CM² - 198%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE

17 Diciembre, 2025





Alba junto a su padre, Antonio Flores, en una de las imágenes del documental.

¿De verdad has estado más de treinta años sin hablar con tu familia de la muerte de tu padre?

Sí. Esto sorprende mucho a la gente, pero a mí no me sorprende tanto. Creo que he tenido suerte. Cuando hay un trauma, un dolor tan fuerte, no es tan fácil hablarlo con tu familia y hay gente que se muere sin poderlo hablar. No tenemos una educación de saber hablar de estas cosas. En mi familia se han hablado las cosas cuando yo estaba preparada y me siento afortunada.

¿Has preguntado todo lo que querías preguntar?

Todo. Todo, me he quedado muy a gusto, muy tranquila. Ya he resuelto lo que tenía que resolver en la vida y ahora solo me queda disfrutar.

¡Qué duro es vivir un duelo cuando tu familia es tan conocida!

Sí, es una circunstancia muy particular. Cuando muere mi padre a mí no me llevaron al funeral, así que yo no pude despedirme de él. Y de alguna manera el documental es mi despedida.

¿No te pudiste despedir?

De pequeña no me pude despedir porque mi familia decidió llevarme lejos. La prensa en aquel momento fue una locura y yo me he peleado durante toda mi infancia y mi adolescencia mucho con eso. "¿Por qué no me llevaron?", me decía todo el rato. Y ahora que ya soy más adulta, lo entiendo. Era una sobreexposición tan fuerte que creo que el trauma habría sido peor si yo me hubiese visto envuelta ahí. Igual si no hubiese estado toda la circunstancia de la fama, sí que habría ido y sí que habría sido lo más sano, para haber podido despedirme de mi padre. Aunque hubiese sido muy duro y muy difícil.

¿Por qué has decidido hacer el documental ahora?¿Era un proyecto tuyo o te lo ofrecieron?

No. Ha sido la vida abriéndose camino. Ya me lo plantearon en otras ocasiones, pero yo no me sentía preparada.

¿Estás contenta con el resultado final?

Una de las cosas en las que yo me empeñé muchísimo desde el principio es que para mí era importante que fuese una celebración de su vida. Porque como su muerte fue tan prematura, tan traumática y tan inesperada, eso toma un espacio que no es justo. Porque este señor, que es mi padre, vivió con alegría y dejó una cantidad de canciones, de vida y de creatividad, que había que equilibrar un poco la balanza.

¿Cuál es tu canción favorita de tu padre?

Es muy difícil elegir entre todas mis 'hermanas'. Va por épocas. *La Estrella* es una canción que compuso mi padre, que me la escribió a mí y que está en un disco de mi tía Rosario, cantada por ella. De alguna manera, *Alba* es una canción más pública, que todo el mundo sabe que me la hizo a mí y *La estrella* era la canción que sabía que era mía, pero lo sabía en privado. He tenido una conexión más íntima con ella.

Nieta de Lola Flores y del del Pescaílla, hija de Antonio Flores, sobrina de Lolita y de Rosario, prima de Elena Furiase...Tiene que ser dificilísimo crearse una identidad propia con este árbol genealógico.

Bueno, sí y no. Una cosa es cómo se ve desde fuera mi familia y luego cómo lo vivimos nosotros desde dentro. Yo he conocido gente a lo largo de mi vida que tiene mucha más presión desde dentro de su familia que la que tengo yo. A mí me han fomentado mucho la búsqueda individual y la libertad.

> "En mi casa siempre se ha dicho que canta mejor mi tía Lolita. Pero que es más animal de directo mi tía Rosario"

Tú también tuviste un éxito arrollador desde muy joven.

Había una época en la que me iba muy bien como actriz, pero tampoco me sentía muy realizada. Yo decía: "Pero ¿y de quién es este sueño que estoy viviendo?. Porque no es mío". No era mi sueño. Yo estaba contenta con vivir dignamente de mi trabajo, hacer cosas interesantes, pero no soñaba con ser una estrella mundial.

¿No te gustaría acabar en Hollywood?

No. ¿Tú has visto cómo está Estados Unidos? Yo soy bastante especialista en ganar poquísimo dinero. Te lo juro (risas).

Perteneciendo a una saga como los Flores, ¿nunca te llegaste a plantear vivir del aire?

¿En plan nepobaby? No.

¿Tenéis algún grupo de *WhatsApp* en tu familia?

Sí, tenemos varios. Hay generacionales. Está la generación de mis primos, que tenemos un grupo que se llama *Hermanos*, pero no lo usamos mucho. Y luego tenemos un grupo familiar que se llama *Familia* y ese sí que lo usamos bastante todos los días.

Venga, mójate. ¿Quién canta mejor, tu tía Lolita o tu tía Rosario?

En mi casa siempre se ha dicho que canta mejor mi tía Lolita. Pero que es más animal de directo y de escenario mi tía Rosario. ■

RUBiK
AUDIOVISUAL

‘Wolfgang’ y ‘Poquita fe’ se imponen en la octava edición de los Premios Cygnus

diciembre 10, 2025 · por Admin

La Universidad de Alcalá ha anunciado a los ganadores de los Premios Cygnus 2025, que reconocen a producciones audiovisuales y profesionales por su aportación ética y social en cine y televisión. La ceremonia de entrega se celebrará el 14 de enero de 2026 en el Paraninfo de la institución.



Wolfgan // Imagen cortesía de Nostromo Pictures

En la 8ª edición de estos galardones, Wolfgang se ha alzado con el premio a Mejor Película de Ficción, mientras que la serie Poquita fe recibió el galardón a Mejor Serie de Televisión.

El jurado también ha reconocido la interpretación al servicio del compromiso social, premiando a Clara Lago (Votemos) y Luis Zahera (Tierra de nadie) como Mejor Actriz y Actor de Ficción, así como a Elena Rivera (Perdiendo el juicio) y Álvaro Morte (Anatomía de un instante) en las categorías de serie.

Premiados de la octava edición de los Premios Cygnus

En materia de sostenibilidad, Sirat recibió el premio a la producción más ecosostenible, mientras que el Premio Especial Cátedra Platino Educa fue para Tierra de nadie.

David Trueba fue reconocido como Mejor Director por Siempre es invierno, y Oliver Laxe junto a Santiago Fillol obtuvieron el galardón a Mejor Guion por Sirat.



Poquita fé // Imagen cortesía de Buendía Estudios

Los Premios Cygnus también destacaron figuras e iniciativas que utilizan su plataforma para promover el cambio social, otorgando un Reconocimiento Especial por su labor comunicativa a Risto Mejide, y un Reconocimiento Especial a la Iniciativa Ponle Freno por su labor en seguridad vial.

Asimismo, Flores para Antonio se llevó el galardón a Mejor Película Documental, y su banda sonora de Alba Flores y Sylvia Pérez Cruz recibió el premio a Mejor BSO.

Desde 2019, los Premios Cygnus, promovidos por la Universidad de Alcalá y ACIVAS, buscan visibilizar el compromiso social y ético de la industria audiovisual española, con especial atención a la sostenibilidad y la educación.

Alfa y Omega

11 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 14887 €
ÁREA: 70 CM² - 28%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: CULTURA



SERIES / ANATOMÍA DE UN INSTANTE

Tres hombres en pie



ISIDRO CATELA
Universidad Francisco de Vitoria

MOVISTAR PLUS +



↑ **Los tres protagonistas** en el Congreso de los Diputados.

Del golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, los veteranos del lugar recordamos sobre todo aquel grito de Tejero: «¡Quieto todo el mundo!». Sin embargo, Javier Cercas, flamante Premio ¡Bravo! de la Conferencia Episcopal Española por su libro de viaje con el Papa Francisco al fin del mundo, se olvidó de retratar lo que llamaba la atención a todo el mundo y puso su ojo novelístico en un detalle que no merecía caer en el olvido. En medio del miedo, la zozobra y los disparos que terminaron agujereando el techo del Congreso de los Diputados, tres hombres se mantuvieron en pie, desafiando de forma sencilla y eficaz a los golpistas: Adolfo Suárez, Santiago Carrillo y Manuel Gutiérrez Mellado. La peculiar trama de crónica-ficción es, a mi juicio, de lo mejor de Cercas. La serie que se acaba de estrenar en Movistar, que toma como base la novela, apunta pero no llega tan alto.

