RESUMEN DE MEDIOS **MARTES, 16 DE DICIEMBRE DE 2025**

TELEFÓNICA

Telefónica baja las salidas mínimas del CEV a 4.000 y acerca mucho el acuerdo en el ERE (Expansión)

Telefónica abre la puerta a recortar otras 600 salidas y propone que el ERE dure hasta 2028 (El Mundo)

Telefónica reduce la afectación del ERE por debajo de los 5.000 trabajadores (EL PAÍS - Cinco Días)

Telefónica relevará a Laura Abasolo de la dirección financiera y de control del grupo: Juan Azcue se perfila como el nuevo responsable para acelerar el plan estratégico (El Economista)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

Le Pacte distribuirá `Los domingos' en los principales mercados cinematográficos del mundo (Variety)

La exitosa carrera de la menorquina Maria Sintes: «Disfruto de cada proyecto, el cine me da la vida» (Menorca)

"Los domingos", ¿atea o beata? (Oskar Belategui en El Correo)

'Los domingos', la película de terror que alimenta el fundamentalismo religioso (Paco Tomás en Público)

¿Retorno católico? (Damián Villalaín en Tempos Novos)

Reflexiones sobre la película "Los domingos" (José Arregi en Religión Digital)

SIRÂT

Oliver Laxe: "A mucha gente, 'Sirât' le ha parecido una obra maestra; a otros, una chorrada" (Entrevista en El Confidencial)

Encuesta de críticos 2025: Las mejores películas del año, según 148 críticos (IndieWire)

FICCIÓN ORIGINAL

ROSE D´OR LATINOS 2026

"Los años nuevos", "Querer", "Poquita fe T2" y "Celeste", candidatas a los premios Rose D´Or Latinos 2026 (Cveintiuno, TTV News, Señal News)

NO FICCIÓN ORIGINAL

CUANDO NADIE ME VE

Movistar Plus+ estrenará en enero «Cuando nadie me ve», la serie documental de Alejandro Sanz (VARIOS)

UCRANIA: RESISTENCIA Y ESPERANZA

Sor Lucía Caram, en Kiev: "Es raro ver a una monja que pida armas, pero en Ucrania hablamos de legítima defensa" (El Español)

DEPORTE Y TV

De qué somos realmente fans: el 'ranking' de los deportes que más siguen los españoles (Ofrecido por Movistar Plus+ - El Confidencial)

Florentino Pérez declara la guerra total al Barcelona y señala que el caso Negreira es "el mayor escándalo de la historia del fútbol" (EL PAÍS, ABC)

El expresidente de la SEPI reveló que la trama trabajó para el Barça en las obras del nuevo Camp Nou (El Confidencial)

La Euroliga contrata a Acento ante la llegada de la NBA a Europa (El Confidencial)

TV DE PAGO

Paramount Network desaparece de la TDT y de la televisión de pago en España: adiós definitivo en enero de 2026 (Roam, La Razón)

BBC Studios lanza nuevos canales en España y expande BBC Player en Vodafone (SatCesc)

¿Alguien decide lo que escuchamos? Cómo funciona el algoritmo de Spotify y qué sabemos sobre su verdadero poder (EL PAÍS)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Laura Fernández Espeso deja su puesto como directora general de Mediapro (VARIOS)

Carmen Ferreiro de Atresmedia: "Los *game shows* se hacen grandes e interactivos" (PRODU)

Mesa redonda de actrices revelación de cine de Kinótico 2025: "Sin vocación, no duraría tres minutos en esta industria"

Informe `Made in Europe 2025': el cine europeo alcanza su récord de taquilla desde 2019 (Rubik Audiovisual)

Hasta 98 largometrajes se repartirán los 37M€ del ICAA en concepto de ayudas selectivas (Kinótico)

El ICAA recupera las ayudas al guion y otorga 8 millones de euros a un total de 285 proyectos (Kinótico)

El ICAA destina 2,2 millones de euros en ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto (Rubik Audiovisual)

La CNMV reprocha a PRISA la ampliación de capital exprés de marzo (El Mundo)

LA BATALLA POR WARNER BROS. DISCOVERY

Netflix defienden el acuerdo con Warner Bros. en un memorando a sus empleados y asegura que "no es el fin del entretenimiento" y no implicará despidos ni cierres (Variety)

Netflix y Paramount compiten por más que Warner Bros.: representan visiones muy distintas sobre el futuro del entretenimiento (The Economist)

La batalla por Warner Bros. es sólo el preludio de la verdadera guerra del streaming (The Economist)

Netflix compra Warner Bros.: ¿qué implicaciones tiene para el cine y la televisión? (The Independent)

El último rey de Hollywood: la guerra por Warner Bros. (The Hollywood Reporter)

La táctica de miedo de David Ellison contra Netflix choca con la realidad europea: Trump podría ser el único público que importe (The Hollywood Reporter)

Del 'blockbuster' al algoritmo: las claves de la guerra entre Paramount y Netflix por comprar Warner (Publico)

¿Qué pasará con la CNN si el presidente Trump se sale con la suya? (Los Angeles Times)

Mientras Netflix y Paramount siguen en su lucha por Warner Bros. Discovery, los sindicatos de Hollywood dan la voz de alarma (Los Angeles Times)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Disney toma partido en la rivalidad entre OpenAI y Google (Bloomberg)

El acuerdo de Disney con OpenAI ya está completamente cerrado (Bloomberg)

Donald Trump presenta una demanda de 10.000 millones de dólares contra la BBC Y afirma que el documental "2024" fue "despectivo, provocador y malicioso" (Financial Times, Variety)

Este es el momento (de noviembre a enero, con el Black Friday como motor) en que la gente más se abona a servicios de streaming (C21Media)

¿Pueden los paquetes más pequeños y los SVOD salvar a la televisión por cable? (ScreenMedia)

«El Reino Unido necesita medios de comunicación libres del control estadounidense»: la adquisición de ITV por parte de Comcast centra el debate (The Guardian)

La apuesta de Médiamétrie: una medición híbrida de audiencias para unificar la televisión abierta y el streaming en 2026 (El Español/Invertia)

MOVISTAR PLUS+

"El dentista": el World Tour de Jack el Destripador (La Razón)

'El dentista' – estreno 18 de diciembre en Movistar Plus+ (Audiovisual 451)

«Azkena», cortometraje de animación preseleccionado para los Premios Goya 2026, disponible en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv, El Blog del Cine español)

«El Día + Corto»: los mejores cortometrajes de 2025 llegan a Movistar Plus+ (Neeo)

'Los domingos', triunfadora en los premios Forqué y favorita en para los Goya, se estrenará el 27 de febrero en Movistar Plus+ (La Razón)

Movistar Plus+ estrena las series "El dentista" y "Doce citas antes de Navidad": fechas, capítulos y tramas (Vemos TV)

Este martes Movistar Plus+ recupera su serie de policías más explosiva, y a veces inverosímil: "Trigger Point: Fuera de control" (Hobby Consolas)

«Más que rivales» renueva por una segunda temporada antes de su estreno en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

Expansión

EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Telefónica baja las salidas mínimas del CEV a 4.000 y acerca mucho el acuerdo en el ERE

IGNACIO DEL CASTILLO @naciocastillo 15 DIC. 2025 - 18:18

Telefónica ha dado un gran paso para alcanzar un acuerdo final del ERE de las tres filiales principales (Telefónica España, Móviles y Soluciones) al bajar la cifra mínima de salidas a 4.000 desde las 4.600, que era su anterior oferta, lo que acerca mucho las posibilidades de un acuerdo con los sindicatos.

Paso de gigante en la consecución de un acuerdo en los tres ERE previstos en las filiales más grandes del grupo Telefónica, es decir, Telefónica España, Móviles y Soluciones, que están amparadas, las tres, por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV) y constituyen la parte más importante de los ERE en cuanto a salida de personal. La operadora ha rebajado sustancialmente el número mínimo de salidas que exigirá de forma que una vez que se haya alcanzado esa cifra no exigirá salidas forzosas. En la reunión de esta tarde, la empresa ha rebajado la cifra de 4.600 a 4.000 trabajadores.

De esta forma, es mucho más fácil que la cifra de 4.000 se pueda alcanzar enteramente con prejubilaciones, lo que haría innecesario que se aplicasen despidos forzosos.

Como esta exigencia -la de que no hubiera despidos forzosos- era y es la principal reivindicación de los sindicatos, con la cesión de hoy por parte de Telefónica se acerca mucho la posibilidad de un acuerdo total para pactar el ERE con la aprobación de la parte sindical en el área más importante del grupo, ya que las tres empresas del CEV suponían más del 80% de las salidas totales.

Con esta cesión de la empresa, el volumen mínimo de salidas se mantendría, en estos momentos, en 4.873 trabajadores, puesto que en las otras cuatro empresas que también están afectadas (Telefónica SA, la matriz; Movistar+; TID y TGS) la oferta de la empresa se eleva, por el momento, a 873 empleados, a falta de la reunión de mañana, donde previsiblemente la empresa hará su oferta final para estas cuatro filiales.

El problema es que las plantillas de estas otras cuatro empresas son mucho más jóvenes, por lo que las cohortes de trabajadores con posibilidad de ser prejubilados son mucho menores, lo que obligaría a un número alto de despidos forzosos. Y los sindicatos han condicionado la firma del acuerdo del CEV a llegar también a un acuerdo en las otras cuatro empresas.

EMPRESAS

Telefónica abre la puerta a recortar otras 600 salidas y propone que el ERE dure hasta 2028

El operador abre la última semana de negociaciones con una nueva oferta que sigue siendo vista como "insuficiente" por los sindicatos



José M. Rodríguez Silva Lunes, 15 diciembre 2025 - 18:20

El ERE de Telefónica podría durar hasta 2028, según la propuesta lanzada por la compañía este lunes que también contempla recortar en otras 550 salidas el personal afectado en sus sociedades principales, siempre y cuando este se cubra con voluntarios.

La compañía arranca la última semana de negociaciones con un planteamiento una ventana de salidas general para marzo de 2026 y luego la posibilidad de reabrir el expediente para dar salida a trabajadores que, por ejemplo, puedan acogerse de forma voluntaria al ERE, pero ser retenidos en la empresa, durante los dos últimos años, siendo 2028 el año final para "casos excepcionales", traslada UGT.

Además, la compañía ha rebajado en otros 600 despidos el mínimo de afectación del ERE en sus tres principales sociedades, es decir, el nivel a partir del cuál el despido podría cerrarse solamente con voluntarios. Este umbral ahora es de 4.000 trabajadores entre Telefónica de España, Telefónica Soluciones y Telefónica Móviles España. Si se suman todos los afectados, el proceso podría zanjarse con un mínimo de 4.873 trabajadores, casi un 20% menos que los 6.088 trabajadores iniciales. Sin embargo, los sindicatos siguen considerando que es "insuficiente" y que, bajo los parámetros actuales, lo más probable es que hubiera despidos forzosos para llegar a los umbrales que sigue planteando la compañía.

Entre las grietas en la negociación, siguen constando algunas mejoras en la propuesta económica, así como el reclamo universal entre los sindicatos de elevar el umbral de adhesión en las áreas estratégicas por encima del 35%.

El otro reclamo de los sindicatos es que la empresa cubra el 10% de las bajas del ERE con nuevas contrataciones, frente al 7% que plantean la compañía.

Las negociaciones así encaran una última semana con posturas cercanas que hacen presagiar un acuerdo, especialmente ante la presión de los propios trabajadores a los sindicatos para aceptar un pacto que supondría la prejubilación de la gran mayoría de estos casi 5.000 empleados afectados.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 8092 €
ÁREA: 338 CM² - 56%

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

16 Diciembre, 2025



Telefónica reduce la afectación del ERE por debajo de los 5.000 trabajadores

La empresa recorta el número de afectados en otros 600 para las filiales Telefónica España, Móviles y Soluciones ▶ Los sindicatos piden un "último esfuerzo" de mejora a la compañía

RAMÓN MUÑOZ
MADRID

La negociación del expediente de regulación de empleo (ERE) sigue avanzando con la rebaja paulatina del número de afectados. En la reunión de ayer, la empresa propuso una rebaja adicional en el número de salidas mínimas propuesta hasta los 4.000 trabajadores para las tres filiales principales. La cifra supone un recorte significativo respecto a los 4.600 que se barajaban la semana pasada y una reducción de más de mil empleos frente a la propuesta inicial de 5.040 salidas. Según el nuevo desglose, el ajuste se repartiría con 3.100 bajas en Telefónica de España, 750 en Telefónica Móviles y 150 en Telefónica Soluciones, todas ellas sociedades integradas en el convenio de empresas vinculadas (CEV).

El nuevo escenario implica, por primera vez, que las bajas totales en los siete ERE previstos en todo el grupo Telefónica quedarían por debajo de las 5.000, situándose el número mínimo de afectados en 4.873 salidas en total, mientras que el techo máximo se mantiene en 5.913 trabajadores, frente a la propuesta inicial de 6.088 trabajadores. Y es que a las 4.000 salidas de las tres filiales del CEV se unen las 873 vacantes propuestas para las otras cuatro filiales incluidas en el despido colectivo, por lo que el volumen mínimo de afectados por el ERE son los citados 4.873. Cabe recordar que la semana pasada la compañía ya planteó una rebaja adicional del 5% en las salidas de las divisiones de Telefónica SA, Global Solutions e Innovación Digital, que se añade a la reducción del 10% ofrecida previamente. Por su parte, el número de bajas en Movistar+ se ha fijado, por el momento, en 235 personas, tras dos reducciones consecutivas.

La propuesta original de Telefónica contemplaba un total de 5.040 salidas en las tres sociedades del CEV. Sin embargo, los términos actuales de la negociación establecen una horquilla que oscila entre las 4.000 y las 5.040 bajas, quedando la cifra definitiva supeditada al volumen de adhesiones voluntarias que se produzcan.

Bajo este esquema, si se alcanzasen las 4.000 solicitudes voluntarias, el proceso de salidas se daría por concluido sin necesidad de bajas adicionales. Por el contrario, en el supuesto de que las adhesiones voluntarias superasen el máximo previsto –registrándose, por ejemplo, 5.300 solicitudes–, el número total de salidas quedaría limitado en cualquier caso al tope de 5.040 personas.