Anatomía de un instante en su versión audiovisual es una miniserie de cuatro capítulos que, además de las tensiones políticas en torno al fallido golpe, convive con la tentación de darnos una lección de memoria histórica. Y ahí está su mayor lastre. El director (Alberto Rodríguez) es de garantías, y aunque la caracterización de los tres protagonistas podría haber sido algo mejor, no vamos a descubrir ahora a Álvaro Morte (Suárez), a Eduard Fernández (Carrillo) ni a Manolo Solo (Gutiérrez Mellado). Pero el principal peligro de todo lo que se nos cuenta es que muchos lo tomarán como verdad verdadera, sin contrastar más fuentes o adaptando los recuerdos a la opción política con la que se sientan más cómodos. Un planteamiento más que interesante termina lastrado porque la caracterización ideológica de los personajes deja mucho que desear: Suárez es poco menos que un trepa espabilado, Carrillo sale bien librado (claro) y Gutiérrez Mellado es el héroe de un Ejército que, en su mayor parte, le despreciaba. Una pena porque había mimbres e incluso, con su sesgo reconocible, había buena materia prima en la obra de Cercas. Otra oportunidad medio perdida de hacer, desde la ficción, buena memoria y buena historia. ●

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 51
AVE: 20200 €
ÁREA: 43 CM² - 20%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: TELEVISION

11 Diciembre, 2025



EN ANTENA / **EVA GÜIMIL**

No hay silencio en torno a 'Silencio'

No tenía previsto ver *Silencio,* pero una combinación de gripe y mando a distancia extraviado hicieron desfilar ante mis afiebrados ojos sus tres capítulos. Dirán que no opuse mucha resistencia, pero cuando tuve fuerzas para desfacer el entuerto, ya había terminado. "Se ve superrápido", leí en las redes sociales de Movistar+, y que la promoción tire de argumentos similares a los que usa mi dentista para tranquilizarme antes de una endodoncia ya me pareció mala cosa. También leí que es provocadora. Y no lo es, pero a estas alturas está complicado transgredir. Es difícil después de que John Waters pusiese a Divine a comer caca de perro en *Pink Flamingos* —para asegurarse de que no era tóxica, llamaron antes a un médico, la seguridad ante todo—, o de *Holocausto caníbal* y *Saló o los 120 días de Sodoma.* Tras tres partes de *El ciempiés humano,* la viralidad de *2 Girls 1 Cup* y de que ya hace más de un cuarto de siglo una *madame* visitase *Esta noche cruzamos el Mississippi,* el programa más visto de la televisión, con un túper de heces que reservaba para sus mejores clientes, expresiones como "deberías probar la coprofagia, es divertidísima" escandalizarán a los mismos que piden las sales por ver un par de tetas. Estamos muy resabiados ya.

Eliminada la supuesta transgresión, nos queda la estética, y seré superficial —lo soy—, pero como tiendo a huir del feísmo, me quedo con los vampiros apolíneos de *True Blood,* que también iba la cosa de suministro de sangre. Si me apuran, hasta con los de *Crepúsculo,* con la que *Silencio* rivaliza en diálogos sonrojantes.



Silencio.

Queda su loable mensaje, el estigma que sigue suponiendo el VIH, pero como su abrumadora forma se come al fondo, imagino que solo llegará a los fans más acérrimos de Casanova, lo que lo vuelve fallido. A veces la sencillez puede ser el mejor material conductor; véase lo bien que en el *Barrio Sésamo* sudafricano explicaron el VIH infantil hace más de dos décadas. No volvería a ver *Silencio,* ni se la recomendaría a nadie por quien no sienta especial inquina, pero valoro la existencia de productos que desafían la fría lógica del algoritmo. Temo que ahora que las plataformas se están convirtiendo en versiones de pago de la televisión convencional y, oligopolio mediante, van camino de ser una sola con distintos nombres, quede laminada la originalidad y riesgo que nos hicieron suspirar por ellas. Y eso me acongoja más que la torpona cursilería de *Silencio.*

EL PAÍS

Series TV

SERIES DE TELEVISIÓN > COLUMNA

No hay silencio en torno a 'Silencio'

No volvería a ver la serie, ni se la recomendaría a nadie por quien no sienta especial inquina, pero valoro la existencia de productos que desafían la fría lógica del algoritmo



Eva Güimil 11 DIC 2025

No tenía previsto ver Silencio, pero una combinación de gripe y mando a distancia extraviado hicieron desfilar ante mis afiebrados ojos sus tres capítulos. Dirán que no opuse mucha resistencia, pero cuando tuve fuerzas para desfacer el entuerto, ya había terminado. "Se ve superrápido", leí en las redes sociales de Movistar Plus+, y que la promoción tire de argumentos similares a los que utiliza mi dentista para tranquilizarme antes de una endodoncia, ya me pareció mala cosa.

También leí que es provocadora. Y no lo es, pero es que a estas alturas está complicado transgredir. Es difícil después de que John Waters pusiese a Divine a comer caca de perro en Pink Flamingos —para asegurarse de que no era tóxica, llamaron antes a un médico, la seguridad ante todo—, o de Holocausto Caníbal y Salò o los 120 días de Sodoma. Tras tres partes de El ciempiés humano, la viralidad de 2 Girls 1 Cup y de que ya hace más de un cuarto de siglo una madame visitase Esta noche cruzamos el Mississippi, el programa más visto de la televisión, con un túper de heces que reservaba para sus mejores clientes, expresiones como "deberías probar la coprofagia, es divertidísima" escandalizarán a los mismos que piden las sales por ver un par de tetas. Estamos muy resabiados ya.

Eliminada la supuesta transgresión, nos queda la estética, y seré superficial —lo soy—, pero como tiendo a huir del feísmo, me quedo con los vampiros apolíneos de True Blood, que también iba la cosa de suministro de sangre. Si me apuran, hasta con los de Crepúsculo, con la que Silencio rivaliza en cuanto a diálogos sonrojantes.

Queda su loable mensaje, el estigma que sigue suponiendo el VIH, pero como su abrumadora forma se come al fondo, imagino que solo llegará a los fans más acérrimos de Eduardo Casanova, lo que lo vuelve fallido. A veces la sencillez puede ser el mejor material conductor; véase lo bien que en el Barrio Sésamo sudafricano explicaron el VIH infantil hace más de dos décadas.

No volvería a ver Silencio, ni se la recomendaría a nadie por quien no sienta especial inquina, pero valoro la existencia de productos que desafían la fría lógica del algoritmo. Temo que ahora que las plataformas se están convirtiendo en versiones de pago de la televisión convencional y, oligopolio mediante, van camino de ser una sola con distintos nombres, quede laminada toda aquella originalidad y riesgo que nos hizo suspirar por ellas a los que amamos la televisión. Y eso me acongoja más que la torpona cursilería de Silencio.

MARCA

Televisión

'La Revuelta', obligada a matizar su mensaje sobre el VIH: el discurso viral de Eduardo Casanova que puso en un aprieto a Broncano

El programa quiso zanjar la polémica llevando a una especialista



Eduardo Casanova en su visita a 'La Revuelta'

IRIA GRANDAL Actualizado 11/12/2025

'La Revuelta' se ha visto obligado a matizar parte de un mensaje difundido en una de sus últimas emisiones después de que las palabras de Eduardo Casanova se viralizaran en redes y generaran una notable controversia.

El pasado 2 de diciembre, Eduardo Casanova acudió a 'La Revuelta' para presentar 'Silencio', la serie en la que participa y cuyo trasfondo aborda cuestiones sociales vinculadas al VIH. Durante su intervención, el actor subrayó la importancia del mensaje científico (indetectable = intransmisible), es decir, que una persona con VIH en tratamiento y con carga viral indetectable no transmite el virus.

La polémica: simplificación de mensaje en redes

La controversia surgió a raíz de la forma en que el programa resumió el mensaje en sus redes sociales. En la publicación se omitió la aclaración sobre la necesidad de estar en tratamiento, lo que llevó a interpretar que el VIH, en general, era intransmisible. La simplificación del mensaje (especialmente al tratarse de un asunto sanitario sensible) generó críticas y puso al programa en el centro del debate público.



Para aclarar la información, la viróloga Jara Llenas-García (especializada en enfermedades infecciosas y vicepresidenta de SEISIDA) intervino en el propio programa. La experta explicó que, efectivamente, las personas con VIH en tratamiento y con carga viral indetectable no transmiten el virus por vía sexual, pero insistió en que esa condición depende estrictamente del seguimiento médico y de la adherencia a la medicación.

También recordó que uno de los mayores retos sigue siendo el diagnóstico: muchas personas que transmiten el virus lo hacen sin saber que lo portan, por lo que el mensaje necesita un contexto riguroso para evitar malentendidos. "Si consiguiéramos que todo el mundo se diagnosticase se acabaría la epidemia", explicó la viróloga.

EL DEBATE
CATALUÑA



Imagen de la serie 'Terra Alta' de Movistar+ MOVISTAR+

Netflix y Movistar+ enervan al nacionalismo por dos series ambientadas en Cataluña en las que se habla español

Las plataformas apuestan por el español en dos series policiacas, mientras el independentismo denuncia un supuesto «borrado» del catalán y reabre la batalla ideológica en el terreno audiovisual

Andrea Gabarró

11 dic. 2025 - 04:30

Netflix y Movistar+ han estrenado dos producciones de alto perfil, Ciudad de sombras y Terra alta, ambientadas en Barcelona y en la comarca tarraconense de la Terra Alta, rodadas íntegramente en castellano, pese a situarse en espacios donde el catalán es mayoritario.

La decisión lingüística, habitual en proyectos pensados para el mercado nacional e internacional, ha provocado una fuerte reacción en sectores del nacionalismo catalán, que llaman al boicot, cuestionan la legitimidad de las series y tratan de imponer de facto el catalán como única lengua posible en la ficción ambientada en Cataluña.

'Terra alta': boicot y polémica en redes

Terra alta, estrenada en Movistar+ y basada en la novela homónima de Javier Cercas, transcurre en una comarca rural catalanohablante y sigue la investigación de un asesinato a cargo de los Mossos d'Esquadra, con Miguel Bernardeau como protagonista y dirección de Eduard Cortés.

La serie se ha rodado en castellano y su director ha defendido públicamente que esta elección la hace «más global y menos local», algo que el independentismo ha interpretado como un agravio y una supuesta «desaparición» del catalán en una zona donde casi toda la población lo utiliza a diario.

A esa crítica se suma una campaña organizada en redes sociales llamando a no ver la producción, con mensajes que mezclan reproches lingüísticos y ataques personales a Cortés por las denuncias públicas de acoso o chantaje sexual vertidas contra él por decenas de mujeres en varios países.