A pesar de este avance en las cifras de afectación, los sindicatos consideran "insuficiente" el recorte y piden a la empresa "un último esfuerzo". Insisten en garantizar la plena voluntariedad en el proceso y en mejorar las condiciones económicas definitivas que se ofrecerán a la plantilla afectada en las tres principales filiales.

En el marco de la negociación del convenio, que se lleva de forma paralela al del ERE, Telefónica ha aceptado prorrogar el convenio de empresas vinculadas hasta 2030, atendiendo a la petición sindical, aunque todavía no ha renunciado a la posibilidad de ejecutar despidos forzosos. Entre los puntos valorados positivamente por los sindicatos figura la propuesta de una renta lineal voluntaria del 50% entre los 61 y los 65 años, sustituyendo el anterior esquema que oscilaba entre el 68% y el 38% según la edad. La empresa ha accedido a extender la póliza de salud durante todo el periodo del convenio especial con la Seguridad Social (CESS), si bien la representación de los trabajadores exige que esta cobertura se mantenga hasta la jubilación total.

La operadora ha aceptado la petición sindical de prorrogar el convenio a 2030

Entre las mejoras, el pago de una renta lineal voluntaria del 50% entre los 61 y 65 años

Respecto a la gestión de las áreas críticas, se ha avanzado en que los mandos y perfiles vetados no computen dentro del límite del 35% de dichas áreas, lo que facilitará su salida sin alterar el cálculo general; no obstante, UGT y CC OO reclaman que se acepten bajas voluntarias por encima de ese porcentaje durante todo el proceso.

En cuanto al calendario, la empresa propone marzo de 2026 como fecha de salida preferente, con ventanas adicionales durante 2026 y 2027, y de forma excepcional en 2028. Aunque la operadora mantiene su compromiso de creación de empleo en el 7%, los sindicatos presionan para elevar esta cifra al 10%.



Sede de Telefónica, en Madrid. LUIS SEVILLANO

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,6
AVE: 14908 €
ÁREA: 798 CM² - 86%

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

16 Diciembre, 2025



Telefónica renueva su dirección financiera para acelerar su plan estratégico

Juan Azcue se perfila como sucesor de Laura Abasolo

El Grupo Telefónica relevará a Laura Abasolo de la dirección general de Finanzas y Control de la compañía, con Juan Azcue como principal favorito para ocupar el *número tres* que ahora quedará vacante en la compañía. Según ha podido saber *elEconomista.es* de fuentes conocedoras de la situación, el movimiento en la primera línea ejecutiva forma parte de los asuntos a tratar en la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno que hoy se celebra en la sede del grupo. PÁG. 6

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,6
AVE: 14908 €
ÁREA: 798 CM² - 86%

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

16 Diciembre, 2025



Telefónica relevará a Laura Abasolo de la dirección financiera y de control del grupo

Juan Azcue se perfila como el nuevo responsable para acelerar el plan estratégico de la 'teleco'

La Comisión de Nombramientos abordará este martes el cambio de la actual 'número 3'

Antonio Lorenzo MADRID.

El Grupo Telefónica relevará a Laura Abasolo de la dirección general de Finanzas y Control de la compañía, con Juan Azcue como principal favorito para sustituirla y ocupar el *número tres* que ahora quedará vacante en la compañía. En ese caso, la multinacional también estará llamada a reemplazar al actual responsable de Estrategia y Desarrollo del grupo. Según ha podido saber *elEconomista.es* de fuentes conocedoras de la situación, el movimiento en la primera línea ejecutiva de Telefónica forma parte de los asuntos a tratar en la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno que este martes se celebra en la sede de la compañía.

El relevo de la máxima responsable de las finanzas de Telefónica se produce tras un ejercicio que para Abasolo ha estado marcado por el diseño del nuevo plan estratégico del grupo, Transformación y Crecimiento, en el que ha ejercido un destacado liderazgo. Entre las principales aportaciones de Abasolo en las directrices de la compañía sobresale su empeño por priorizar la disciplina financiera frente a cualquier aventura corporativa que pudiera comprometer los ratios de solvencia. De esa forma, la ejecución de eventuales movimientos corporativos ha pasado por el filtro del despacho de Abasolo, siempre con la precaución como premisa.

Abasolo ha formado parte del círculo más cercano de Murtra en el casi un año del nuevo presidente en el cargo, con un papel de especial relevancia en el aterrizaje del que anteriormente era el primer ejecutivo de Indra. Abasolo también contribuyó en la continuidad ordenada en las operaciones durante el proceso de transición.

Renovación acelerada

El relevo en la dirección financiera de Telefónica abunda en la renovación que ha ejecutado en la cúpula de la compañía Marc Murtra desde que asumiera la presidencia en enero de 2025. En marzo, el hasta entonces presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, fue nombrado consejero delegado del grupo en sustitución de Ángel Vilá.

Para sustituir a Gayo al frente de Telefónica España Murtra fichó a uno de sus colaboradores más estrechos durante su mandato en Indra, Borja Ochoa, con silla también en el Comité Ejecutivo de la matriz.



Laura Abasolo, directora general de Finanzas y Control de Telefónica. ALBERTO MARTÍN

Referencia en la terna ejecutiva de la multinacional

Laura Abasolo ha formado parte de la terna ejecutiva de Telefónica en los últimos años, también con la llegada del presidente Marc Murtra y el consejero delegado Emilio Gayo. De hecho, la ejecutiva vizcaína formaba parte del plantel de máxima confianza del expresidente José María Álvarez-Pallete, junto al entonces CEO, Ángel Vilá.
El pasado 4 de noviembre, en la presentación del nuevo plan estratégico del grupo *Transformación y Crecimiento*, Abasolo acaparó gran parte del discurso y de las explicaciones no solo a los analistas, sino también con los medios de comunicación. También fueron suyas las valoraciones sobre las ventas en Telefónica Hispanoamérica, en pleno proceso de desinversión acelerada.

Igualmente, el directivo catalán promocionó a Sebas Muriel, antiguo CEO de Tuenti, para liderar el negocio digital, como Chef Officer Digital (COD), en sustitución de Chema Alonso.

Murtra fichó en Banco Sabadell a Álvaro Echevarría como director de la Oficina del Presidente y Asuntos Corporativos (Chief of Staff) y designó a Andrea Folgueiras como directora global de Tecnología e Información (CTIO) y a Sofía Collado, también procedente de Indra, como CEO de Telefónica Tech en sustitución de José Cerdán. Los tres entraron en el Comité Ejecutivo.

De igual modo, se sumó a las filas de Telefónica como directora Global de Seguridad Piedad Álvarez, hasta entonces jefa de la Unidad Central de Ciberdelincuencia de la Policía judicial, y creó la Oficina de Transformación bajo el liderazgo de María García-Legaz.

Uno de los últimos movimientos de calado se anunció en octubre, cuando Javier de Paz, histórico de la *teleco*, salió del consejo de administración, pero fue designado como nuevo presidente no ejecutivo de Movistar Plus y director adjunto al presidente. Asimismo, Salvador García Ruiz se incorporó al Comité Ejecutivo del Grupo Telefónica como director de Comunicación y Marketing Corporativo.

Por su parte, Juan Azcue tiene todos los visos de sustituir a Abasolo, dada su experiencia en el Comité Ejecutivo de la compañía, donde se incorporó poco antes de la salida del anterior presidente Álvarez-Pallete. Azcue había sido un baluarte en operaciones estratégicas, como la fusión de O2 con Virgin Media en el Reino Unido, en plena pandemia, o la venta del negocio de torres de Telxius. De todo ello se encargará en las próximas horas la referida comisión de nombramientos de Telefónica, organismo responsable dentro del Consejo de Administración de la *teleco* de evaluar las competencias, conocimientos y experiencia necesarios, una vez ponderadas las funciones y aptitudes de los candidatos llamados a cubrir cualquier vacante.

> Laura Abasolo ha apostado por compaginar el crecimiento con la disciplina financiera

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Comercial de Deusto, especialidad de Finanzas, y con un MBA en International Business por la Escuela Noruega de Económicas y Administración de Empresas, Abasolo (Bilbao, 1972) fichó por Telefónica hace casi 27 años, procedente de Goldman Sachs

Hasta la pasada primavera, Abasolo ha liderado la gestión de la filial de Hispanoamérica, actualmente en pleno desmantelamiento, en espera de las ventas de México, Chile y Venezuela, una vez que ya está encarrilada la desinversión en Colombia y la salida en el resto de las filiales hispanoamericanas del otro lado del Atlántico. Entre otras funciones, Abasolo forma parte del Consejo de Administración de la *joint venture* VMO2 desde junio de 2021, así como de la Comisión de Auditoría de la sociedad hispanobritánica. En junio de 2021 fue nombrada miembro del Consejo Asesor de Telefónica de España y del Consejo Asesor de Telefónica HispAm. Entre otros puestos de responsabilidad y representación, Abasolo es miembro del Patronato de la Fundación Telefónica desde diciembre de 2017.

Además, la ejecutiva ha sido miembro del consejo supervisor de Telefónica Deutschland, A.G. desde 2015 y presidenta del mismo desde mayo de 2018 hasta marzo de 2020, y formado parte de su Comisión de Remuneraciones y de su Comisión de Auditoría desde 2015 hasta abril de 2019. En el ámbito particular, Abasolo es miembro del patronato de la Fundación Lealtad.

Juan Azcue es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Inició su carrera en la oficina de Madrid de KPMG en 1999, primero en el área de auditoría y posteriormente en el equipo de *Corporate Finance*. En 2004 ingresó en el equipo de Fusiones y Adquisiciones de Telefónica, donde ha ejercido una tarea primordial en la reciente historia de la compañía, con una intensa actividad en desinversiones en la corporación. Al igual que Abasolo, Azcue también ha formado parte de los altos directivos que recientemente han invertido en la *teleco*, con la compra de títulos, junto con Pablo de Carvajal, secretario general del Consejo.

VARIETY

Dec 15, 2025 2:02am PT

‘Sundays,’ Director Alauda Ruiz de Azúa’s San Sebastián Best Film Winner, Closes Half the World With Early Sales for Le Pacte (EXCLUSIVE)

New deals include Germany, Italy, Nordic States, Mexico and Australia plus an HBO first pay TV window for Eastern Europe and Latin America and a slew of other European markets

By **John Hopewell**



Sundays (L-R) Blanca Soroa, Miguel Garcés and Patricia López Arnaiz in ‘Sundays’ Courtesy of SSIFF

Alauda Ruiz de Azua’s “Sundays” (“Los Domingos”), the winner of the San Sebastián Film Festival’s Golden Shell for best film, has been sold to half the major movie markets in the world by Paris-based Le Pacte.

The first phase roll out for Le Pacte underscores the sales punch of a select number of breakout dramas from exciting talent scoring big prizes at big fests.

“Los Domingos” scored best film and actress (Patricia López Arnaiz) at Spain’s Forqué Awards this Saturday, making it favourite for the Spanish Academy Goya Awards in February. “Sundays” now ranks in Film Affinity España’s list as one of the best Top 10 Spanish films ever made.

Written and directed by Ruiz de Azúa, the Movistar Plus+ co-produced “Sundays” marks the second feature from Basque Ruíz de Azúa who has emerged in a spectacular fashion in just five years as a major voice in Spanish film and TV.

Ruiz de Azúa’s first feature “Lullaby” (2022) was hailed by Pedro Almodóvar as “undoubtedly the best debut in Spanish cinema for years.” World premiering last year at San Sebastián, her first series, “Querer,” went on to win this year the top Grand Prix at France’s Series Mania, Europe’s most important TV festival.

Now “Sundays” has achieved the Holy Grail of any feature these days sold on the open market: a powerful performance in its home territory, reaching around €4.0 million ($4.7 million) to date in Spain from an Oct. 24 release by Bteam Pictures, and rapid, fulsome sales with the potential for more to come and a theatrical release in multiple key overseas territories .

In first announced deals by Le Pacte, “Sundays,” a psychological suspense drama which delivers a penetrating take on failing family dynamics, has closed Germany and Austria (MFA+ FilmDistribution), Italy (Movies Inspired), Nordic states (Angel Films) and Australia and New Zealand (Palace Films).

Widely sold across Europe, other deals take in Benelux (Cherry Pickers), Greece (Weird Wave), Poland (Rafael Films), Switzerland (Agora Films), Romania (Independenta), Portugal (Leopardo Filmes) and Croatia (Kino Mediteran).

Le Pacte has also secured two deals with HBO for the 1st pay TV/SVOD window in both Latin America and Eastern Europe. In Latin America, the film will also receive a theatrical release ahead of the HBO window through separate deals with Cine Video y TV for Mexico and Babilla Cine for Colombia.

As already announced, Le Pacte is directly handling French distribution. It has set a wide theatrical release in France for Feb. 11, 2026. Additional territories are currently in discussions, Le Pacte confirmed Monday.

‘Sundays’: the Film

Also written by Ruiz de Azúa, “Sundays” turns on Ainara, 17, a student at a religious school in a city in northern Spain who begins the films by begging aunt Maite to persuade father Iñaki to let her go on a retreat organized by the local Betinas convent nuns, an enclosed order.

Maite, a flamboyant modern woman, and Iñaki, owner of a failing restaurant business, learn from Ainara's spiritual director at school, a dashing young priest, that Ainara will learn from God – with whom she already talks sometimes, she says – what He wants of her.

One question in the film is whether Ainara has been deeply wounded by the death of her mother, who was deeply religious, and the distance of her father, driving her to seek the warmth of another mother, Prioress Mother Isabel, and another father, the Father.

"Not all girls who goes to a religious high school or a retreat end up becoming nuns. So though the religious world can push her in that direction, you have the sensation's there's more driving her," Ruiz de Azúa has observed to Variety.

Above all, however, "Sundays" emerges as a study of failing family dynamics, plagued by intolerance, where key family members never achieve a sense of empathy with Ainara, viewing her vocation through a lens of self interest (father Iñaki) or egocentrism (aunt Pilar). Only Ainara's grandmother and Maite's husband step back from themselves and recognize that Ainara's worldview may not coincide with their own, and her desires conflict with theirs, without trying to impose their will on her.