Movistar+ ha marcado distancias recordando que se trata de una producción externa adquirida para su emisión y subrayando que se toma con seriedad cualquier caso de acoso, pero la ofensiva nacionalista ha puesto el foco casi exclusivamente en el uso del castellano, convertido en diana política pese a ser la lengua común de la inmensa mayoría de los espectadores de la plataforma.

'Ciudad de sombras': Gaudí, Mossos... y castellano

Netflix estrena este diciembre Ciudad de sombras, un thriller policíaco ambientado en la Barcelona de Gaudí, y protagonizado por la difunta Verónica Echegui.

La historia comienza con la aparición de un cadáver colgado de la fachada de La Pedrera y sigue la investigación de los Mossos por diferentes escenarios icónicos de la ciudad.

La ficción, producida por Arcadia y dirigida por Jorge Torregrossa, se ha concebido como un producto internacional y se ha rodado también íntegramente en castellano, pese a apoyarse de forma explícita en la iconografía modernista y en instituciones propias de Cataluña.

Portales nacionalistas y foros independentistas han criticado que una historia «sobre Gaudí y los Mossos» llegue a los hogares de medio mundo en español, acusando a la plataforma de utilizar la marca Barcelona como mero decorado y de «ningunear» el catalán en la trama.

El malestar se produce, además, en un momento en que Netflix ha destacado acuerdos con la Generalitat y el sector audiovisual catalán para aumentar de forma notable el número de títulos doblados o subtitulados al catalán, lo que demuestra que la apuesta por el castellano en este tipo de producciones responde a criterios de audiencia y no a una supuesta hostilidad hacia las lenguas cooficiales.

Stuart Thomson's
decodeTV
Insight on video and broadband business & technology



Omdia: YouTube TV to be biggest US pay-TV operator by 2027

By **Stuart Thomson** December 10, 2025

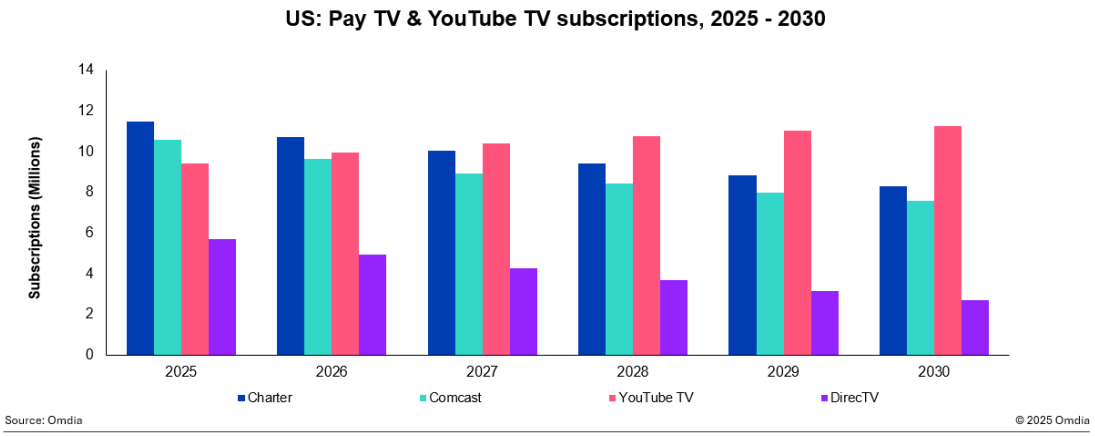
YouTube TV is on track to surpass Charter and Comcast to become the largest pay-TV operator in the US by 2027, according to Omdia data presented at this week's NEM Zagreb conference.

María Rúa Aguete, Head of Media and Entertainment at the research outfit, unveiled data that signalled a transformation in the US pay-TV market. According to the latest forecasts, YouTube TV is poised to overtake traditional cable providers as the market leader – the first time a virtual pay-TV provider has taken the top spot.

According to Omdia data for the end of this year, Charter has 11.4 million subscribers, followed by Comcast with 10.6 million, with YouTube TV in third place with 9.3 million subscribers.

Omdia YouTube TV predictionOmdia predicts that YouTube TV will overtake Charter by the end of 2027 with 10.4 million subscribers, with Charter down to 10 million subscribers and Comcast down to 9.2 million.

YouTube TV: 3rd largest pay-TV operator in the US today, #1 in 2027



The broader YouTube platform, with almost 3 billion global users, is the world's largest video ecosystem by a significant margin.

"This is an historic moment in US TV history, with the largest pay-TV operator about to be a virtual provider. YouTube TV has evolved into a comprehensive pay-TV bundle, offering linear channels, premium networks, and major sports properties — including exclusive NFL Sunday Ticket rights. This is not just a streaming service; it is the new face of US pay TV," said Rúa Aguete.

"Netflix may reach 300 million subscribers globally, but compared with YouTube's three billion users, it is not a dominant global player. YouTube operates at a scale no subscription service can match."

Omdia also highlighted trends in the fragmented US streaming market. Despite its size, Netflix will account for just 15.7% of total US SVOD subscriptions by the end of 2025, with 88.7 million subscribers. Amazon Prime Video has 64.7 million subscribers, with Disney+ having 55.8 million subscribers. Paramount+ has 49.4 million subscribers and HBO Max: has 29.7 million.

VARIETY

Dec 10, 2025 8:01am PT

YouTube TV to Launch More Than 10 Cheaper Genre-Specific Plans, Including a Sports Tier With ESPN Unlimited

By **Todd Spangler**



YouTube TV's base package currently costs $82.99 per month. But early next year, the streaming service will roll out a range of cheaper options for people who want only a subset of live TV channels — including packages centered on sports, news, kids and family, and entertainment.

In early 2026, YouTube plans to launch YouTube TV Plans, a collection of over 10 genre-specific packages. That will include the YouTube TV Sports Plan, which will include top broadcast networks, sports networks like Fox Sports 1, NBC Sports Network, all of the ESPN networks — as well as ESPN Unlimited. In addition, subscribers can purchase add-ons like NFL Sunday Ticket and NFL RedZone.

But YouTube isn't yet offering pricing or full details of channels that will be in each of the YouTube TV Plans, which will be critical in determining how popular they prove to be. Also note, the YouTube TV Sports Plan will not include events exclusively available on other platforms, like Amazon Prime Video's NFL "Thursday Night Football," Major League Soccer and F1 on Apple TV, or WWE programming on Netflix.

The internet-TV service's intent to introduce the cheaper plans was previously revealed last month after YouTube inked a carriage renewal with Disney after a bruising two-week blackout: According to Disney, "select networks" from the Mouse House will be included in genre-specific packages being devised by YouTube TV. Under that agreement, YouTube TV customers on the baseline plan will have access to ESPN's full lineup of sports including content from ESPN Unlimited by end of 2026.

The slimmed-down YouTube TV Plans will include many features of the core service, including unlimited DVR recording space and a multiview option. The YouTube TV Sports Plan also will include the key plays rewatch feature and fantasy view.

"TV should be easy, giving viewers greater control over what they want to watch," Christian Oestlien, YouTube VP, head of subscriptions, wrote in a blog post about the new plans. "Our goal is to let you tailor your subscription with more options. Whether you stick with our main YouTube TV plan with 100+ channels, focus on sports, combine sports and news, or select a plan centered on family or entertainment content, subscribers will be able to easily choose the plan that works best for them."

YouTube TV isn't breaking new ground with the skinnier genre packages. For example, DirecTV offers an array of "Genre Packs," including less-expensive packages for sports, entertainment, kids, news and entertainment.

In addition, TV streaming provider Fubo — now majority owned by Disney, which is merging Hulu + Live TV operations with Fubo — sells cheaper sports and sports-and-news plans. The backstory here: Disney announced the deal with Fubo to form the live-TV joint venture in January 2025; under that agreement, Fubo dropped its antitrust lawsuit seeking to block Venu Sports, the sports-focused streaming venture from Disney, Fox Corp. and Warner Bros. Discovery. Those companies dissolved the Venu JV shortly thereafter.

DEADLINE

NEWS

YouTube TV Is Adding 10 Genre-Specific Subscription Plans, Including A Sports Bundle

By Dade Hayes @dadehayes December 10, 2025 8:00am



YouTube TV says it will begin offering cheaper, more targeted packages of programming starting early next year.

YouTube TV Plans, a collection of 10 different packages, are designed to offer "more choice and flexibility to our subscribers," the company said Wednesday in a blog post. Individual plans can be combined, allowing heavy viewers of sports and news, for example, to get their fix without paying extra for general entertainment fare that is increasingly available outside of the pay bundle. A family entertainment plan is also in the mix.

Pricing and a launch date have not yet been announced for the packages, which include a sports plan with a comprehensive selection of channels including all of the ESPN networks.

Christian Oestlien, a YouTube veteran who was recently upped to VP of subscription products, joined Justin Connolly, VP and global head of sports and media, at a press dinner in New York on Tuesday to discuss the initiative.

By rolling out the sports plan, Oestlien said, “we want to continue to make discovering programming easier. Rather than all of these games happening and you not knowing what you can see and where, we’re bringing it to one place.”

The launch of Plans comes on the heels of bruising negotiations with programmers in recent months, culminating with a standoff with Disney that resulted in a 15-day blackout that ended last month. TelevisaUnivision went dark for even longer, and NBCUniversal and Fox Corp. went to the brink before reaching agreements.

Oestlien and Connolly acknowledged that preparations for the new offering introduced a new element in negotiations with programmers, one that required extra reassurances at the bargaining table. Connolly, who spent 25 years at Disney, moved to YouTube last spring, prompting a poaching lawsuit by Disney. The complaint was settled last fall. Sensitivities have been high on the distribution front for ESPN and Disney as the media giant has rolled out a beefed-up ESPN app, whose Unlimited tier includes feeds from more than a dozen linear networks. The move is a hedge against ongoing erosion of traditional pay-TV subscribers.

Against a backdrop of cord-cutting and retreat by many top operators, YouTube TV has been on a growth spurt, in part because it added rights to NFL Sunday Ticket in 2023. Corporate parent Google reported YouTube TV had surpassed 8 million subscribers by early 2024. Industry sources have pegged it at more than 10 million, with a clear path to becoming the No. 1 pay-TV distributor in the U.S. in the next couple of years.

The streaming bundle first hit the market in 2017, at a monthly price of $35, as a result of the company wanting to mend fences with entertainment companies in the wake of the infamous Viacom lawsuit. It was positioned as a “skinny bundle,” competing with services like Dish Network’s Sling TV and Disney’s Hulu + Live TV for customers looking for a cheaper, more tech-forward alternative to traditional cable and satellite options. The word “skinny” no longer applies as prices have risen across the sector, reflecting higher fees charged by programmers. YouTube TV’s regular plan jumped 14% earlier this year, to $82.99, its second price hike in less than two years.

A number of competing national services, including DirecTV and Fubo, already have smaller, cheaper genre-specific plans in the market, including sports-focused bundle. Regional cable operators like Comcast have also added them to their menus. ESPN attracted 2.1 million subscribers to its new service from its launch in August through September 30, with Disney CEO Bob Iger saying it has fared “extremely well” in the early going.

The blog post announcing YouTube TV Plans was brief and offered few details. But it said the new offerings would give viewers “greater control over what they want to watch. Our goal is to let you tailor your subscription with more options.”

Stuart Thomson's
decodeTV
Insight on video and broadband business & technology



Is YouTube TV? Broadcasters at FTVA say no

By **Stuart Thomson** December 10, 2025

Is YouTube TV? As lively discussion on this most contentious of topics rounded out the Future of TV Advertising Global conference in London today.

The unresolvable nature of the question, which is prompted by YouTube boss Neal Mohan's claim that "YouTube is the new TV", comes down to definition. While Mohan's claim rests primarily on the fact that people are increasingly watching his platform on the device in the living room and the fact that top YouTube creators are themselves investing in professional production capability, broadcasters believe the distinction that should be maintained is anchored in the nature of content, the degree to which TV is subject to specific rules and regulations, and the way in which audiences are measured

"I would stress that what a broadcaster puts on TV is content that we pay for [and] that's really important. We pay other people to make it for us, and then we broadcast it, and that content tends to be this premium, high-quality," said Kate Waters, Director of Client Strategy and Commerce Marketing, ITV, speaking on the panel session.

"TV is not the distribution system, or all the devices it's watched on. It's the content. Sometimes people get obsessed with the device, which is the TV set, and because it's the same name, they think everything on TV set is TV. It isn't. Ttlevision is audiovisual content which is professionally made, regulated, has an editorial guiding hand over all elements of it, is independently measured, and every single second of it is pre-cleared in terms of content and advertising," said Lindsey Clay, CEO, Thinkbox.

Distribution platform but not TV

Within that context, YouTube is OK as a distribution platform for TV – but that's not the same as 'being TV'.

"I think TV at its heart is a highly attentive, highly attentive content and programming which drives emotion for viewers through its Storytelling and its connection. And it's trusted because it's regulated and neither it makes it hugely effective for advertisers to deliver both brand and performance metrics, and if we keep that at the forefront of our decision making, then it doesn't matter if an ad can be served across ITV1 of ITVX or ITV content that happens to be accessed through YouTube," said Nicola Westwood, Managing Partner for AV Product Solutions at UM.

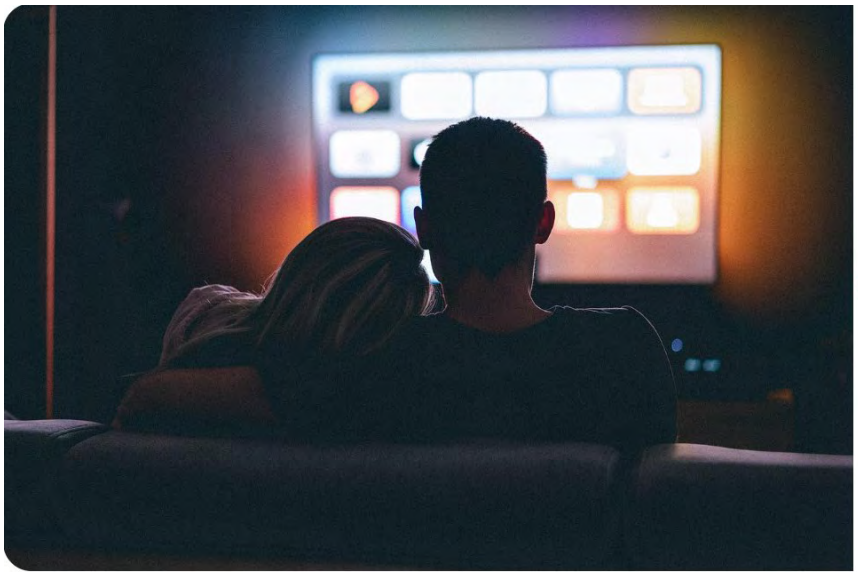
Earlier, Caretta Research's Marija Masalskis outlined the dilemma facing broadcasters and mainstream players in calculating how close they should get to YouTube versus investing in their own consumer-facing apps, with the advantages of reach and scale, and instant monetisation to be weighed against loss of control, the loss of revenue to YouTube itself, and cannibalisation of their own channels.

Interestingly, audience research group Barb's reporting of 200 YouTube channels – an initiative that was not supported by Netflix – showed that Still Watching Netflix (essentially a barker channel for Netflix with behind-the-scenes and other content) topped the list, followed by a range of professional kids channels.

Outgoing Barb CEO Justin Sampson told the conference that broadcaster channels were among the most watched channels among the top 200 channels surveyed by Barb.

And Barb's data showed that the most prominent YouTube-native 'creator' channel, Mr Beast, was able to extend his audience following the appearance of Beast Games on a mainstream streaming TV service, Amazon Prime Video.

YouTube vs SVOD: Streamers attract appointment viewing



YouTube vs SVOD: Streamers attract appointment viewing

Published on: December 10, 2025

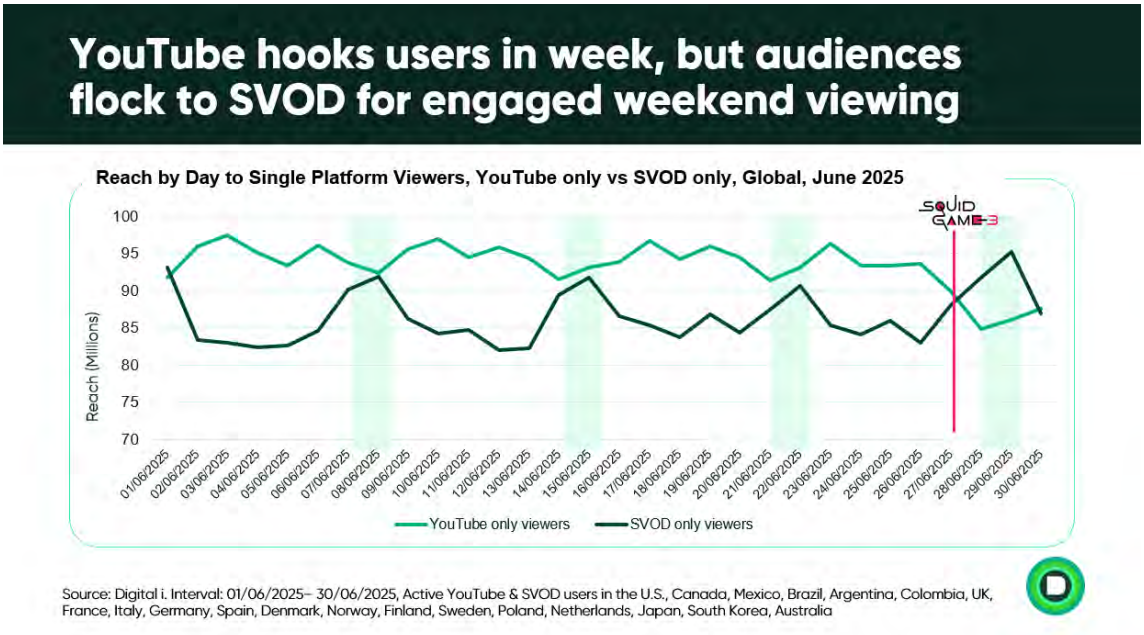
Timing matters in the streaming wars - that's our takeaway from one of our most recent pieces of research into how users engage with content across different platforms.

It is no secret that YouTube typically outperforms SVOD services when measured by audience reach - it is, after all, a free global service offering near instantaneous access to a wealth of content both niche and mainstream, making it a highly personalised platform experience.

However, there are times when users will eschew YouTube for SVOD services - specifically, on the weekends.

The chart above tracks users with access to both YouTube and at least one SVOD service and demonstrates, with an inverse correlation, how a significant number are only watching one or the other on any given day.