Led by newcomer Blanca Soroa in an acclaimed performance as Ainara which makes her a frontrunner for recognition in Spain's awards season, "Sundays" also stars López Arnaiz ("Glimmers," "20,000 Species of Bees"), Miguel Garcés ("20,000 Species of Bees"), Juan Minujín ("The Two Popes," "Focus") and Mabel Rivera ("The Sea Inside," "Goya's Ghosts").

"Sundays " displays fast emerging Ruiz de Azúa hallmarks, seen in "Lullaby" and "Querer": the mix of suspense drama and psychological and social observance grounded in a knowingly depicted Basque reality; the contrast of two mindsets – though far more ambivalent here in "Sundays" – and performances by some of Spain, and now the Spanish-speaking world's, most respected actors; and studied cinematographic direction.

Regarding the last, Ruíz de Azua observed at a press conference at September's San Sebastián Festival, where the film stood head and shoulders above rivals in an El Diario Vasco Spanish critics' poll, that "colors repeat in Ainara's family home and the Betinas Convent. There are very few shots of the sky. I wanted the two worlds, which could appear very different, to belong to the same world."

Production Details

First announced at Cannes in 2023, "Sundays" merges two Spanish production models. It forms part of a potent first film slate from Movistar Plus+ aimed at making films of large artistic and broader audience ambition at a budget which can compete with similar films from major production centers in Europe.

The strategy has already born early high-profile fruit with Oliver Laxe's "Sirât," which scored a Jury Prize at Cannes competition this May and two Golden Globe nominations last week.

In production, Movistar Plus+ teams with a network of production houses spread over Spain, many of which backed "Lullaby" and which are now emerging or have emerged as distinguished producers in their own right: Marisa Fernández Armenteros' Buenapinta Media ("The Mole Agent"), Manu Calvo at Encanta Films ("Wounded"), Nahikari Ipiña at Sayaka Producciones ("Daniela Forever") and Sandra Hermida at Colosé Producciones ("Society of the Snow"), Think Studio ("Mirage") and Los Desencuentros Película.

MENORCA

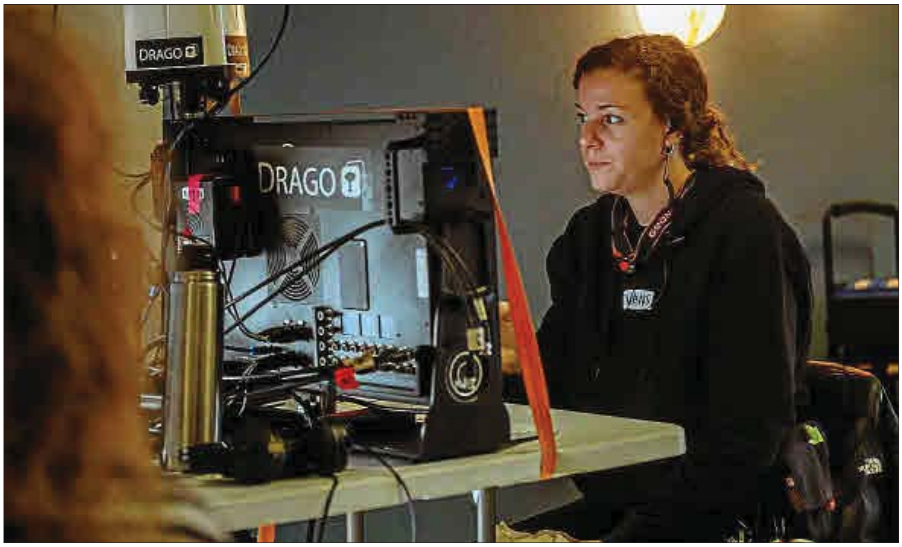
PAÍS: España
PÁGINAS: 1,20
AVE: 2521 €
ÁREA: 684 CM² - 84%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3542
OTS: 27000
SECCIÓN: PORTADA

13 Diciembre, 2025



MARIA SINTES JUANICO • La menorquina ha trabajado como operadora de vídeo en dos de las películas más exitosas del año: 'Los domingos', que ganó en San Sebastián y apunta a los premios Goya, y 'Los Tigres'



La menorquina, delante del monitor de vídeo, durante uno de los rodajes. Foto: M.S



«Disfruto de cada proyecto, el cine me da la vida»

Rubén P. Atienza

Cuando todavía no había acabado la carrera de Comunicación Audiovisual, Maria Sintes Juanico (Alaior, 1994) formó en 2015 parte del equipo de voluntarios del Festival Internacional de cine Menorca (Ficme). Una experiencia que despertó en ella, cuando aún no tenía muy claro por dónde iba a encaminar su carrera, el interés por el mundo del séptimo arte. Un año después trabajó como meritoria de producción en «La vida lliure», la película que rodó en la zona de La Vall Marc Recha. «Allí fue donde empecé a descubrir que lo que me gustaba era estar en un rodaje y ver ese mundo desde dentro», reconoce la menorquina, que desde entonces no ha parado de trabajar sumando un gran número de proyectos cinematográficos a su currículum.

Se puede decir que este 2025 ha sido un buen año, ya que ha trabajado como técnica, desempeñado la función de operadora de vídeo, en la que sin duda ha sido una de las películas españolas mejor recibidas por la crítica. Estamos hablando de «Los domingos», el filme de Alauda Ruiz de Azúa, que ya se alzó con la Concha de Oro en San Sebastián, y apunta como una de las grandes favoritas para la próxima edición de los Goya. Por si fuera poco, Sintes también ha trabajado este año en el rodaje de «Los Tigres», la película de Alberto Rodríguez, estrenada a finales de octubre, que ya es uno de los taquillazos nacionales con 1,2 millones de euros recaudados.



Sintes lleva diez años trabajando en el sector cinematográfico.

Dos proyectos bien diferentes, pero con los que ha disfrutado igualmente. «Los domingos», filmado en la zona de Bilbao, con un trabajo más centrado en los interiores; y «Los Tigres», en Huelva y Alicante, con el reto que supone rodar en «alta mar, con una dinámica muy distinta, más compleja», explica. Cada trabajo es un reto, y a veces los de televisión implican desafíos mayores que los de la pantalla grande. Algo que pudo comprobar embarcada en el rodaje de otro de sus trabajos estrella de este año, el spin-off de «The Walking Dead» centrado en el personaje de Daryl Dixon.

Pero para llegar hasta ahí, Sintes ha pasado, desempeñando diferentes funciones, por un buen número de sets de rodaje. Ha trabajado como asistenta de producción a las órdenes de Fernando Colomo en «La Tribu» (2018) o en títulos como «Superlópez». El punto de inflexión llegó cuando comenzó como operadora de cámara, función a la que en el sector se refieren también como *vídeo assist*, en la serie de televisión «Las del hockey» (2019). Labor que después desempeñó en títulos como «Los espabilados» (2021), rodada en la Isla, o las películas «Suro», «La maternal» o «Los renglones torcidos de Dios» en 2022, otro gran año para Sintes. Al siguiente continuó prosperando como parte del equipo de «La sociedad de la nieve», el filme de Juan Antonio Bayona, trabajo por el que otra menorquina, Margarita Huguet, consiguió un Goya.

Ahora se codea con artistas con nombre dentro del mundo del cine nacional, pero Sintes no olvida, con gratitud, las oportunidades que le brindaron también productoras de la Isla con las que colaboró en diferentes proyectos, como Paleàrtica o Empàtic. Sobre el futuro, asegura que no le importaría desempeñar otros roles dentro del cine, pero también reconoce que se siente muy a gusto con lo que hace: «Me veo más como técnica, resolviendo problemas *in situ* en el momento en que están pasando».

La vida de Sintes se mueve principalmente entre Madrid y Barcelona y allá donde la lleva cada rodaje. Recientemente ha pasado por Luxemburgo con motivo del último título en el que ha trabajado, «Las vidas posibles de mi madre», de Jorge Dorado. «La verdad es que es un trabajo bastante intenso, porque al final pasamos muchas horas en el rodaje, más si te vas fuera. Pero disfruto y salgo satisfecha de cada proyecto que hago y de cada día que trabajo, y a pesar de que a veces resulta duro, veo que el cine me da la vida», concluye.

MENORCA

La exitosa carrera de la menorquina Maria Sintes: «Disfruto de cada proyecto, el cine me da la vida»

Ha trabajado como operadora de vídeo en dos de las películas más exitosas del año: 'Los domingos' y 'Los Tigres'



Maria Sintes delante del monitor de vídeo, durante uno de los rodajes | Foto: M.S.

Rubén P. AtienzaMenorca13/12/25 3:59

Cuando todavía no había acabado la carrera de Comunicación Audiovisual, Maria Sintes Juanico (Alaior, 1994) formó en 2015 parte del equipo de voluntarios del Festival Internacional de cine Menorca (Ficme). Una experiencia que despertó en ella, cuando aún no tenía muy claro por dónde iba a encaminar su carrera, el interés por el mundo del séptimo arte.

Un año después trabajó como meritoria de producción en «La vida lliure», la película que rodó en la zona de La Vall Marc Recha. «Allí fue donde empecé a descubrir que lo que me gustaba era estar en un rodaje y ver ese mundo desde dentro», reconoce la menorquina, que desde entonces no ha parado de trabajar sumando un gran número de proyectos cinematográficos a su currículum.

2025, un buen año

Se puede decir que este 2025 ha sido un buen año, ya que ha trabajado como técnica, desempeñado la función de operadora de vídeo, en la que sin duda ha sido una de las películas españolas mejor recibidas crítica. Estamos hablando de «Los domingos», el filme de Alauda Ruiz de Azúa, que ya se alzó con la Concha de Oro en San Sebastián, y apunta como una de los grandes favoritos para la próxima edición de los Goya.



Sintes lleva diez años trabajando en el sector cinematográfico.

Por si fuera poco, Sintes también ha trabajado este año en el rodaje de «Los Tigres», la película de Alberto Rodríguez, estrenada a finales de octubre, que ya es uno de los taquillazos nacionales con 1,2 millones de euros recaudados.

Dos proyectos bien diferentes, pero con los que ha disfrutado igualmente. «Los domingos», filmado en la zona de Bilbao, con un trabajo más centrado en los interiores; y «Los Tigres», en Huelva y Alicante, con el reto que supone rodar en «alta mar, con una dinámica muy distinta, más compleja», explica. Cada trabajo es un reto, y a veces los de televisión implican desafíos mayores que los de la pantalla grande. Algo que pudo comprobar embarcada en el rodaje de otro de sus trabajos estrella de este año, el spin-off de «The Walking Dead» centrado en el personaje de Daryl Dixon.

Pero para llegar hasta ahí, Sintes ha pasado, desempeñando diferentes funciones, por un buen número de sets de rodaje. Ha trabajado como asistenta de producción a las órdenes de Fernando Colomo en «La Tribu» (2018) o en títulos como «Superlópez».

Una amplia trayectoria

El punto de inflexión legó cuando comenzó como operadora de cámara, función a la que en el sector se refieren también como video assist, en la serie de televisión «Las del hockey» (2019). Labor que después desempeñó en títulos como «Los espabilados» (2021), rodada en la Isla, o las películas «Suro», «La maternal» o «Los renglones torcidos de Dios» en 2022, otro gran año para la Sintes. Al siguiente continúo prosperando como parte del equipo de «La sociedad de la nieve», el filme de Juan Antonio Bayona, trabajo por el que otra menorquina, Margarita Huguet, consiguió un Goya.



La menorquina formó parte del equipo de «La sociedad de la nieve».

Ahora se codea con artistas con nombre dentro del mundo del cine nacional, pero Sintes no olvida, con gratitud, las oportunidades que le brindaron también productoras de la Isla con las que colaboró en diferentes proyectos, como Paleàrtica o Empàtic. Sobre el futuro, asegura que no le importaría desempeñar otros roles dentro del cine, pero también reconoce que se siente muy a gusto con lo que hace: «Me veo más como técnica, resolviendo problemas in situ en el momento en que están pasando».

La vida de Sintes se mueve principalmente entre Madrid y Barcelona y allá donde le lleva cada rodaje. Recientemente ha pasado por Luxemburgo con motivo del último título en el que ha trabajado, «Las vidas posibles de mi madre», de Jorge Dorado. «La verdad es que es un trabajo bastante intenso, porque al final pasamos muchas horas en el rodaje, más si te vas fuera. Pero disfruto y salgo satisfecha de cada proyecto que hago y de cada día que trabajo, y a pesar de que a veces resulta duro, veo que el cine me da la vida», concluye.

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 41
AVE: 7279 €
ÁREA: 241 CM² - 48%

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

16 Diciembre, 2025



‘Los domingos’: ¿atea o beata?

ANÁLISIS
OSKAR BELATEGUI

Los domingos’ fue, como estaba cantado, el mejor largometraje de ficción en los Forqué, los premios que entregaron los productores el pasado sábado. La sorpresa vino cuando su directora, Alauda Ruiz de Azúa, recogió el galardón y recordó que la película española del año «explora cómo el adoctrinamiento religioso puede distorsionar tu percepción o tus sentimientos».

Es la primera vez desde su estreno, el pasado 24 de octubre, que la directora baracaldesa concreta de manera rotunda las intenciones de su tercer largometraje. Hasta ahora, sus declaraciones habían mantenido cierta ‘equidistancia’ entre los espectadores que comprenden que la niña protagonista (Blanca Soroa) ingrese en un convento al sentir la llamada de la fe y los que abominan de que se haga monja, postura que encarna el personaje de su tía (Patricia López Arnaiz).

«Mi deseo es que la película genere conversación y comprensión», expresaba Ruiz de Azúa a este periodista antes de acudir al Festival de San Sebastián. Hilaba tan fino que su equipo de prensa rogó que la pregunta de si enviaría a su hijo a un colegio religioso no apareciera en la entrevista (respondió que no). Tras ganar la Concha de Oro, en un segundo encuentro la cineasta reconocía que se le acercaban creyentes «para agradecernos el respeto con el que tratamos el tema religioso».