Taking June 2025 as a sample, we see high preference for YouTube usage during weekdays, which we suggest indicates regular casual viewing, while a higher number of these same users turn to SVOD services at the weekend for what we believe to be more engaged viewing.



As noted on the chart above, it takes a global streaming phenomenon, such as the launch of the third season of Squid Game on Netflix, to move users to SVOD-only viewing over YouTube-only viewing outside of a weekend.

This data was taken from our ASI Copenhagen 2025 presentation Reaching Beyond, click on the link to to view the full deck.

LUMINATE Intelligence

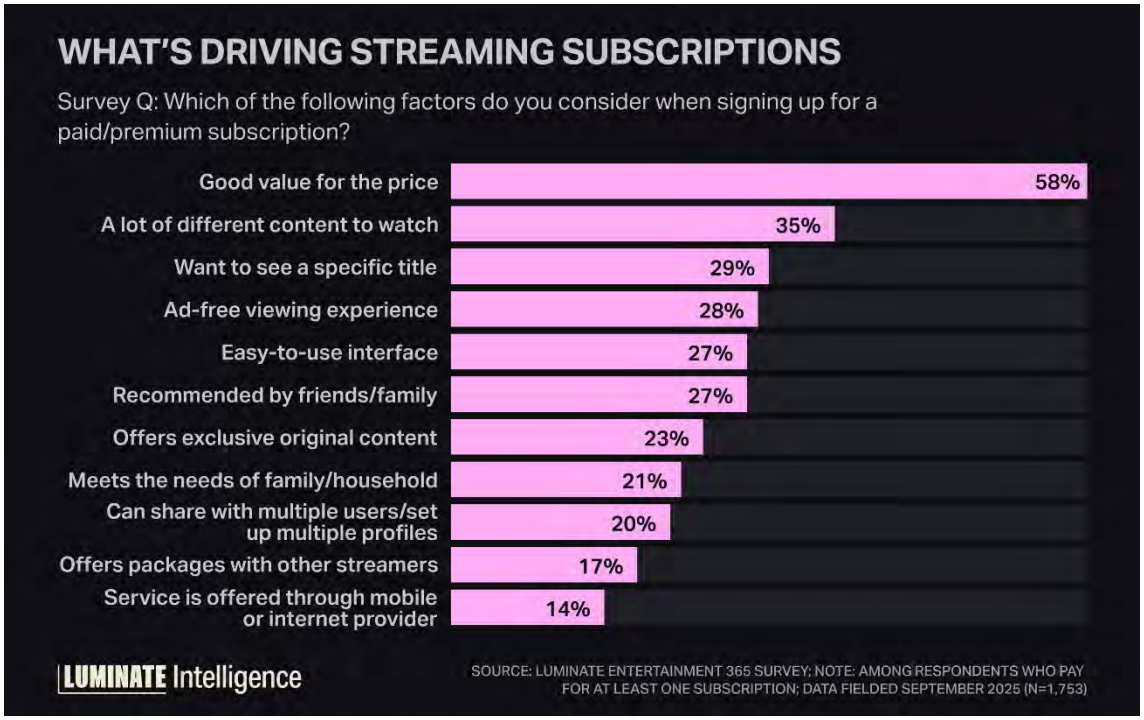
What's Driving New SVOD Subscriptions in 2025

By **Tyler Aquilina** | Media Analyst | DECEMBER 11, 2025

"Content is king" was once the streaming world's foremost maxim, but the available data indicates value, not content, is top of mind for SVOD consumers these days.

Data from Luminate's September Entertainment 365 survey, featured in the new Luminate Intelligence special report The Streaming Video Economy, shows this in stark relief. When U.S. streaming subscribers were polled on their motivations to sign up for a new paid subscription, "Good value for the price" was by far the most common factor cited.

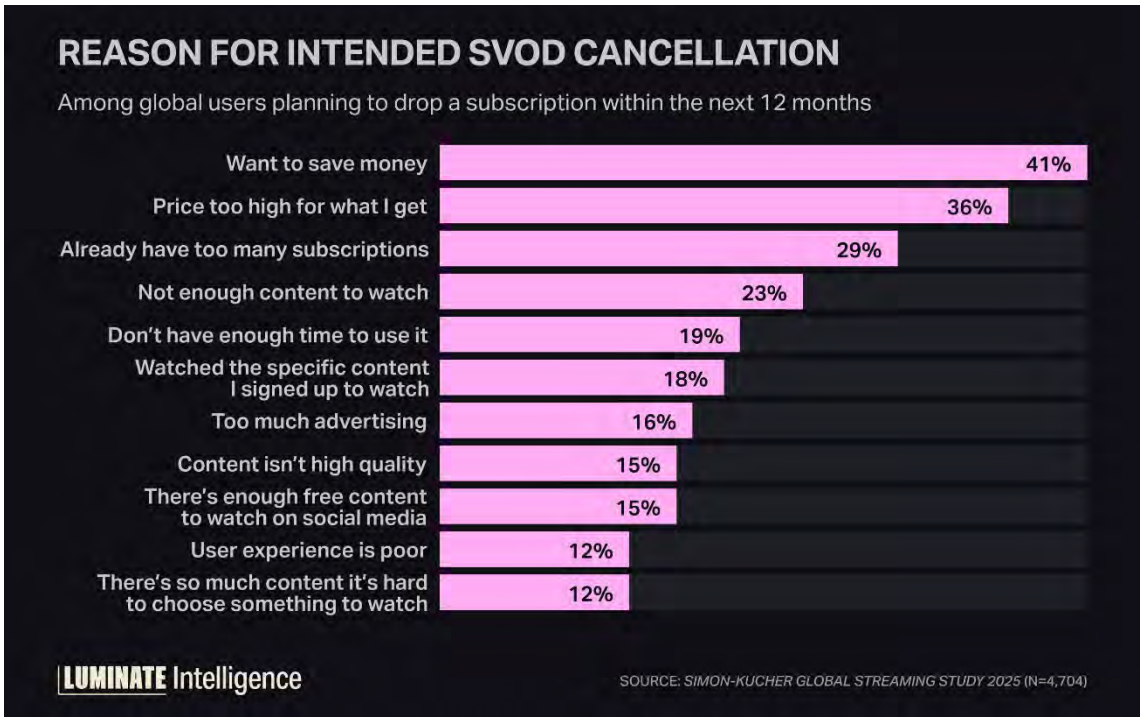
The second-place answer, "A lot of different content to watch," was cited by only 35% of those polled, versus 58% for "Good value," the only factor selected by more than half of the survey pool.



This is not exactly shocking, considering the rampant inflation among SVOD prices of late. Streaming subscription costs in the U.S. have been rising almost continuously for the past three years, with nearly every major platform raising prices yet again in 2025.

Still, amid a now palpably worsening economy for consumers, one wonders how high streamers can push prices without subscriptions taking a significant hit. Indeed, the main factors driving consumers to cancel streaming subs are, unsurprisingly, financial.

In a global survey by Simon-Kucher, the three most frequently cited reasons were all tied to cost, with content-related factors being second most common. It's arguable that content factors are, in a way, financial as well, as available titles are the most crucial part of an SVOD's value proposition.



Notably, the top churn driver among these was, "There isn't enough content to watch," which could indicate the post-peak TV content recession is finally being felt by viewers. In fact, in Luminate's Entertainment 365 survey (request access here), less than a fourth of respondents cited "Offers exclusive original content" as a subscription driver.

Given the pullback in output at most services, catalogs and individual titles are now likely more important to consumers than original slates, a point SVOD providers would do well to weigh when determining price increases — or holiday-season discounts.

Cveintiuno

Netflix redobla su apuesta en Brasil con nuevas series, películas y un reality 100% local



El equipo de Netflix Brasil (izq. a der.): Haná Vaisman, Elisa Chalfon, Elisabetta Zenatti e Higia Ikeda

Netflix reveló nuevas producciones originales brasileñas que se rodarán a comienzos de 2026, incluyendo dos series de ficción, dos películas y un reality show local que acaba de ser grabado.

Los anuncios fueron encabezados por Elisabetta Zenatti, VP de contenido de Netflix en Brasil, quien lideró este martes en São Paulo la primera edición del evento Feito Aqui – Nasce no Brasil. Viaja pelo Mundo (Hecho aquí – Nace en Brasil. Viaja por el mundo), en el que también participó el equipo de contenido del streamer y talento local.

El evento transmitió una clara sensación de business as usual, a pesar de que Netflix atraviesa una batalla decisiva para adquirir los activos de estudio y streaming de Warner Bros. Discovery.

Elisa Chalfon, líder de no ficción en Netflix Brasil, dio a conocer un nuevo reality "100% brasileño, reflejando la fuerza del desarrollo de formatos en el país". Producido por Boxfish en coproducción con Farra, 'Sua Mãe Te Conhece' enfrenta a madres e hijos en una divertida competencia por hasta R$ 1 millón (US$ 183.000).

La líder de series de ficción, Haná Vaisman, reveló la apuesta del streamer por el público juvenil con la serie 'Os 12 Signos de Valentina', libro de Ray Tavares ('De Volta aos 15'), quien firma el guion de la adaptación junto a Bia Crespo. La historia sigue a Valentina, que tras ser traicionada por su novio decide salir con chicos de cada signo del zodíaco y contar sus experiencias en un videocast. Está producida por Boutique Filmes y dirigida por Carol Durão.

Desde A Fábrica, productora de Banijay, llegará la segunda serie, 'As Crianças Estão de Volta' (título provisional), una comedia familiar creada por Patrícia Leme, escrita por Cláudio Paiva y con dirección artística de Maurício Farias. La historia sigue a una pareja que se muda a Paraty para disfrutar la vida de a dos, pero debe postergar sus planes cuando los hijos adultos regresan al nido.



Cláudio Paiva junto a Luiz Noronha de A Fábrica presentando 'As Crianças Estão de Volta'

Las dos nuevas películas brasileñas de Netflix son también adaptaciones literarias, según adelantó Higia Ikeda, líder de películas para Brasil.

Por un lado 'A Estranha na Cama', nuevo thriller sensual de Raphael Montes dirigido por Esmir Filho y producido por Casa Montes y A Fábrica, que sigue a una pareja en crisis que abre la relación con consecuencias inesperadas; y, por otro, la versión del best seller de Paulo Coelho 'O Diário de um Mago' ('El peregrino de Compostela'), producida por Gullane y dirigida por Vicente Amorim, quien adelantó desde Ginebra detalles de su encuentro con Coelho.

Las novedades se sumaron a las producciones que iniciaron rodaje en noviembre, entre ellas la serie ‘Rauls’, segundo proyecto con Kondzilla y LB Entretenimento, el drama jurídico ‘Habeas Corpus’, y un nuevo melodrama de Netflix en alianza con Amaia Produções y Conspiração.

“Hace más de diez años, cuando comenzamos a producir en Brasil, creímos en el potencial de las historias hechas y contadas aquí. En 2025 tuvimos títulos muy exitosos en el país que por eso mismo también cruzaron fronteras. Eso es fruto de la experimentación, la osadía y los riesgos que asumimos juntos, en un movimiento que apoyó el crecimiento del mercado”, afirmó Zenatti.

Además de las producciones originales, Netflix destacó su estrategia de licenciamiento de películas brasileñas como “forma de valorizar la cultura local, permitir que más personas dentro y fuera del país accedan a lo que produce Brasil y apoyar la memoria del audiovisual nacional”.

Según el streamer, solo en 2025 licenció 55 títulos brasileños y para 2026 ya están confirmados los estrenos de ‘O Último Azul’, que llega a Netflix a comienzos de año, y ‘Bacurau’, disponible desde el 13 de diciembre.

Netflix aprovechó el evento para destacar el impacto global de sus producciones brasileñas con una muestra de imágenes de bastidores de los títulos lanzados en 2025, subrayando su alcance dentro y fuera del país.

Zenatti afirmó que un audiovisual “robusto y vibrante” impulsa la economía y la cultura, y agregó: “Hoy, Netflix celebra sus alianzas y renueva su compromiso de ampliar las posibilidades para el audiovisual brasileño, un ecosistema que evolucionó y dialoga de igual a igual con el resto del mundo”.

Pina Mezzera 10-12-2025

VARIETY

Dec 9, 2025 9:30am PT

The Best TV Shows of 2025

By **Aramide Tinubu, Alison Herman**



In 2025, even a challenged television landscape was rife with transportive stories. From streamers to broadcast networks, these narratives immersed viewers in different time periods, alternative universes and even forced us to look at our everyday lives. While some series offer mystery (what's the deal with the small town in "Paradise"?), fantasy (what if you could time travel to meet your true love?) and escapism (will Gladys Russell really marry a duke?) to take us out of our day-to-day grind, others speak to where we are as a collective society. (Nowhere close to living down the sins of our past, if "The Righteous Gemstones" is any judge.) Whether you've had a great year in which you've thrived or have simply pushed through, television has been there to take the edge off or serve as a well-deserved reward.

From this vast array of options, *Variety* TV critics Aramide Tinubu and Alison Herman have each selected their 10 favorite shows from 2025, with an eclectic range of selections and two delightful crossovers. These picks span animated and live action series; true crime and talk shows; hospital emergency rooms and galaxies far, far away.

What unites these disparate works is an eye for character, narrative and above all, quality. Whether romance or horror, comedy or high drama, each show has succeeded in standing out from a crowded field to be remembered as one of the best of the year. Read on for more on what made the cut and why. (Click here to jump to Alison Herman's list.)

Aramide Tinubu's Top 10

10. "Murdaugh: Death in the Family" (Hulu)



There have been few recent true crime stories more captivating than the Murdaugh family murders. With its fictionalized miniseries, "Murdaugh: Death in the Family," Hulu offers an engaging portrait of greed, cruelty and arrogance that begins well before Maggie Murdaugh (Patricia Arquette) and her son Paul (Johnny Berchtold) were found slaughtered on their family property. Dialing back several years before the 2021 deaths, and peeking into the Murdaughs' from generations past, "Murdaugh: Death in the Family" highlights a privileged family rife with addiction, intense coddling and complete dysfunction. Arquette and Jason Clarke, who portrays patriarch Alex Murdaugh, anchor the series that unpacks a group of people so deeply indoctrinated in their own lore that they engulf themselves in it

9. "The Gilded Age" (HBO)

Created by Julian Fellowes, HBO's "The Gilded Age" has been transporting viewers to the high society of late-19th-century New York for years. However, Season 3 delivered a fresh, sharp perspective that had been missing.



The power dynamic between sisters Agnes van Rhijn (Christine Baranski) and Ada (Cynthia Nixon) shifted drastically after Agnes lost her fortune and Ada came into her own amid her late husband's passing. Across 61st Street, the Russells are also a tipping point, with Gladys' (Taissa Farmiga) marriage to the Duke of Buckingham (Ben Lamb) and the resulting fracture in George (Morgan Spector) and Bertha's (Carrie Coon) marriage, which will likely shift the landscape of high society forever. The third season also offered much richer storytelling for the series' Black characters, introducing Phylicia Rashad as Peggy's (Denée Benton) potential new mother-in-law, and highlighting the nuances of Northern Black life, including education and colorism.

8. "Untamed" (Netflix)



Written by Mark L. Smith and Elle Smith, Netflix's mystery-thriller "Untamed" is an absorbing ride of secrets and long-festering wounds. Set in Yosemite National Park (though filmed in British Columbia), the stunningly shot series follows Kyle Turner (an exceptional Eric Bana), a special agent for the National Park Service Investigative Services Branch (ISB). When a body is discovered in the park, Kyle comes in to investigate. However, as he tries to solve the crime, his personal traumas begin to surface, continually clouding his judgment and putting him on edge. Crafting a unique investigative drama in an over-littered landscape is challenging, but "Untamed" proves that by showing complex human relationships and being unafraid to highlight our worst impulses, it can be done.

7. "A Thousand Blows" (Hulu)



From "Peaky Blinders" creator Steven Knight, "A Thousand Blows" is a thrilling story about a group of outsiders determined to make their mark on an unforgiving world. Set in East London in 1880, the show features Hezekiah Moscow (Malachi Kirby) and Alec Munroe (Francis Lovehall), who arrive in London from Jamaica in search of new opportunities. What they find instead is unrelenting racism and the city's seedy underbelly of criminality. With boxing as his only source of income, Hezekiah finds himself the subject of desire for female gangster Mary Carr (Erin Doherty, who won an Emmy for "Adolescence"), which earns him ire from Sugar Goodson ("Adolescence" star and co-creator Stephen Graham), the vicious gangster who runs the East End. A gripping, engrossing tale of sexism, racism, loyalty and revenge, the brutal crime drama is one of the year's best.

6. "Outlander: Blood of My Blood" (Starz)



Expanding the beloved "Outlander" franchise, Starz's new prequel series "Outlander: Blood of My Blood" follows two new love stories, one which starts on the battlefields of the Western Front during World War I and the other in the meadows of Scotland in the early 18th century. Showcasing the romances between Claire Randall (Caitríona Balfe) and Jamie Fraser's (Sam Heughan) parents, "Blood of My Blood" opens in Scotland in 1714, and follows the forbidden romance between Ellen MacKenzie (Harriet Slater) and Brian Fraser (Jamie Roy), who are Jamie's parents. Centuries away amid the horrors of the First World War, Lt. Henry Beauchamp (Jeremy Irvine) and Julia Moriston (Hermione Corfield), Claire's parents, begin corresponding via mail. As with the original series, the timelines shockingly fold into one another. So often, prequels and sequels are poorly written and unnecessary. However, "Blood of My Blood" stands on its own as a rare, endearing and addictive gem.

5. "It: Welcome to Derry" (HBO)

A truly terrifying Pennywise (portrayed by Bill Skarsgård, as in the movies) origin story, "It: Welcome to Derry" is deeply complex and emotional. Set in Derry, Maine, in 1962, the series begins with the shocking disappearance of a young boy. From there, the audience is introduced to several students at the boys' school, determined to find out what exactly happened to him (the original Loser's Club). However, this is much more than just a surface-level horror story.



“It: Welcome to Derry” ties in the paranoia of the Cold War, the horrors of racism, abuse and psychological trauma, all with a taut ribbon of fear laced throughout the entire series. More than a horror drama about the terrifying clown, the show turns a lens on how cruel we can be.

4. “Paradise” (Hulu)



A twisted political thriller, “Paradise” creator Dan Fogelman proves after “This Is Us” how agile he is in bending time, space and secrets into scripts. The series follows Xavier Collins (Sterling K. Brown), a Secret Service agent who finds himself in the

middle of a horrifying conspiracy when President Cal Bradford (James Marsden) is killed on his watch. But "Paradise" is much more than an assassination at the White House; this entire world is unlike anything we've ever experienced, adding another haunting layer to an already tantalizing murder mystery. Episode 7 is the true standout here, allowing Brown and Marsden to shine while offering a world of treachery that may not be too far off from our own.