¿Es pues, ‘Los domingos’, una diatriba anticlerical o una cinta que podría haber producido el Opus Dei? El diario ‘ABC’ mostró la cinta a un grupo de treinta monjas contemplativas del Monasterio de la Conversión en Sotillo de la Adrada (Ávila). Y todas se emocionaron con la historia de Ainara, la chica bilbaína de 17 años huérfana de madre que provoca un terremoto en su familia al anunciar que toma los hábitos. «El guion podríamos haberlo firmado cualquiera de nosotras», sancionaron. El obispo José Ignacio Munilla también salió feliz del cine. «Esta película hace un bien a los jóvenes para ayudarles a entender que hay que ser valientes y libres para buscar cada uno su camino».

Devolver el reflejo

Por supuesto, Alauda Ruiz de Azúa no tiene por qué verbalizar el mensaje o propósito de la película que ganará los Goya el próximo 28 de febrero. Pero llama la atención que en los Forqué remarcara que estamos ante «una película respetuosa (...) que trata al espectador como un adulto capaz de sacar sus propias conclusiones», para después matizar: «Trata de defender la autonomía del espectador frente a adoctrinamientos o dogmas». Y como precisamente ‘Los domingos’ «explora cómo el adoctrinamiento religioso puede distorsionar tu percepción o tus sentimientos», solo cabe concluir que la propia Ainara, alumna de un centro religioso, no es libre ni lúcida en su discernimiento.

¿Significan sus palabras que muchos de los 600.000 espectadores que se han emocionado con el filme están equivocados? ¿Las votaciones de los inminentes Goyas han obligado a aclarar lo que para muchos críticos resultaba cristalino? La autora de ‘Cinco lobitos’ viene explicando desde el Zinemaldia que ‘Los domingos’ se recibirá según la mochila religiosa o ideológica que porte cada espectador. «La película te va a devolver tu reflejo», adelantaba. «He profundizado en todos los puntos de vista, todos tienen su sitio y dicen lo que tienen que decir».



Blanca Soroa, Alauda Ruiz de Azúa y Patricia López Arnaiz. EFE

Cuando Luis Buñuel, «ateo por la gracia de Dios», adaptó ‘Nazarín’, la novela de Galdós sobre un sacerdote arcángel caído en crisis de fe y resucitado por la solidaridad de los humildes, muchos se sorprendieron de que tratara con tanto amor a un cura. La Oficina Católica Internacional de Cine (OCIC) barajó incluso otorgarle el premio a la mejor película exaltadora de valores cristianos. De haberlo ganado, confesó Buñuel, «me hubiera visto obligado a suicidarme».

Solo cabe agradecerle a Ruiz de Azúa que en estos tiempos en los que el algoritmo de Netflix determina lo que vemos y cómo son las películas nos haya regalado un drama que no pone las cosas fáciles. Porque lo más sencillo hubiera sido mostrar a monjas y sacerdotes como villanos de tebeo y a una familia idílica, en vez de este grupo crispado y a lo suyo, que nunca ha hecho mucho caso a Ainara. Si hasta al padre parece preocuparle más el restaurante en crisis que una hija que, oye, si se mete al convento es una boca menos que alimentar.

‘Los domingos’ se llama así porque es el día del Señor, en el que la familia de Ainara queda para comer y tirarse los trastos. Lo divino y lo terrenal. Y de fondo, un coro que canta a Nick Cave: «No creo en la existencia de los ángeles, pero mirándote me pregunto si eso es verdad».

OPINIÓN

'Los Domingos', la película de terror que alimenta el fundamentalismo religioso



Por Paco Tomás 14/12/2025

Los Domingos es una película de terror. Eso ya lo sabéis pero yo lo comprobé la semana pasada. Y eso me llevó a reflexionar sobre lo peligroso de una película así en este contexto social e histórico en el que habitamos y si Alauda Ruiz de Azúa, su directora y guionista, era consciente de ello o le ha explotado esta bomba de fanatismo ultra religioso en la cara.

Parto de la premisa de que un creador debe ser y sentirse libre para escribir y plantear unos conflictos en sus personajes al margen de lo políticamente correcto o de la rentabilidad de lo convencional. Y, de la misma manera, creo en el compromiso del autor, ya sea guionista, cantante, escritora, pintor o directora de cine, con su tiempo. Y eso es, precisamente, de lo que adolece Los Domingos. De compromiso con su tiempo. Porque la propuesta de Alauda ignora que habitamos unos tiempos en los que la fe ha arrinconado a un segundo plano a la razón, al argumento científico y a la verdad.

La fe es el argumento irrebatible con el que nos callan la boca cuando les cuestionamos su proceder. Hoy hay muchos individuos que, solo con su convicción ciega, niegan las vacunas, creen que la Tierra es plana o defienden las teorías conspirativas de los chemtrails. ¿Es esa la sociedad capaz de discernir una película como Los Domingos? Opino que no.

Yo, que he sufrido en mi identidad los ataques constantes de la Iglesia católica, que conozco el daño que, históricamente, han causado a madres solteras y a personas LGTBIQ+ -siempre está detrás de las torturas a las que se somete a las personas queer para "curarlas"-, que he leído sobre el Patronato de Protección a la Mujer -regido por monjas, las mismas que robaban bebés-, sobre los abusos de curas a menores y sobre la colaboración necesaria que los regímenes totalitarios y fascistas encontraron en esa Iglesia para cometer sus atrocidades y sus vulneraciones de Derechos Humanos, estoy condicionado ante la historia que plantea Alauda: una chica de 17 años que quiere meterse a monja de clausura. Pero, de la misma manera, un creyente practicante ve, en la misma película, la victoria del bien contra el mal, un admirable canto a la fe y a la entrega, en cuerpo y alma, a Dios. Para mí, es terror. Para ellos, la reafirmación de su fe. Y que una película consiga esto no me parece un hallazgo narrativo sino apostarlo todo a la bondad del escorpión. Y el escorpión pica, porque es su naturaleza.

Los Domingos es una película aterradora, a la altura de La semilla del diablo. Escuchar a sus personajes decir frases como "no hay edad para la vocación" o "la valentía de confiar en Dios", cuando está en juego la vida de una chica de 17 años, es sobrecogedor. La hermana Pilar, la madre priora que interpreta Nagore Aramburu, junto al padre Chema, son personajes estremecedores, en la categoría del Jack Torrance de El resplandor o la Gladys de Weapons.

Sin embargo, a los ojos de los creyentes, la tía de la niña, Maite -magistral Patricia López Arnaiz- es la malvada de la película; la egoísta, la histérica, la mentirosa, la irresponsable, la desequilibrada. Una mujer adulta perdida y que por eso boicotea a la sobrina. Porque la sobrina lo tiene más claro que ella. El guion le da la razón a quienes cercenan la vida de una chica joven en nombre de una falsa espiritualidad. Porque hay más espiritualidad en trabajar por la justicia social en una ONG que en un convento de clausura.

Creo que Alauda Ruiz de Azúa se equivoca al hacer un ejercicio de equidistancia y al encumbrarse por encima del tiempo y el lugar en el que habita. Y eso le ha explotado en la cara. La propia Alauda se da cuenta de eso cuando empieza a recibir elogios por parte de confesiones religiosas muy cuestionables -desde el Opus Dei a los Legionarios de Cristo- y de personas, tipo Tamara Falcó, que creen que una niña de quince años embarazada no debe abortar porque hacerlo es pecado. Porque la vida solo la da y la quita Dios. De ahí que la directora y guionista recuerde, en todas las entrevistas, que ella es atea. Necesita recordarnos esto cuando ve cómo se están apropiando de su historia para hacer proselitismo religioso. Como si a la Iglesia católica le hiciera falta. Opino que el fallo está en delegar tu punto de vista, como autora, en el espectador. Porque si Alauda hubiera rodado Querer con la misma

equidistancia con la que ha rodado Los Domingos tendría a un montón de señores maltratadores felicitándola por su serie.

Las órdenes religiosas son anacronismos propios de la era medieval, de un tiempo de oscurantismo y dioses justicieros. Nada tiene que ver con nuestro tiempo donde, precisamente, hay una sequía de vocaciones y la inmensa mayoría de jóvenes que se meten a monjas, o a sacerdotes o frailes, vienen de América latina y África, donde el catolicismo, y algunas de sus más terribles perversiones de culto, como los evangelistas, han calado muy hondo ante esa superioridad moral de los supuestos países del primer mundo que celebran bodas, bautizos y comuniones por la Iglesia, que han dejado la educación de sus hijos en manos de colegios religiosos, pero que luego creen que la sangre no va a llegar al río porque ellos no van a misa o usan condón en sus relaciones sexuales.

Celebrar que una chica de 17 años se meta a monja de clausura es aplaudir la irresponsabilidad, el sacrificio de una vida humana como ritual religioso. La película, al no tomar partido y dejar al personaje de Maite sola ante una corte de personajes individualistas y sin responsabilidad afectiva, puede llegar a tener un final feliz. Así lo demuestran los artículos, de medios religiosos, que festejan la decisión del personaje de Ainara con argumentos que bajo ningún concepto tolerarían si la chica le contase a la monja que está enamorada de su amiga y se va a fugar con ella a Helsinki o que lo va a dejar todo para vivir en una comuna poliamorosa. El adoctrinamiento -aquí llamado “discernimiento vocacional”- es tan potente que incluso le gana la partida a la directora y guionista de la película, siendo atea. Y no están los tiempos para ir dando pasos hacia atrás. Ni en el nombre del padre, ni de la madre, ni en el de nadie.

Tempos Novos

PAÍS: España
PÁGINAS: 78-79
AVE: 1936 €
ÁREA: 1776 CM² - 176%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025



[T]
Damián Villalaín

RETORNO <ATÓLI<O?

A Igrexa Católica tendeu case sempre a un inmobilismo acomodaticio, burocrático e corrupto que se xustificaba polo principio de autoridade, o cerimonial suntuoso, o fetichismo dos dogmas e, sobre todo, polo monopolio autootorgado para a interpretación da vontade divina. Os crentes máis submisos, que foron e son a inmensa maioría, aceptaban docilmente as indiscutibles palabras dos cregos, aínda que cada certo tempo aparecían minorías de *intensitos* -reformadores, místicos e tamén algúns toliños- que non fiaban a salvación das súas almas a pontífices e prelados que encargaban asasinatos, armaban exércitos, queimaban herexes, lexitimaban matanzas, falsificaban documentos e practicaban con fruición a pedofilia.

Como non pretendo facer anticlericalismo barato, direi que entre os membros do clero houbo e hai moitas persoas boas, decentes e dispostas a axudar a quen o necesitan. E pódese aceptar tamén que algúns dos príncipes da Igrexa máis tendentes ao homicidio, á simonía, ao latrocinio, ao lenocinio ou ao estupro (e mesmo a todo iso á vez) compensaron algo estas vilezas coa encarga de marabillosas obras de arte que fixeron do mundo un lugar máis fermoso. Luces e sombras, piedade e sangue, beleza e dor... Como sempre foi e será alá onde haxa seres humanos.



Herdanza artística

O papel desempeñado pola Igrexa na formación de gran parte da herdanza artística europea desde o século IV ata o XIX non é un asunto desdeñable ou menor. Desde as catedrais góticas aos templos barrocos que seguen sinalando os centros das cidades, pasando polas humildes capeliñas do románico rural, a Igrexa garantiu para moitos séculos a súa presenza física nun mundo cada vez máis secularizado e liberado do control dos sacerdotes. Esa presenza diminuíu moito nas festas esparexidas polo calendario, pero experiméntase máis que nunca, a través de pinturas e esculturas, nos museos, nos libros e nas revistas, no cine e na publicidade, na televisión e en internet. Nos últimos 150 anos a arte foi a agarradoira, talvez inesperada, que lle quedou a unha Igrexa situada ao borde do precipicio pola súa incapacidade para adaptarse ao mundo nacido cos avances da Ilustración, do liberalismo e da sociedade industrial.

A arte -tanto a sacra como a secular-, entendida xeralmente como un medio de disfrute ou como algo que é case obrigado ir ver cando se viaxa, converteuse durante o último século e medio nunha *cousa* descontextualizada, ubícua e cotiá nas sociedades occidentais. É posible que nin o dez por cento dos europeos saiban dicir nada de Descartes, Hobbes ou Hegel, pero sería raro que unha porcentaxe moito maior non respondese afirmativamente se lles preguntasen por unha obra de Leonardo da Vinci, Miguel Anxo ou Van Gogh.

AS DESHORAS

Tempos Novos

PAÍS: España
PÁGINAS: 78-79
AVE: 1936 €
ÁREA: 1776 CM² - 176%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Diciembre, 2025



TODO É PEIXE

Este período de protagonismo social da arte coincide case exactamente coa decadencia do poder da Igrexa Católica. Tamén do seu poder artístico: a arte promovida desde o Vaticano e as súas terminais afundiuse de maneira estrepitosa nunha vulgaridade curil e triste, fea e case soez se a comparamos coas espléndidas producións do pasado. É certo que hai uns poucos exemplos de arquitectura católica contemporánea verdadeiramente pasmosa (Gaudí, Le Corbusier, Niemeyer, Saarinen, Tange) que sobresaen como perlas entre miles de igrexas horrorosas, algunhas delas tan famosas coma o pomposo e absurdo Sacre-Coeur do Montmartre parisino, ou como a catedral da Almudena, trapalleira apoloxía da aberración a gran escala da que Madrid non debería sentirse orgullosa. Polo que respecta á pintura e á escultura, a Igrexa Católica é toda ela un excelso museo que non admite a entrada de case ningún artista posterior a 1870.

Dúas obras de arte no centro do debate

Pero os lectores racionalistas e empiristas, agnósticos e ateos, non deben facerse ilusións: a vella toupeira eclesial aínda non dixo a última palabra e rexurde agora prestando conceptos e argumentos a obras de arte magníficas, como as que hai ben pouco nos acaban de entregar Rosalía (*Lux*) e Alauda Ruiz de Azúa (*Los domingos*). A coincidencia no tempo (quen sabe se non se trata un sinal divino!) do disco da barcelonesa e da película da bilbaína avivou un deses eternos debates sobre "a xuventude actual", que seica se está interesando, por primeira vez no que vai de século, na relixión e máis particularmente no catolicismo. A arte ao rescate da fe murcha e en retirada? Serán Rosalía e Ainara, a nena que fala con Deus en *Los domingos*, as abandeiradas do inicio dun rexurdimento relixioso neste anaco de mundo? Ou quedará todo nunha nova moda pop coas súas correspondentes translacións á roupa, a maquillaxe e os curtes de pelo?