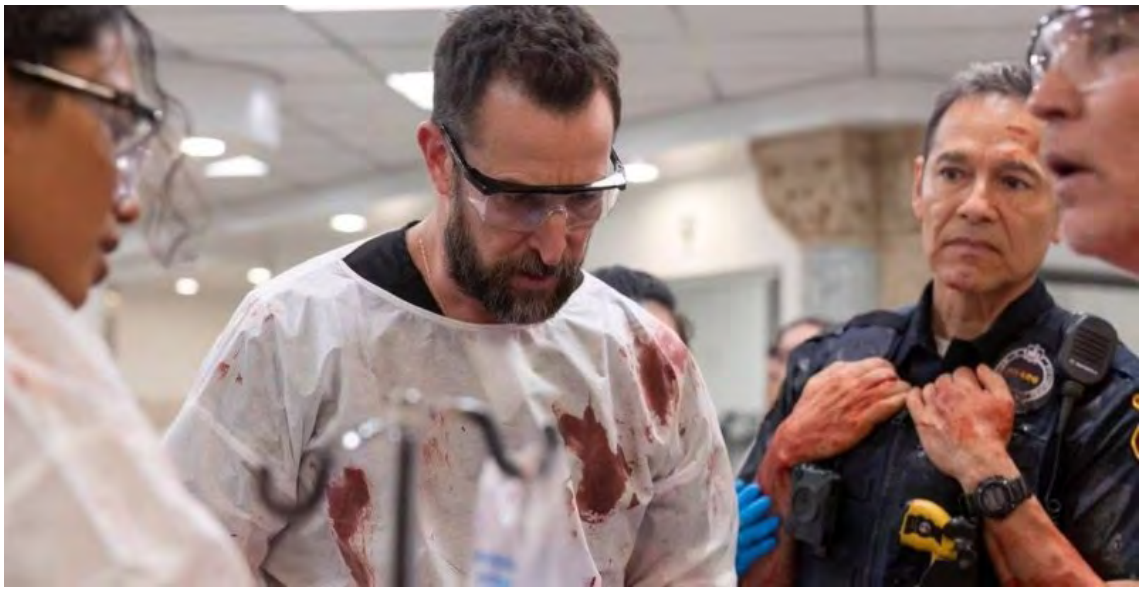
3. "Forever" (Netflix)



Inspired by Judy Blume's groundbreaking novel, Mara Brock Akil's spectacular teen love story is a series for the ages. Set in Los Angeles in 2018, the Netflix series follows Keisha Clark (Lovie Simone) and Justin Edwards (Michael Cooper Jr.), a track star and basketball player from opposite worlds. The series chronicles their burgeoning romance as they navigate their intense feelings for one another and their final years of high school and adolescence. Immensely touching and nuanced, Brock Akil offers a glorious tapestry of young Black love never seen on television. Magical and majestic, the series tenderly holds viewers' hands through euphoric love, gutting pain, and all those vulnerable, glittering first times.

2. "The Pitt" (HBO Max)

There is no shortage of hospital dramas on television, but there is nothing quite like HBO Max's Emmy-winning freshman series, "The Pitt." Set in modern-day Pittsburgh, the 15-episode first season follows the overworked emergency staff at Pittsburgh Trauma Medical Center. Over the course of one 15-hour shift, the show introduces the traumatized yet highly talented attending physician, Dr. Michael "Robby" Robinavitch (Noah Wyle), and his team as they navigate bloody, grueling cases that put everyone on edge.



Removing all of the glitz, glam and unrealistic plot points that have bogged down other medical dramas, “The Pitt” highlights the horrors and hope of America’s broken healthcare system.

1. “Adolescence”(Netflix)

Created by Jack Thorne and Stephen Graham, Netflix’s limited series “Adolescence” is my top pick of 2025, not simply because of the subject matter — which highlights present-day incel culture, and the pitfalls of social media and connectivity — but because of its groundbreaking format.



Set in an unnamed English town, the four-episode series begins with the arrest of 13-year-old Jamie (Owen Cooper), who is accused of murdering his female classmate. From there, through the lens of director Philip Barantini's signature one-shot style, the audience follows Jamie's arrest, the evidence against him and the fallout which ripples through his classmates, friends and family members. In Episode 3, viewers see Jamie in a session with his court-appointed child therapist (Erin Doherty), which reveals an aspect of the young teen's psyche that hadn't been seen before. Haunting and horrific, "Adolescence" reveals how grotesque we've become as a society, how violent redpill culture is and what we can expect if we don't begin to eradicate it.

Honorable mentions: *"Boots"; "Ballard"; "Power Book III: Raising Kanan"; "Your Friends & Neighbors"; "Long Bright River"*

Alison Herman's Top 10

10. "The Studio" (Apple TV)



Lots of Hollywood satires are vicious. Few lead with the palpable affection for movies and mythmaking that "The Studio" wears on its sleeve — which only makes the many ways Seth Rogen's hapless executive mangles and mishandles his film slate all the more cutting. Continental Studios head Matt Remick could only dream of the creative freedom Rogen, his longtime creative partner Evan Goldberg and their collaborators seemingly enjoyed in crafting their star-studded, long-take-driven spoof, which tempers deep cuts like a character based on ousted Sony chief Amy Pascal with more accessible gags like pratfalls.

But it's the deep sincerity of this Emmy favorite that really undergirds "The Studio," and explains its popularity with its targets. We already know that a career in show business eats away at the soul. "The Studio" brings the original dream, and all the ways it's tarnished by tech intruders and IP fever, back to the center.

9. "Pluribus" (Apple TV)



Photo : Courtesy of Apple TV

After creating two all-time classics back-to-back — "Breaking Bad" and "Better Call Saul," which you may or may not consider one unified masterwork — Vince Gilligan could've done whatever he wanted for his next project. "Pluribus" is both a great departure for the showrunner and, in a strange way, completely in line with his prior CV. Gilligan is still based in Albuquerque, taking advantage of the American Southwest's dramatic scenescapes and wide-open skies; he's still working with muse Rhea Seehorn, the moral center and steadfast heroine of "Better Call Saul." But instead of watching Seehorn's character untangle a legal conundrum, we're now watching her apply the same dogged commitment to saving the world. Or at least that's what author Carol Sturka *thinks* she's doing when the rest of humanity is suddenly transformed into one singular hive mind. But what if the world is better off this way, and it's Carol who's the problem? That's the provocative question asked by a deliberately paced season balancing a globe-spanning premise with an intense focus on one individual. There's nothing else like "Pluribus," even as it bears the unmistakable mark of a Gilligan project.

8. "The Gilded Age" (HBO)



Year-end lists like the one you're reading tend to reward the novelty of new series or the closure of final seasons. (Guilty!) Let us correct that impulse, then, to honor an established show like "The Gilded Age" hitting its stride a full three seasons into its run on HBO. Julian Fellowes and co-writer Sonja Warfield's period drama still has all the surface-level pleasures of its first two iterations: gorgeous scenery, soothingly low stakes and more Tony awards per capita than seems possible for a single cast. But Season 3 recalibrated to make "The Gilded Age" more substantial, consistent and resonant. Peggy (Denée Benton), a young Black journalist previously siloed into eat-your-vegetables subplots about social progress, got to fall in love and dress up just like her more privileged peers; Gladys (Taissa Farmiga), the daughter of two social climbers previously unified in their ambition, married an English duke and placed a strain on her parents' union. "The Gilded Age" still keeps it light, yet Season 3 seemed to hone in on the best possible version of a show about excess and inequality that still deeply loves its characters.

7. "The Lowdown" (FX)

"The Lowdown" has the same indelible sense of place as "Reservation Dogs," the coming-of-age comedy that marked creator Sterlin Harjo's first collaboration with FX. But with this quasi-detective mystery, the place in question is not a Native community in rural Oklahoma — it's the urban tapestry of Tulsa. Ethan Hawke's "truthstorian" Lee Raybon is our Virgil through the city's dense patchwork, encompassing Black strip club owners, white supremacists, illicit caviar farms and long-form magazines.



By investigating the apparent suicide of Dale Washburn (Tim Blake Nelson), the black sheep of a local land-owning dynasty, Lee seeks to right historical wrongs even as present predicaments, like his relationship with his tweenage daughter Francis (Ryan Kiera Armstrong), require more attention. “The Lowdown” captures the feeling of paging through one of the hard-boiled paperbacks at the bookstore Lee operates as one of his many hustles, with Hawke leading a stellar cast of singular characters.

6. “Everybody’s Live with John Mulaney” (Netflix)



It's disappointing that Netflix has yet to confirm any additional episodes of this fever dream of a talk-show-shaped carnival, but also apt. "Everybody's Live," an evolution of Mulaney's six-episode "Everybody's in L.A." concept that had aired the previous spring, felt destined from the start to be a cult classic — and cult classics, by definition, don't earn the instant mass appeal that guarantees a quick renewal. Veteran stand-up Mulaney cast himself as a modern Dick Cavett, convening celebrities and expert guests for anarchic, often awkward panels that anchored episodes filled out with musical performances, oddball sketches and call-in segments. Character actor Richard Kind has never been better used than as Mulaney's voluble sidekick, but "Everybody's Live" was unabashedly the expression of its host's wide-ranging, vintage-skewing interests. If all we get of "Everybody's Live" is 12 episodes of "Hellraiser" gags, fighting 14-year-olds and Natasha Lyonne complaining about bike lanes, then *dayenu*.

5. "The Righteous Gemstones" (HBO)



Danny McBride's televangelist family epic did not go quietly into that good night, opening its final season with an episode-length Civil War flashback starring Bradley Cooper as the first Gemstone preacher. But it wouldn't be like the Gemstones — obnoxious, entitled Jesse (McBride); flamboyant, closeted Kelvin (Adam Devine) and confident, horny Judy (Edi Patterson) — to comport themselves with modesty. "The Righteous Gemstones" was the most ambitious execution yet of McBride's established MO, a loving taxonomy of the American South writ large and a particular species of blowhard in specific. Everything from the action filmmaking to the over-the-top costumes was as excessive as the Gemstones' wealth, which strayed increasingly far

from the humble teachings of their Christian faith. “The Righteous Gemstones” never mocked religion nor regional flair per se; the show just used its knowledge of both to skewer its characters’ hypocrisy, and make us all laugh in the process. Say a prayer for the dearly departed.

4. “Dying for Sex” (FX)



Terminal cancer is neither sexy nor funny, yet this FX limited series — adopted from a memoiristic podcast of the same name — about one woman’s final days is both. Michelle Williams stars as Molly, whose diagnosis prompts her to leave her husband and embark on an erotic odyssey. Molly’s experimentation with kink, including a dalliance with Rob Delaney’s handsome, unnamed neighbor, understandably grabs our attention. But the back half of the series dives deeper into the codependence of Molly and her best friend Nikki (Jenny Slate), who shoulders the burden of caregiving as Molly gets closer to the end. Creators Liz Meriwether and Kim Rosenstock give that platonic bond as much weight as any of Molly’s sexual connections, which allow her to exert agency even as her body holds her hostage. “Dying for Sex” contains many of life’s most universal experiences, from loss to connection, yet crafts something singular in the process.

3. “The Pitt” (HBO Max)

The victory of this real-time medical series at the Emmys — where “The Pitt” took home three trophies, including outstanding drama — reads like an embrace of old-school TV.



The upheavals of the past decade have prompted an influx of movie stars and tech monopolies to the humble small screen, resulting in shorter seasons, longer waits between installments and higher production values. Yet "The Pitt" is a straightforward procedural, shot in unsexy fluorescent lighting (and in Los Angeles!) with a cast of largely unknowns, save "ER" veteran Noah Wyle as the beleaguered emergency physician Dr. Robby. The show is what TV *used* to look like, give or take some degloved limbs. And it excels in the very aspects that are TV's inherent strengths: characters we come to love; stories that gain their cumulative weight over many hours; consistency, with 15 episodes released over several months and another season kicking off this January. To say TV could stand to learn from "The Pitt" is to say TV could stand to embrace its own history. As well it should!

2. "Long Story Short" (Netflix)



Even though it opens with the Schwartz-Cooper family en route to a funeral, this nonlinear animated sitcom is slow to reveal itself as a show about grief. In the first scene, Naomi Schwartz (Lisa Edelstein) is grieving her own mother; in the present, which we hopscotch forward to and back from over the course of the season, Naomi's husband and children are grieving *her*. "BoJack Horseman" creator Raphael Bob-Waksberg and art director Lisa Hanawalt swap talking animals in Hollywood for a human, Jewish family in the Bay Area, but keep their signature blend of pun-laden silliness and incisive emotional intelligence. Over the last two years, Judaism could feel more dominated by political debates than religious belief or individual experience. "Long Story Short" foregrounds faith and a finely drawn (in both the literal and metaphorical sense) family; it's a balm, but also a creative way to illustrate the past's lingering hold on all of our psyches, regardless of identity.

1. "Andor" (Disney+)



Photo : Courtesy of Disney+

The second and final chapter of Tony Gilroy's extraordinary prequel to the 2016 film "Rogue One: A Star Wars Story" compressed four planned seasons of television into a quartet of three-episode arcs, all leading up to Rebel pilot Cassian Andor's (Diego Luna) eventual self-sacrifice to obtain plans for the Death Star. Gilroy extrapolated this footnote of "Star Wars" lore — a prologue to a prologue — into an extended study of revolutionaries, authoritarianism and political violence, all incredibly on Disney's dime. "Andor" was all about the ordinary people who make political movements work and won't be remembered by history. To that end, the title character was just the tip

of the iceberg: Insurgent spymaster Luthen Rael (Stellan Skarsgard), zealous fascist Dedra Meero (Denise Gough) and conflicted politician Mon Monthma (Genevieve O'Reilly) all drive the action just as much as Cassian's conversion from amoral smuggler to committed crusader. "Andor" made these fictional people so complete in such a short period of time, and within a framework as historically constricting as a blockbuster franchise, that it deserves to be remembered as the show of the year, if not the decade so far.

Honorable Mentions: *"The Chair Company"; "The Rehearsal"; "Sirens"; "Slow Horses"; "Too Much"*

Deportes

Movistar Plus+ recupera la NFL y estos son los primeros partidos

10 de diciembre de 2025



Regresan las noches y madrugadas en las que hay que estar muy atento, momentos en los que si te despistas te devoran los animales nocturnos

Movistar Plus+ recupera la NFL gracias a un acuerdo con DAZN, que permitirá emitir varios partidos decisivos de la temporada 25/26 a través de los canales DAZN 1 y DAZN 2. Tras la adquisición de los derechos por parte de DAZN, la liga estadounidense había desaparecido de la televisión de Movistar, pero este nuevo entendimiento entre ambas plataformas devuelve el fútbol americano a la operadora en semanas clave de la competición. La llegada de estos encuentros supone el regreso de una de las competiciones más seguidas por los aficionados españoles, que ahora podrán volver a disfrutar de una selección de partidos cada jornada.

El primer duelo llegará el jueves 11 de diciembre, cuando DAZN 2 emitirá a las 02:15 horas el partido entre los Tampa Bay Buccaneers y los Atlanta Falcons, una cita importante para el devenir de la división. La jornada más completa llegará el domingo 14 de diciembre, que comenzará con el encuentro entre los New England Patriots y los Buffalo Bills, programado

para las 19:00 horas en DAZN 2, seguido por el choque entre los Denver Broncos y los Green Bay Packers, que podrá verse a las 22:25 horas en DAZN 1, recuperando así un partido de máxima franja para los aficionados.

La madrugada del lunes traerá otro duelo destacado: a las 02:20 horas, ya en lunes 15 de diciembre, DAZN 2 ofrecerá el enfrentamiento entre los Dallas Cowboys y los Minnesota Vikings, uno de los platos fuertes de la semana. La tanda de encuentros se cerrará el martes 16 de diciembre, también en la madrugada, cuando DAZN 2 emitirá a las 02:15 horas el partido entre los Pittsburgh Steelers y los Miami Dolphins, un duelo decisivo para las aspiraciones de ambos equipos.

Con esta programación, Movistar Plus+ vuelve a contar con la NFL gracias a la colaboración con DAZN, reforzando su apuesta por las grandes competiciones norteamericanas y devolviendo a los abonados la posibilidad de seguir algunos de los encuentros más relevantes de cada jornada.

Jueves 11 de diciembre

02:15 — NFL (T25/26): Tampa Bay Buccaneers vs. Atlanta Falcons — DAZN 2

Domingo 14 de diciembre

19:00 — NFL (T25/26): New England Patriots vs. Buffalo Bills — DAZN 2

22:25 — NFL (T25/26): Denver Broncos vs. Green Bay Packers — DAZN 1

Lunes 15 de diciembre

02:20 — NFL (T25/26): Dallas Cowboys vs. Minnesota Vikings — DAZN 2

Martes 16 de diciembre

02:15 — NFL (T25/26): Pittsburgh Steelers vs. Miami Dolphins — DAZN 2

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 20
AVE: 1988 €
ÁREA: 58 CM² - 33%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

13 Diciembre, 2025



'BLUE LIGHTS' Tercera temporada

El desgaste humano detrás del uniforme

Ya están disponibles en Movistar Plus+ los nuevos capítulos de la exitosa serie policíaca. Por Borja R. Catela.

La serie revelación británica que conquistó a crítica y público regresa con nuevos capítulos. *Blue Lights*, el drama policial ambientado en Belfast y protagonizado por Siân Brooke y Martin McCann, acaba de estrenar su tercera temporada en Movistar Plus+ y promete mantener la tensión y el pulso social que la ha convertido en una de las ficciones más comentadas de los últimos años.

Nuevas tramas

Tras el éxito de sus dos primeras entregas (galardonadas con el BAFTA a Mejor Drama), la producción vuelve a poner el foco en un grupo de agentes novatos que ya no lo son tanto, involucrados en tramas que abordan desde la explotación de menores tutelados hasta los vínculos entre paramilitares locales y redes internacionales de narcotráfico.

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 12
AVE: 1506 €
ÁREA: 33 CM² - 25%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

13 Diciembre, 2025



The Chosen (Los elegidos) T5

MOVISTAR PLUS+ Serie • Estreno: 22 de diciembre (completa, 8 episodios). Vuelve el fenómeno televisivo sobre la vida de Jesús desde el punto de vista de quienes le conocieron. La quinta temporada de esta serie religiosa, una de las más vistas del mundo, está centrada en uno de los episodios más icónicos para los cristianos: la celebración de La última cena. Todas las temporadas anteriores están disponibles en la plataforma. Tras la resurrección de Lázaro, Jesús y sus discípulos emprenden el camino hacia Jerusalén para celebrar la Pascua. Su llegada provoca una oleada de fervor popular.