Non sei se, cando este artigo apareza, o asunto do retorno católico seguirá entretendo a xornalistas e tertuliáns ou xa será pasado esquecido. As cousas van máis rápido que nunca e supoño que isto ten que ver con que os medios dixitais non paran de subir iso que chaman *contidos* nin de día nin de noite, e unha voracidade semellante esgota antes os temas e os converte axiña en cousas efémeras e antigas. De todos modos, co anunciado *retorno* parece que hai movemento de fondo. Sería sensato que o debate fose máis alá do catolicismo, entre nós tan divisivo, e se situase

SERÁN ROSALÍA E AINARA, A NENA QUE FALA CON DEUS EN *LOS DOMINGOS*, AS ABANDEIRADAS DO INICIO DUN REXURDIMENTO RELIXIOSO NESTE ANACO DO MUNDO?



no marco máis amplo da relixiosidade, e no que esta implica en canto desexo de sentido, ansia de *pertenza* e mesmo vía de escape dun mundo xuvenil cada vez máis limitado pola pantalla do móbil. Tampouco semella ben orientada a simplificación do asunto mediante a división tradicional entre dereitas e esquerdas, aínda que vai ser case imposible desvinculalo da guerra político-cultural vixente. Desde logo, se dúas artistas como Rosalía e Ruiz de Azúa simbolizan e centran ese debate, a afinidade da nova tendencia -ou moda- coa extrema dereita ou co nacionalismo trumpista-cristiano queda, sen dúbida, descartada.

[F] Na páxina anterior, martirio de Santa Cecilia na basílica que leva o seu nome en Trastevere. Arriba, fotograma de *Los domingos*.

Religión Digital

Reflexiones sobre la película “Los domingos”

Me pregunto por qué se asocia más con espiritualidad un monasterio de célibes en clausura que una vocación o un movimiento de acción eco-feminista y socialista



La directora de 'Los Domingos' recoge la Concha de Oro | Ep

José Arregi 15 dic 2025 - 06:59

He visto con mucho interés y no poca incomodidad la película Los domingos Los domingos, dirigida por Alauda Ruiz de Azúa, autora del guión. Una gran película, recientemente galardonada con la Concha de Oro del Festival de Cine de San Sebastián. Cuenta la historia –real– de Ainara, que a sus 17 años se siente fuertemente llamada por Dios a ser monja de clausura y a entregarse entera y exclusivamente al amor divino. Su deseo provoca cierta condescendencia –no exenta de interés económico– por parte de su padre Iñaki y el rechazo intransigente y airado de su tía Maite.

Algunos analistas, sobre todo entre los más próximos a la institución católica, saludan este filme –o el álbum Lux de Rosalía o el libro Sobre Dios. Pensar con Simone Weil del exitoso Byung Chul Han– como signo del “retorno espiritual” que se estaría dando hoy en nuestra sociedad moderna tan convulsa y desorientada. Depende de lo que entendamos por espiritual. Me pregunto por qué se asocia más con espiritualidad un monasterio de célibes en clausura que una vocación o un movimiento de acción eco-feminista y socialista.

Un conocido obispo va mucho más allá. Afirma que “en tiempos en los que la fe suele caricaturizarse, esta película es un soplo de aire fresco”, “presta un gran servicio frente a las teorías de la sospecha” hacia la vida religiosa, “hace un bien enorme a los jóvenes”. Se muestra incapaz de aplaudir la película sin bautizarla, ni de bautizarla sin agredir y condenar al personaje de Maite, la tía de Ainara, “marcada –dictamina el obispo– por el ateísmo militante y el rechazo al hecho religioso”. Maite refleja una “frustración vital”, señala el obispo, y se pregunta si “no será que esta mujer, que no ha sabido amar, siente envidia del amor puro que ve en su sobrina”. Típica deriva y conducta clerical: canoniza media película y anatematiza la otra mitad. Flaco favor para la película y su inspirada y respetuosa directora.

Considero, en efecto, que una de las grandes virtudes de esta obra de arte es que plasma con gran fuerza y belleza, y con mucha honestidad, la historia real de una adolescente atrapada entre dos mundos ideológicos cerrados: el mundo “religioso” y el mundo “antirreligioso”. Dos bloques que en ningún momento a lo largo de la película dialogan de verdad, sino que se limitan a defender sus respectivas convicciones como verdad absoluta, impermeable a la búsqueda y a la verdad del otro. Me centraré en esta cuestión, analizando no tanto los personajes concretos sino los estereotipos que me sugieren.

Maite, la tía de Ainara, está absolutamente segura de que la búsqueda religiosa y el deseo del amor de Dios de su querida sobrina no tienen valor alguno. Son simplemente alienación y mentira, fruto de su psicología de adolescente huérfana (de madre), sensible y herida, y, sobre todo, producto de la manipulación de que ha sido objeto por parte del colegio de monjas donde estudia, por parte del joven sacerdote que en calidad de director espiritual discierne y certifica la autenticidad de su vocación, y por parte de la priora del monasterio, deseosa de recibirla en su comunidad. ¿Solo eso? ¿Maite, todas las Maites, no serán también, víctimas de prejuicios? ¿No merece Ainara, todas las Ainaras, más atención y cuidado, más delicadeza y respeto, más honda empatía, por parte de su tía y de esta sociedad nuestra irritada? En el fondo de su búsqueda, con todas sus ambigüedades y sombras, ¿no se ocultará un anhelo verdadero más grande que toda carrera y negocio, el anhelo de infinito que mueve al corazón humano y a todos los seres?

Dos caricaturas, religiosa la una, antirreligiosa la otra. Dos fundamentalismos dogmáticos sin comunicación ni diálogo posible, de los que Ainara es la víctima principal en la triste historia de “Los domingos"

Aun más inquebrantable es la certeza de la institución religiosa, pues tiene por garante al mismísimo Dios, y pretende saber dónde se manifiesta Dios: habla, sí, en el fondo de cada persona humana, como en el delicado corazón de Ainara, pero el discernimiento seguro y la última palabra sobre lo que Dios dice y quiere no la tiene ni Ainara ni nadie, sino la Iglesia jerárquica instituida por Jesús y asistida por el Espíritu Santo de la verdad y del amor, desde el papa y el obispo hasta el “padre Txema”. Ellos saben que Dios llama a unos más bien que a otros, y solo ellos saben, en último término, a quién elige enteramente para sí y a quién no, y saben también que el celibato es la condición y el sello carnal de esa pertenencia plena y exclusiva a Dios. Si al padre Txema o a la priora del monasterio les preguntamos por qué, nos

responderán con el argumento que oímos en la película: “La fe es un regalo que se recibe o no se recibe. Y esto es cuestión de fe”. Perfecto razonamiento circular, redonda petición de principio: “Por la fe sabemos que la fe es verdad”. Sabemos que Dios escoge a unos para sí en exclusiva porque lo dice la Biblia que es palabra de Dios. ¿Por qué lo sabemos? Porque lo enseña la Iglesia, y la Iglesia no puede mentir porque en ella habla Dios.

Dos caricaturas, religiosa la una, antirreligiosa la otra. Dos fundamentalismos dogmáticos sin comunicación ni diálogo posible, de los que Ainara es la víctima principal en la triste historia de Los domingos. Ambos fundamentalismos se alimentan recíprocamente tanto como se contraponen, y nunca se encuentran de veras, ciegos para reconocerse en el fondo de su herida común. Y junto con todos los demás fundamentalismos –económicos, tecnológicos, políticos– ahondan nuestro desarraigo general y nos conducen a un naufragio global.

La directora de esta película no toma partido ni llama a hacerlo, sino que describe los hechos con nitidez e invita resueltamente a los espectadores a abrirse, mirarse, escucharse, dialogar. A dialogar desde la conciencia profunda de la ambigüedad de todas convicciones y opciones, desde la interpelación rigurosa y la humildad respetuosa, desde la confianza vacilante y necesaria en el otro, en el ser humano, en la realidad misteriosa de lo infinitamente pequeño y de lo infinitamente grande. Nos jugamos nuestro futuro común planetario.

Y me atrevería a decir que las instituciones religiosas en general y la institución jerárquica católica en particular tienen una mayor responsabilidad. ¿No saben todavía que el ateísmo es producto histórico necesario del teísmo predominante en los grandes monoteísmos (judaísmo, cristianismo, islam)? ¿No siguen llamando “Dios” a sus miedos? ¿No lo defienden a ciegas para mantener su poder y privilegios? ¿No observan que la imagen de un Dios ente soberano y arbitrario a imagen humana –que escoge a unos en lugar de a otros y exige la renuncia a las relaciones sexuales como condición de pertenencia exclusiva a Él– ha sido superada desde hace milenios en todas las tradiciones místicas, también en el cristianismo, y que hoy se ha vuelto simplemente absurda, y que el desplome de los seminarios y de los monasterios no se debe a la insensibilidad espiritual de los jóvenes, sino a las radicales transformaciones culturales que vivimos?

El arraigo y el respiro profundo –personal, social, político– de los que tan faltos andamos nos apremian. Nos instan a ser libres de dogmas y prejuicios, a reconocer la sombra y la luz de las que todos estamos hechos, a dejarnos guiar por el deseo universal más hondo. El Aliento o la Presencia amorosa nos habita y nos llama por igual a todos los seres, se revela por igual en el misterio del átomo y del universo infinito, está en eterna Navidad y en eterno Adviento en el corazón de cuanto existe. Todos los seres la podemos encarnar para nuestra común alegría de ser.

Aizarna, 14 de diciembre de 2025

El Confidencial

ENTREVISTA

Oliver Laxe: "A mucha gente, 'Sirât' le ha parecido una obra maestra; a otros, una chorrada"

El director que está en todas partes presenta una exposición en el Reina Sofía inspirada en su película, mientras aguarda la resolución de todos los premios a los que ha sido nominado



El director de Sirāt, Oliver Laxe, posa para El Confidencial en el Museo Reina Sofía, en Madrid. (D. G.)

Por **Enrique Zamorano Fotografía: Daniel González** Vídeo**: Marta Abascal**

16/12/2025 - 05:00

Se divisan dos aviones en el cielo, y Oliver Laxe va en los dos. Este es un chiste, y aunque no lo parezca, al director de cine no le hace ni gracia. Nos lo cuenta nada más sentarse para ofrecer una entrevista a El Confidencial con motivo de la exposición que presenta en el Museo Reina Sofía de Madrid, titulada *Bailad como si nadie os viera* y que precisamente bebe mucho del espectral desierto que habita en *Sirât*. La película, estrenada en España en junio de este año, está causando un enorme revuelo en los cines de todo el mundo, habiendo sido nominada por partida doble a los Globos de Oro y también como Mejor Película Internacional en los Óscars. Meses atrás triunfó en Cannes. Y ahora aguarda a que su película triunfe en Hollywood.

Laxe se muestra taciturno, pero seguro de sí mismo. En ningún momento se abstrae de la conversación, más bien al contrario. Orgulloso de su trabajo y de su equipo, no duda en afirmar que para la próxima va a redoblar el riesgo y la apuesta por la búsqueda de esa trascendencia a través del cine. Aunque tiene dudas; es consciente de que tanta alfombra roja le está alejando de la Galicia profunda en la que reside. "Hacer una película me hace morir", afirma sin tapujos. "Tengo necesidad y ganas de intimidad, de construir algo, de estar en familia". No por ello va a dejar de lado todos sus compromisos con la industria del cine: está viviendo su gran momento, y posiblemente esté cogiendo otro avión ahora mismo, mientras usted lee este artículo.

PREGUNTA. ¿Cómo te sientes sabiendo que eres el cineasta del que todo el mundo habla, no solo en España, sino en el extranjero?

RESPUESTA. Me siento muy feliz, sí. Creo que todos los **cineastas** buscamos compartir nuestra obra y dialogar con la gente, y la película está consiguiendo eso. Está conectando y removiendo el interior de la gente, incluso a quienes no les haya gustado y hayan sentido rechazo. Creo que es síntoma de que hemos hecho bien nuestro trabajo.

P. ¿Ha cambiado algo tu percepción de la película desde que *Sirât* se estrenó?

R. La reacción es distinta en cada país. En países donde hay una mayor consciencia de la muerte, como por ejemplo **México**, no es algo tan nuevo para ellos. Es una 'comida' que no han olvidado o filtrado como aquí, en Europa. Ahora se ha estrenado en Marruecos e igual.

P. ¿Eso quiere decir que aquí en España hemos perdido ese contacto con la muerte?

R. Qué va. Aquí también tenemos cultura y ceremoniales, lo único que está más olvidada, pero la sensibilidad y el recuerdo están ahí. Estamos muy contentos, hemos hecho medio millón de **espectadores en España**. Creo que no es una cifra normal ni que tomar a la ligera.

P. ¿Qué le dirías a todas esas personas que sintieron rechazo al verla? Incluso, existe el rumor de que había gente que no se quedaba hasta el final.

R. De ese rumor no quiero hablar, porque no es cierto. La gente no se va del cine. El rumor nació de un periodista acomplejado que necesitaba generar una realidad con la que tranquilizara su manera de ser. Me pareció bastante irresponsable por su parte. Yo hablo con todos los exhibidores y me han desmentido ese rumor. La gente no se fue de la sala **al ver** *Sirât,* al contrario. Se quedó y les impactó, o no les gustó, sin más. Lo que sí que me encanta es ver que hay cierta parte del público que la ha considerado una obra maestra, un clásico, que se va a recordar y vivirá durante décadas. Y también hay gente a la que le parece una soberana chorrada o un exceso absurdo. Me parecen muy ricas ambas opiniones, de eso va el arte.



Oliver Laxe: "no creo que Sirât sea una tesis sobre las raves". (D. G.)

P. La película va de *raveros,* y aquí en España se les tiene cierto complejo porque se les asocia con la juerga y el desenfreno. Pero en tu película adquieren una dimensión más humana y espiritual.

R. Bueno, para empezar, no creo que *Sirât* sea **una tesis sobre las** *raves.* He intentado mirar el fenómeno con distancia, sin romantizarlo pero tampoco demonizarlo. Estoy cansado de los juicios. Y creo que España no es un país que juzgue en ese sentido. Cuando hay noticias de *raves,* ves que los vecinos de las poblaciones aledañas se acercan y están encantados con ellos, mientras lo dejen todo limpio. Es muy bonito ver eso, y emocionante. No hay una dimensión de nuestra sociedad en la que no exista la toxicidad. En tu periódico la hay. En el cine también. Incluso en este mismo museo.

> "Parte del misterio de la vida reside en que tenemos capacidades angélicas, pero en el día a día somos meras polillas"

Creo que debemos mirar con amor a los demás y sobre todo darnos cuenta de que no tenemos el equilibrio que queremos. Cuando hago mis películas, intento mostrar aquello que parece que está muy alejado de uno y ver que al final nos parecemos más de lo que creemos. Eso está encarnado en la figura de un padre que se encuentra buscando a su hija en un sitio que no es el suyo. Al final, el camino le hace ver que en los cuidados, en el compromiso con los otros y en los valores, nos parecemos mucho.



Bruno Núñez y Sergi López en una escena de Sirāt.

P. Parece que una de las moralejas de la película es que, por mucho que intentes escapar del sistema, al final no puedes salir de él. ¿No hay afuera al capitalismo?

R. Bueno, es más una reflexión sobre la **noción de libertad**. ¿Qué es la libertad? Yo considero que no somos libres. Es precisamente cuando somos conscientes de que estamos a merced de algo que te trasciende y está por encima de ti, cuando tomamos consciencia de nuestra insignificancia. Y ahí es cuando empieza la libertad. Ahí comienzas a surfear la ola y no a remar a contracorriente. Eso es lo que está en nuestra mano. ¿Queremos morir en primera o en tercera clase? Morir no es una putada, porque todos vamos a morir. Y es una pregunta que todos nos tenemos que hacer, aunque no queramos: ¿Cómo vamos a morir? Hay gente que muere en la película, efectivamente... pero ¿cómo muere? A mí me encantaría morir bailando, en medio de una celebración es cuando el alma trasciende. Si tuviera que morir, me encantaría hacerlo así.

P. Pero también hay un componente de azar, ¿no?

R. Yo no creo en el azar.

P. Pisar una mina o no, en la película, parece una cuestión de suerte.

R. Insisto: yo no creo en el azar. Creo que todo está bien escrito en la película. Nuestro margen de libertad es tan grande como el espacio que hay entre el violín y su estuche. Pero oye, no está mal; no pasa nada, esa es la libertad, darte cuenta de que no eres libre. Vivimos apegados a nuestros deseos, sueños y anhelos, y al final lo que la vida quiere de nosotros es otra cosa. Es duro, a veces nos rasca o nos agita, pero yo no tengo ninguna duda de que todo lo que pasa, aunque sea malo, es para bien. Aunque

te sucedan desgracias o accidentes, **como pasa en** *Sirât. S*on una oportunidad para crecer, para mirar hacia dentro, para curar las heridas de tu pasado, de tu sociedad o del mundo.



Madrid, Comunidad de Madrid, 12/12/2025: El director de cine y autor de Sirât, Óliver Laxe, posa para una entrevista con EC en el Museo Reina Sofía. (Daniel González)

P. ¿Crees que esa trascendencia se encuentra solo en los espacios liminales como un bosque gallego o el desierto del Sáhara?

R. Estoy empezando a entender que la trascendencia llega **cuando el ser humano acepta su imperfección** y, precisamente, su incapacidad para trascender. Cuando se le humilla: ahí puede trascender. Parte del misterio de la vida reside en que tenemos capacidades angélicas, pero en el día a día somos meras polillas chocando contra la bombilla todo el rato. Y es bonito, ¿no?

P. La música es parte integral de la película. ¿Es también una vía de trascendencia?

R. Efectivamente, la **música** es un medio. Penetra en tu cuerpo. Mi manera de **sentir la música** es muy visceral, muy física y sinestésica. Mi manera de hacer cine se acerca mucho a la música. He logrado que en la sala del cine el espectador sienta cosas muy complejas a través de su piel gracias a la música. Lograr eso hoy en día, tal y como está montada la industria cinematográfica en torno al algoritmo, creo que tiene mucho mérito. Sobre todo confiar en el cine y en el espectador. Tenemos una gran confianza en el espectador y en su sensibilidad. Los cineastas somos como médicos, sabemos cuál es nuestro trabajo, y pasa por hacer imágenes y conseguir que estas penetren en el cuerpo del espectador. Luego, que el paciente diga lo que quiera: si le hemos dado una dosis excesiva o menor. Pero conocemos la dosis, y sabemos que es benéfica y está probado, testado y certificado en base a lo que me estoy encontrando por el mundo. Si no, la película no habría tenido tanto éxito.

> "La sonidista, Laia Casanovas, es una mujer que pesa 45 kilos y está compitiendo contra Frankensteins, Fórmulas 1 y Avatares"

Todo el mundo habla de *Sirât*. Habrá muchas opiniones, positivas y negativas, pero me he dado cuenta de que la gente necesita integrar lo que a veces ha sido un proceso terapéutico, que es **experimentar su propia muerte**. Que la gente vea eso como positivo y algo que deberíamos hacer en nuestra sociedad. La muerte es una medicina, una puerta, una enseñanza. Es algo que nos ayuda a vivir con más libertad.

P. ¿Cómo ha vivido el éxito el resto del equipo?

R. Imagínate. Ahora Kangding Ray está en **Los Ángeles**, el compositor de la música. Es uno de los candidatos para ganar el premio a la Mejor Música, al lado de películas de ciento y pico millones de dólares. La sonidista, Laia Casanovas, es una mujer que pesa 45 kilos y está compitiendo contra Frankensteins, Fórmulas 1 y Avatares. La tía me ha sabido llevar donde ha querido. Yo me rodeo muy bien. En eso sí que tengo suerte. Ya no solo estar rodeado de gente con talento, sino con una ética de trabajo muy fuerte. Eso no es fácil de encontrar.

P. ¿Tienes miedo de que el éxito os cambie o cambie vuestra forma de hacer cine?

R. No tengo ningún miedo. Al contrario. Considero que he sido una persona que ha tenido éxito desde los 25 años, con **películas que han triunfado en Cannes**. Y obviamente he tenido mis derrapes, el ego me ha jugado malas pasadas, pero yo ahora mismo me estoy frotando las manos de cara a la próxima película. Vamos a doblar la apuesta de *Sirât*. Y vamos a ser más radicales. Estamos teniendo mucha información sobre cómo procesa el espectador nuestras películas, de la relación entre el arte y la terapia, y vamos a ir mucho más profundo.

> "La sala de cine es un sitio para la transformación y la catarsis. No es lo mismo que ver una peli en tu casa"

El único miedo que tengo es que la vida tiene más dimensiones que el trabajo. Y cuando riegas mucho esa esfera, dejas de regar la otra. Al final, soy una persona que **disfruta mucho de la intimidad**, necesito calor humano y cuidados. Pero claro, la vida me está abriendo puertas de poder hacer películas con quien quiera, tengo una varita mágica ahora mismo para hacer lo que quiera. Me escriben productores hegemónicos y me preguntan: '¿De dónde sales? No hemos visto una película así en nuestra vida'. Hacer una película como *Sirât* en 2025 demuestra que vamos en serio.

P. ¿Cómo abordaste la exposición que presentas y que está tan basada en *Sirât*?

R. Sí, fue antes de presentarla. Yo ya había hablado con el museo. Hay imágenes del rodaje de *Sirât* y también de Irak, de cuando estuve hace diez años. Menudo país, eh. Irán. Estuve fotografiando templos y paisajes. El museo me permitió trabajar sin necesidades narrativas o de relato. Entonces, me permitió trabajar con las imágenes de una manera más libre, más plástica. Yo al final soy un **escultor**. Hago cine, pero las imágenes siempre están unidas a un espacio, son el cuerpo de un escultor. Trabajo con la capa más fina, más textural de las imágenes y de los sonidos.

> "Ha tenido éxito desde los 25 años, con películas que han triunfado en Cannes. Y, obviamente, he tenido mis derrapes"

Con Kangding Ray hablo precisamente de eso: del grano, del color, del brillo, del ritmo, del tiempo... El museo es mi espacio natural. Y a mí me gusta el cine que te permite ensimismarte. Cuando hago una película, estoy sirviendo al espectador de forma radical, sin engaños. Estoy para darle **buen pan**. ¿Cómo hacemos para que coma pan

de centeno si está acostumbrado al Bimbo o al azucarado? Ese es nuestro cometido, **entrenar el paladar** de la gente, ya que este puede haber perdido sensibilidad. Sí, claro que la tiene, aunque esté un poco dormida o la haya acostumbrado a las gominolas.



Madrid, Comunidad de Madrid, 12/12/2025: El director de cine y autor de Sirât, Óliver Laxe, posa para una entrevista con EC en el Museo Reina Sofía. (Daniel González)

P. También *Sirât* es una película para ver en el cine. De lo contrario, pierde.

R. Sí, es que la **sala de cine** es un sitio para la transformación y la catarsis. No es lo mismo que ver una peli en tu casa. La ceremonia de verla con la gente de manera colectiva es muy importante. Estamos contentos porque hemos vuelto a llevar público joven al cine, y eso para mí era un compromiso que yo tenía: dar de comer a generaciones que no tienen referentes, que están un poco perdidos, como yo lo estuve a su edad.

P. ¿Cuál fue la experiencia más catártica de tu vida?

R. Bueno, he tenido varias (ríe). Yo las asociaría a momentos de crisis: **divorcios**, momentos en los que quieres crecer pero no puedes... Y agradezco esos momentos. Los duros. Son como pequeñas muertes. La manera en la que la vida nos hace crecer.

P. También se consumen drogas en *Sirât*. ¿Son las drogas lisérgicas una pequeña muerte?

R. En todas las prácticas espirituales se habla de la muerte antes de la muerte. No se puede matar al ego, pero sí conocerlo, tener sus instrucciones de uso y control. Es muy difícil controlarlo en 2025 sin maestros, sin tradiciones... Por eso tenemos que tener piedad de nosotros mismos y cuidarnos entre nosotros. La trascendencia está en intentarlo. De la misma manera en la que el ser humano necesita comer, necesita una conexión espiritual. Y cuando tú no le das de comer a alguien o le dejas sin afecto, la necesidad acaba surgiendo. Estamos en un mundo tan desacralizado que al final la sensibilidad humana para **la espiritualidad acaba surgiendo**.

P. ¿Crees que el ser humano en este año ha entendido más que nunca que hace falta más espiritualidad?

R. Sí, efectivamente. Hay un reflejo de eso, ¿no? La gente quiere conectar y mirar hacia dentro. Es **nuestra esperanza**. Yo creo que vivimos en un proceso de deshumanización total que nos va a empujar a una especie de abismo en el que la única respuesta pasa por ser más humanos. Y creo que *Sirât* trata de eso, de cómo estamos siendo empujados hasta el límite de nosotros mismos. No nos va a quedar más remedio, vamos a estar obligados a hacerlo. Y la fe que tengo es que eso nos cambie para bien, aunque al principio sea difícil o haya sufrimiento. Parir la vida conlleva sufrimiento.

P. ¿Y la gente a la que no le interesa la espiritualidad?

R. Yo no me veo tan emancipado, me veo dormido también. A mí **el ego me domina** mucho. No tengo ningún consejo para ellos. Es tal el dolor que hay en el mundo y tenemos tan pocas herramientas para gestionarlo... que es normal que haya gente que necesite distraerse y mirar hacia fuera. El único consejo que puedo darles es que busquen un maestro, ya que si no lo tienen, el ego toma las riendas.

P. ¿Cuáles son entonces tus maestros?

R. Sí, he tenido varios. Pero prefiero dejarlos en la sombra, que es donde los maestros viven.

IndieWire

LO MEJOR DE 2025

Encuesta de críticos 2025: Las mejores películas del año, según 148 críticos

Los participantes de la encuesta de IndieWire de este año, aunque mayoritariamente norteamericanos, provienen de seis continentes. Este año, celebraron una amplia y diversa gama de películas.

Por Christian Blauvelt 15 de diciembre de 2025



'Una batalla tras otra'©Warner Bros/Cortesía de Everett Collection

A veces, los críticos de cine saben lo que les gusta. Y cuando hay una favorita por consenso, como la película número 1 de la lista de críticos de fin de año de IndieWire de 2025, no se pueden contener. De hecho, la película número 1 de la encuesta de críticos es la misma que la número 1 en la lista de las Mejores Películas de 2025 de IndieWire : " Una Batalla Tras Otra ", con 101 de los 148 críticos que votaron en la encuesta de este año, colocándola en algún lugar de sus listas de las 10 mejores. Sin mencionar que 43 de esas 101 menciones fueron las más destacadas.

Ese es un porcentaje mucho mayor de menciones generales y primeros puestos que incluso el que recibió la ganadora del año pasado, "Anora ". Y si bien el año pasado hubo una decisión dividida, con Brady Corbet encabezando nuestra encuesta a Mejor Director por su extraordinario trabajo en "The Brutalist", este año el director de "One Battle", Paul Thomas Anderson, también se llevó el premio a Mejor Director.

Lo destacable de tantos elogios para una película es lo dispersos que son realmente los críticos que votaron en nuestra encuesta: sí, la gran mayoría sigue siendo de Estados Unidos o Canadá, pero seis continentes vuelven a estar representados este año, incluso si el número de votantes en esta encuesta continúa disminuyendo cada año a medida que más y más críticos abandonan la industria.

Entre los participantes se incluyeron escritores de IndieWire, The Hollywood Reporter, Filmmaker Magazine, Film Comment, Screen International, Reverse Shot, The Irish Times, Der Spiegel, BBC Culture, The Boston Globe, Vulture, Rolling Stone, The Film Stage, Toronto Star y muchos más, así como periodistas independientes y de plantilla de periódicos, revistas y sitios web de América Latina, África, Asia y Australia, además de todo Estados Unidos y Canadá.

Alrededor del 76 % de los votantes provenían de Estados Unidos, Canadá y México (dos tercios de ellos eran de Estados Unidos), pero entre los demás países representados se encuentran Argentina, Chile, Colombia, Egipto, Alemania, India, Japón, Polonia, Serbia, Corea del Sur y Turquía. Todos los participantes debían votar únicamente por películas estrenadas en cines, streaming o VOD en Estados Unidos durante el último año. Puede consultar la lista completa de los críticos que votaron en la segunda página de este artículo.



RESURRECCIÓN, (también conocida como KUANGYE SHIDAI), LI Genxi, 2025. © Janus Films / Cortesía de Everett Collection

Como siempre, IndieWire utiliza una votación por orden de preferencia de 10 películas de cada votante para determinar la lista general: los votos al primer puesto reciben 10 puntos, los del segundo puesto reciben nueve, los del tercer puesto, ocho, y así sucesivamente. El premio al Mejor Director se determinó mediante una votación por orden de preferencia de tres directores de cada votante, utilizando el mismo sistema de puntuación, pero otorgando tres puntos a los votos al primer puesto, y así sucesivamente.

Lea los resultados completos de la encuesta de críticos de IndieWire 2025 a continuación.

Mejor película



UNA BATALLA TRAS OTRA, Regina Hall (frente), 2025. © Warner Bros. / Cortesía Everett Collection

1. "Una batalla tras otra" — 573

2. " Fue solo un accidente " — 501

3. " Pecadores " — 479

4. "Valor sentimental" — 391

5. "El agente secreto" — 336

6. "Marty Supreme" — 259 (7 votos para el primer lugar)

7. "Sueños de tren" — 259 (5 votos para el primer lugar)

8. "Sirat" — 206

9. “Hamnet” — 183

10. “Lo siento, cariño” — 177

Mejor director



UNA BATALLA TRAS OTRA, de izquierda a derecha: Leonardo DiCaprio, director Paul Thomas Anderson, en el set, 2025. © Warner Bros. / Cortesía Everett Collection

1. Paul Thomas Anderson, “One Battle After Another” — 199

2. Ryan Coogler, “Sinners” — 68

3. Kleber Mendonca Filho, “The Secret Agent” — 58

4. Jafar Panahi, “It Was Just an Accident” — 56

5. Josh Safdie, “Marty Supreme” — 47

6. Oliver Laxe, “Sirat” — 28

7. Joachim Trier, “Sentimental Value” — 25

8. Mascha Schilinski, “The Sound of Falling” — 24 (más votos para el primer lugar)

9. Clint Bentley, “Train Dreams”

10. Guillermo del Toro, “Frankenstein”

Mejor rendimiento



SI TUVIERA PIERNAS, TE PATEARÍA, Rose Byrne, 2025. ph: Logan White /© A24 /Cortesía Everett Collection

1. Rose Byrne, "Si tuviera piernas, te patearía"

2. Ethan Hawke, "Luna azul"

3. Wagner Moura, "El agente secreto"

4. Jessie Buckley, "Hamnet"

5. Timothée Chalamet, "Marty Supreme"

6. Michael B. Jordan, "Pecadores"

7. EMPATE: Benicio Del Toro/Sean Penn, "Una batalla tras otra"

9. Amanda Seyfried, "El testamento de Ann Lee"

10. Renate Reinsve, "Valor sentimental"

Mejor documental



EL VECINO PERFECTO, Susan Lorincz (izquierda), 2025. © Netflix / cortesía de Everett Collection

'El vecino perfecto'©Netflix/Cortesía de Everett Collection

1. "El vecino perfecto"

2. "Depredadores"

3. "Orwell 2+2=5"

4. "Mis amigos indeseables: Parte 1 — Último aire en Moscú"

5. "Tardes de soledad"

6. "Pon tu alma en mi mano y camina"

7. "Ven a verme con buenos ojos"

8. "Encubrimiento"

9. "A 2.000 metros de Andriivka"

10. "El cuento de Silyan"

Mejor fotografía



'Sueños de tren'©Netflix/Cortesía de Everett Collection

1. "Train Dreams"
2. "One Battle After Another"
3. "Sinners"
4. "Frankenstein"
5. "Resurrection"
6. "The Secret Agent"
7. "Marty Supreme"
8. "The Sound of Falling"
9. "No Other Choice"
10. "Sirat"

Mejor guión



UNA BATALLA TRAS OTRA, Chase Infiniti, 2025. © Warner Bros. / Cortesía Everett Collection

1. "Una batalla tras otra"
2. "Solo fue un accidente"
3. "Luna azul"
4. "Valor sentimental"
5. "El agente secreto"
6. "Lo siento, cariño"
7. "Pecadores"
8. "Armas"
9. "Marty Supreme"
10. "Sueños de tren"

Mejor película internacional



'Fue sólo un accidente'Cortesía de Everett Collection

1. "Solo fue un accidente"

2. "Valor sentimental"

3. "El agente secreto"

4. "Sirat"

5. "El sonido de la caída"

6. "Misericordia"

7. "No hay otra opción"

8. "Mis amigos indeseables: Parte 1 — El último aire en Moscú"

9. "Atrapados por las mareas"

10. "Resurrección"

Mejor ópera prima



'Lo siento, cariño'Cortesía de Everett Collection

1. "Lo siento, cariño"

2. "Eephus"

3. "Pillion"

4. "Friendship"

5. "Familiar Touch"

Las mejores películas que se estrenan en 2026



'El alambre del hombre muerto'Cortesía de Everett Collection

1. "Dead Man's Wire"

2. TIE: "Currents"/"Blue Heron"

3. "Miroirs"

4. "Pillion"

5. "The President's Cake"

Revelados los nominados a los Rose d'Or Latinos 2026

Los premios Rose d'Or Latinos anunciaron este lunes los nominados de su tercera edición, cuya Gala Final se llevará a cabo el martes 20 de enero en el marco de Content Americas.

Los títulos finalistas fueron seleccionados de entre las más de 300 candidaturas presentadas y evaluados por un jurado compuesto por casi 200 ejecutivos líderes de la industria de Iberoamérica.

Copresidido por Angelique Boyer y Pierluigi Gazzolo, el jurado incluye a productores, commissioners y compradores de compañías como Amazon MGM Studios, Atresmedia, Banijay, Canela Media, Caracol, Directv, Disney, Globo, Grup Mediapro, Mediaset España, Movistar Plus+, Paramount, RCN, RTVE, Secuoya Studios, Sony Pictures Television, Spotify, Telemundo Studios, TelevisaUnivision, TV Azteca, Warner Bros. Discovery y YouTube.

Con seis nominados en cada una de las 14 categorías, los finalistas de este año provienen de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Portugal y Estados Unidos hispano.

En esta tercera edición, los Rose d'Or Latinos también entregarán el Premio a la Trayectoria al ganador del Oscar Juan José Campanella, aclamado guionista, director y productor argentino.

"A lo largo de mi carrera, siempre fui un firme defensor de la oportunidad que representa el contenido en español. El nivel de los nominados de este año en los Rose d'Or Latinos confirma el gran momento que atraviesan nuestras historias, incluso en un contexto retador. Del drama al humor, y de la ciencia ficción al reality, hoy ya no existen géneros imposibles para Iberoamérica", dijo Pierluigi Gazzolo.

"Este año, los Rose d'Or Latinos incorporaron además nuevas categorías que generan entusiasmo por el potencial que prometen, como los microdramas o los contenidos financiados por marcas. Como copresidente del jurado, fue un privilegio participar en una edición con tanto talento creativo y contenidos con una clara vocación por innovar y asumir riesgos", añadió.

Angelique Boyer, por su parte, comentó: "Mi recorrido como actriz me ha permitido ver de cerca cómo han evolucionado las historias, los formatos y las audiencias en Iberoamérica. Los proyectos nominados en esta edición de los Rose d'Or Latinos reflejan esa transformación".

"Detrás de cada título finalista hay trabajo, riesgo y una enorme dedicación. Pero esta selección es una muestra más de que la conexión con las audiencias sigue siendo el corazón de cualquier historia bien contada. Celebrar ese vínculo entre creadores y público es uno de los grandes valores de los Rose d'Or Latinos", completó.

La Gala Final de entrega de premios se llevará a cabo el martes 20 de enero de 2026 en el Downtown Miami Hilton, en el marco de Content Americas.

Los nominados a los Rose d'Or Latinos 2026, en orden alfabético, son:



Serie de drama

AMIA
Dori Media Group/Yair Dori Holdings/Reshet13/Israel/Argentina

Cada minuto cuenta
Amazon MGM Studios/Traziende Films/Prime Video/México

Chespirito: Sin querer queriendo
Warner Bros. Discovery/THR3 Media/HBO Max/México

Como agua para chocolate
Warner Bros. Discovery/Ventanarosa Productions/Endemol Shine North America/Endemol Shine Boomdog/HBO Max/México

Delirio
TIS Studios/Netflix/Colombia

El Eternauta
K&S Films/Netflix/Argentina



Serie de comedia o dramedia

A muerte
Sábado Películas/Playtime Movies/DeAPlaneta/Apple TV+/España

Betty, la fea: la historia continúa
Estudios RCN/Prime Video/Colombia

Celeste
100 Balas (The Mediapro Studio)/Movistar Plus+/España

El encargado T3
The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Gloriamundi Producciones/Disney+/Argentina

Menem, el show del presidente
Yulgok Media/Claxson/Prime Video/Argentina

Poquita fe T2
Buendía Estudios/Movistar Plus+/España

Miniserie o serie limitada

Cromañón
About Entertainment/Prime Video/Argentina

El jardinero
DLO (Banijay Iberia)/Netflix/España

El mejor infarto de mi vida
The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Producciones



Audiovisuales Integradas/Gloriamundi Producciones/Tandem Films/Disney+/Argentina

Los años nuevos
Caballo Films/ARTE France/Movistar Plus+/España

Máscaras de Oxigênio Não Cairão Automaticamente
Warner Bros. Discovery/Morena Filmes/HBO Max/Brasil

Querer
Feelgood Media/Kowalski Films/Movistar Plus+/España



Telenovela

A Fazenda
Plural Entertainment Portugal/TVI/Prime Video/Portugal

Escupiré sobre sus tumbas
Caracol Televisión/Netflix/Colombia

La encrucijada
Secuoya Studios/Antena 3/España

La sustituta
Estudios RCN/ViX/Colombia

Paulo, o Apóstolo
Seriella Productions/Record/Brasil

Vale Tudo
Estúdios Globo/TV Globo/Brasil



Documental o docuserie

Argentina ’78
Pampa Films/Disney+/Argentina

Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?
Warner Bros. Discovery/BTF Media/HBO Max/México

Laura Bozzo
Trailer Films/ViX/México

Los Williams
Kanaki Produkzioak/En Cero Coma/Netflix/España

Mulher da casa abandonada
Coiote/Prime Video/Brasil

#SeAcabó: Diario de las campeonas
You First Originals/Netflix/España



Película para TV o *streaming*

Belén
Amazon MGM Studios/K&S/Prime Video/Argentina

Campamento con mamá
100 Bares/Netflix/Argentina

Instintos
3Pas Studios/BTF Media/AF Films/Aire Studios/ViX/México

La cocina
Fifth Season/Filmadora/Astrakan Film FB/Seine Pictures/Panorama/Saltalaliebre/Particular Crowd/Hanway Films/HBO Max/Estados Unidos

Mesa de regalos
Pampa Films/The Mediapro Studio/Disney+/México

Pimpinero: sangre y gasolina
Dynamo/Prime Video/Colombia



Reality de competencia

Chef de Alto Nível (Next Level Chef)
Estúdios Globo/TV Globo/Brasil

Desafío siglo XXI
Caracol Televisión/Colombia

Game dos 100 (99 to Beat)
Boxfish/Record/Brasil

La caza: Nada es lo que parece
Secuoya Studios/EITB/España

MasterChef Celebrity Generaciones
Endemol Shine Boomdog/Azteca Uno/HBO Max/Discovery/México

Mundos opuestos
Cooking Media/Canal 13/Chile



Docu-reality o factual

De viaje con los Derbez: Japón
3Pas Studios/Visceral/Prime Video/ViX/México

La isla de las tentaciones T8
Cuarzo Producciones/Telecinco/España

Love is Blind Argentina T1
Fremantle México/Netflix/México

Secretos de villanas T3
River Waves Productions/Canela TV/Estados Unidos

Supervivencia al desnudo Brasil: La tribu
Warner Bros. Discovery/HBO Max/Discovery/Brasil

Terceira Metade
Boxfish/Globoplay/Brasil



Entretenimiento de comedia o variedades

Buenas noches familia
Kuarzo/ElTrece/Argentina

El Chiringuito de jugones
Atresmedia/Mega/España

Morat: un último sueño. Gira los estadios
Sony Pictures/Azteca Uno/México

Novela em Sinfonia
Estúdios Globo/TV Globo/Brasil

Otro día perdido
Boxfish/ElTrece/Argentina

Susana
Telefe/Argentina

Branded Entertainment

El Clásico Golf Cup in The Canary Islands
IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/España

Destino soñado: un viaje sorpresa
Warner Bros. Discovery/Fremantle/HBO Max/México



Discovering Canary Islands
IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/España

Generación Docentes
Secuoya Studios/Movistar Plus+/España

Historias de reparación
Dove/VML Argentina/Telefe/Argentina

Shark Tank Creators
Floresta/YouTube/Brasil



Programa Digital-First

Biara
Youplanet/Flooxer/Atresmedia/España

Bon Vivant
The Eleven Hub/YouTube/Argentina

El regreso de la heredera fugitiva
TelevisaUnivision/ViX/México

La granja de Zenón
Leader Entertainment (El Reino Infantil)/YouTube/Argentina

Plim Plim
Smilehood/YouTube/Argentina

Shark Tank Creators
Floresta/YouTube/Brasil



Infantil

Cuquín
Warner Bros. Discovery/Ánima Kitchent/HBO Max/Discovery Kids/México

Mini Beat Power Rockers: A Superheroic Night
Warner Bros. Discovery/Mundoloco CGI/HBO Max/Discovery Kids/Argentina

Mundo da Lua
Radar Cinema e Televisão (Mixer Films)/TV Cultura/Brasil

Norbert
Capitán Araña/Aquí y Allí Films/Vista Sur/España

Plim Plim, un héroe del corazón
Smilehood/YouTube/Argentina

SuperKlaus
3Doubles Producciones/Capitán Araña/PVP Animation VII/España



Juvenil

20.000 leguas de viaje submarino
TIS Studios/Disney+/México

Desaparecido
Zebra Producciones (Grupo iZen)/Pausoka Entertainment/Netflix/España

Física o Química: La nueva generación
Buendía Estudios Canarias/Boomerang TV/Atresplayer/España

Margarita, el musical
Cris Morena Group/Warner Bros. Discovery/HBO Max/Argentina

Mila no Multiverso T2
Boutique/NS Corp/Disney+/Brasil

O Som e a Sílaba
Formata Produçoes e Conteúdo/Non Stop Studios/Disney+/Brasil



Audio

Ciudad de abajo 2: El espejo humeante
Icebergflms/Audible/México

No me provoquen: Breaking the Palace
Sonoro Media/México

Secuestros en San Miguel
Audible/México

Selección natural
Emisor Podcasting/Spotify/México

Skyvan: Los vuelos de la muerte
Sonoro Media/México

The Red Harlequin – Ubook
UBK Publishing House/Ubook/Brasil

Premio a la Trayectoria

Juan José Campanella

Redacción Cveintiuno

15-12-2025

©cveintiuno



Rose D'or

The gala is set to take place in Miami on Tuesday January 20 as part of Content Americas.

The nominees for the third edition of the Rose d'Or Latinos Awards have been unveiled, with the gala final set to take place in Miami on Tuesday January 20 as part of Content Americas.

The nominees were selected from more than 300 submissions and evaluated by a jury made up of nearly 200 leading industry executives from Ibero-America.

Co-chaired by Angelique Boyer and Pierluigi Gazzolo, the jury includes producers, commissioners and buyers from companies such as Amazon MGM Studios, Atresmedia, Banijay, Canela Media, Caracol, DirecTV, Disney, Globo, Mediapro, Mediaset Spain, Movistar Plus+, Paramount, RCN, RTVE, Secuoya Studios, Sony Pictures Television, Spotify, Telemundo Studios, TelevisaUnivision, TV Azteca, Warner Bros Discovery and YouTube.

With six nominees in each of the 14 categories, this year's finalists come from Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Spain, Mexico, Portugal and US Hispanic.

In this third edition, the Rose d'Or Latinos will also present the Lifetime Achievement Award to Oscar winner Juan José Campanella, the acclaimed Argentinian screenwriter, director and producer.

Gazzolo said: "Throughout my career, I have always been a strong advocate of the opportunity represented by Spanish-language content. The level of this year's nominees at the Rose d'Or Latinos confirms the great moment our stories are going through, even in a challenging context. From drama to comedy, and from science fiction to reality, there are no longer any impossible genres for Ibero-America today.

"This year, the Rose d'Or Latinos also introduced new categories that generate excitement because of the potential they promise, such as microdramas or brand-funded content. As co-chair of the jury, it was a privilege to take part in an edition with so much creative talent and content with a clear drive to innovate and take risks."

Boyer added: "My journey as an actress has allowed me to closely observe how stories, formats and audiences have evolved across Ibero-America. The projects nominated in this edition of the Rose d'Or Latinos reflect that transformation.

"Behind every finalist there is work, risk and enormous dedication. But this selection is yet another demonstration that the connection with audiences remains at the heart of any well-told story. Celebrating that bond between creators and viewers is one of the great values of the Rose d'Or Latinos."

The gala final will take place on Tuesday January 20, 2026, at the Hilton Miami Downtown, as part of Content Americas.

The nominees for the Rose d'Or Latinos 2026, in alphabetical order, are:

Drama series

AMIA
Dori Media Group/Yair Dori Holdings/Reshet13/Israel/Argentina

Cada minuto cuenta
Amazon MGM Studios/Traziende Films/Prime Video/Mexico

Chespirito: Sin querer queriendo
Warner Bros. Discovery/THR3 Media/HBO Max/Mexico

Como agua para chocolate
Warner Bros. Discovery/Ventanarosa Productions/Endemol Shine North America/Endemol Shine Boomdog/HBO Max/Mexico

Delirio
TIS Studios/Netflix/Colombia

El Eternauta
K&S Films/Netflix/Argentina

Comedy or dramedy series

A muerte
Sábado Películas/Playtime Movies/DeAPlaneta/Apple TV+/Spain

Betty, la fea: la historia continúa
Estudios RCN/Prime Video/Colombia

Celeste
100 Balas (The Mediapro Studio)/Movistar Plus+/Spain

El encargado T3
The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Gloriamundi Producciones/Disney+/Argentina

Menem, el show del presidente
Yulgok Media/Claxson/Prime Video/Argentina

Poquita fe T2
Buendía Estudios/Movistar Plus+/Spain

Miniseries or limited series

Cromañón
About Entertainment/Prime Video/Argentina

El jardinero
DLO (Banijay Iberia)/Netflix/Spain

El mejor infarto de mi vida
The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Producciones Audiovisuales Integradas A.I.E y Gloriamundi Producciones/Tandem Films/Disney+/Argentina

Los años nuevos
Caballo Films/ARTE France/Movistar Plus+/Spain

Máscaras de Oxigênio Não Cairão Automaticamente
Warner Bros. Discovery/Morena Filmes/HBO Max/Brazil

Querer
Feelgood Media/Kowalski Films/Movistar Plus+/Spain

Telenovela

A Fazenda
Plural Entertainment Portugal/TVI/Prime Video/Portugal

Escupiré sobre sus tumbas
Caracol Televisión/Netflix/Colombia

La encrucijada
Secuoya Studios/Antena 3/Spain

La sustituta
Estudios RCN/ViX/Colombia

Paulo, o Apóstolo
Seriella Productions/Record/Brazil

Vale Tudo
Estúdios Globo/TV Globo/Brazil

Documentary or docuseries

Argentina ’78
Pampa Films/The Walt Disney Company/Disney+/Argentina

Debanhi: ¿Quién mató a nuestra hija?Warner Bros. Discovery/BTF Media/HBO Max/Mexico

Laura Bozzo
Trailer Films/ViX/Mexico

Los Williams
Kanaki Produkzioak/En Cero Comas/Netflix/Spain

Mulher da casa abandonada
Coiote/Prime Video/Brazil

#SeAcabó: Diario de las campeonas
You First Originals/Netflix/Spain

TV or streaming movie

Belén
Amazon MGM Studios/K&S/Prime Video/Argentina

Campamento con mamá
100 Bares/Netflix/Argentina

Instintos
3Pas Studios/BTF Media/AF Films/Aire Studios/ViX/Mexico

La cocina
Fifth Season/Filmadora/Astrakan Film FB/Seine

Pictures/Panorama/Saltalaliebre/Particular Crowd/Hanway Films/HBO Max/United States

Mesa de regalos
Pampa Films/The Mediapro Studio/Disney+/Mexico

Pimpinero: sangre y gasolina
Dynamo/Prime Video/Colombia

Competition reality

Chef de Alto Nível (Next Level Chef)
Estúdios Globo/TV Globo/Brazil

Desafío siglo XXI
Caracol/Caracol TV/Colombia

Game dos 100 (99 to Beat)
Boxfish/Record/Brazil

La caza: Nada es lo que parece
Secuoya Studios/EITB/Spain

MasterChef Celebrity Generaciones
Endemol Shine Boomdog (Banijay Americas)/Azteca Uno/HBO Max/Discovery/Mexico

Mundos opuestos
Cooking Media/Canal 13/Chile

Docu-reality or factual

De viaje con los Derbez: Japón
3Pas Studios/Visceral/Prime Video/ViX/Mexico

La isla de las tentaciones T8
Cuarzo Producciones/Telecinco/Spain

Love is Blind Argentina T1
Fremantle Mexico/Netflix/Mexico

Secretos de villanas T3
River Waves Productions/Canela TV/United States

Supervivencia al desnudo Brasil: La tribu
Warner Bros. Discovery/HBO Max/Discovery/Brazil

Terceira Metade
Boxfish/Globoplay/Brazil

Comedy or variety entertainment

Buenas noches familia
Kuarzo/ElTrece/Argentina

El Chiringuito de jugones
Atresmedia/Mega/Spain

Morat: un último sueño. Gira los estadios
Sony Pictures/Azteca Uno/Mexico

Novela em Sinfonia
Estúdios Globo/TV Globo/Brazil

Otro día perdido
Boxfish/ElTrece/Argentina

Susana
Telefe/Argentina

Branded Entertainment

El Clásico Golf Cup in The Canary Islands
IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/Spain

Destino soñado: un viaje sorpresa
Warner Bros. Discovery/Fremantle/HBO Max/Mexico

Discovering Canary Islands
IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/Spain

Generación Docentes
Secuoya Studios/Movistar Plus+/Spain

Historias de reparación
Dove/VML Argentina/Telefe/Argentina

Shark Tank Creators
Floresta/YouTube/Brazil

Digital-first programme

Biara
Youplanet/Flooxer/Atresmedia/Spain

Bon Vivant
The Eleven Hub/YouTube/Argentina

El regreso de la heredera fugitiva
TelevisaUnivision/ViX/Mexico

La granja de Zenón
Leader Entertainment (El Reino Infantil)/YouTube/Argentina

Plim Plim
Smilehood/YouTube/Argentina

Shark Tank Creators
Floresta/YouTube/Brazil

Children

Cuquín
Warner Bros. Discovery/Ánima Kitchent/HBO Max/Discovery Kids/México

Mini beat Power Rockers: A Superheroic Night
Warner Bros. Discovery/Mundoloco CGI/HBO Max/Discovery Kids/Argentina

Mundo da Lua
Radar Cinema e Televisão (Mixer Films)/TV Cultura/Brazil

Norbert
Capitán Araña/Aquí y Allí Films/Vista Sur/Spain

Plim Plim, un héroe del corazón
Smilehood/YouTube/Argentina

SuperKlaus
3Doubles Producciones/Capitán Araña/PVP Animation VII/Spain

Youth

20.000 leguas de viaje submarino
TIS Studios/Disney+/Mexico

Desaparecido
Zebra Producciones (Grupo iZen)/Pausoka Entertainment/Netflix/Spain

Física o Química: La nueva generación
Buendía Estudios Canarias/Boomerang TV/Atresplayer/Spain

Margarita, el musical
Cris Morena Group/Warner Bros. Discovery/HBO Max/Argentina

Mila no Multiverso T2
Boutique/NS Corp/Disney+/Brazil

O Som e a Sílaba
Formata Produçoes e Conteúdo/Non Stop Studios/Disney+/Brazil

Audio

Ciudad de abajo 2: El espejo humeante
Icebergfilms/Audible/Mexico

No me provoquen: Breaking the Palace
Sonoro Media/Mexico

Secuestros en San Miguel
Audible/Mexico

Selección natural
Emisor Podcasting/Spotify/Mexico

Skyvan: Los vuelos de la muerte
Sonoro Media/Mexico

The Red Harlequin – Ubook
UBK Publishing House/Ubook/Brazil

Lifetime Achievement Award
Juan José Campanella

Señal News

LOS ROSE D'OR LATINOS 2026 ANUNCIARON SU NOMINADOS

CON SEIS NOMINADOS EN CADA UNA DE LAS 14 CATEGORÍAS, LOS FINALISTAS DE ESTE AÑO PROVIENEN DE ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, ESPAÑA, MÉXICO, PORTUGAL Y ESTADOS UNIDOS HISPANO

por Señal News

news@senalnews.com @senalnews @senalnews @senalnews



Los premios Rose d'Or Latinos anunciaron los nominados de su tercera edición, cuya Gala Final se llevará a cabo el martes 20 de enero en el marco de Content Americas. Los títulos finalistas fueron seleccionados de entre las más de 300 candidaturas presentadas, y evaluados por un jurado compuesto por casi 200 ejecutivos líderes de la industria de Iberoamérica.

Copresidido por Angelique Boyer y Pierluigi Gazzolo, el jurado incluye a productores, commissioners y compradores de compañías como Amazon MGM Studios, Atresmedia, Banijay, Canela Media, Caracol, DirecTV, Disney, Globo, Grup Mediapro, Mediaset España, Movistar Plus+, Paramount, RCN, RTVE, Secuoya Studios, Sony Pictures Television, Spotify, Telemundo Studios, TelevisaUnivision, TV Azteca, Warner Bros. Discovery y YouTube.

Con seis nominados en cada una de las 14 categorías, los finalistas de este año provienen de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Portugal y Estados Unidos hispano. En esta tercera edición, los Rose d'Or Latinos también entregarán el Premio a la Trayectoria al ganador del Oscar Juan José Campanella, aclamado guionista, director y productor argentino.

"A lo largo de mi carrera, siempre fui un firme defensor de la oportunidad que representa el contenido en español. El nivel de los nominados de este año en los Rose d'Or Latinos confirma el gran momento que atraviesan nuestras historias, incluso en un contexto retador. Del drama al humor, y de la ciencia ficción al reality, hoy ya no existen géneros imposibles para Iberoamérica", dijo Pierluigi Gazzolo. "Este año, los Rose d'Or Latinos incorporaron además nuevas categorías que generan entusiasmo por el potencial que prometen, como los microdramas o los contenidos financiados por marcas. Como copresidente del jurado, fue un privilegio participar en una edición con tanto talento creativo y contenidos con una clara vocación por innovar y asumir riesgos".

Angelique Boyer, por su parte, comentó: "Mi recorrido como actriz me ha permitido ver de cerca cómo han evolucionado las historias, los formatos y las audiencias en Iberoamérica. Los proyectos nominados en esta edición de los Rose d'Or Latinos reflejan esa transformación".

"Detrás de cada título finalista hay trabajo, riesgo y una enorme dedicación. Pero esta selección es una muestra más de que la conexión con las audiencias sigue siendo el corazón de cualquier historia bien contada. Celebrar ese vínculo entre creadores y público es uno de los grandes valores de los Rose d'Or Latinos".

La Gala Final de entrega de premios se llevará a cabo el martes 20 de enero de 2026 en el Downtown Miami Hilton, en el marco de Content Americas.

Para los Rose d'Or Latinos 2026, las producciones nominadas como Serie de Drama son "AMIA", Dori Media Group/Yair Dori Holdings/Reshet13/Israel/Argentina; "Cada Minuto Cuenta", Amazon MGM Studios/Traziende Films/Prime Video/México; "Chespirito: Sin Querer Queriendo", Warner Bros. Discovery/THR3 Media/HBO Max/México; "Como Agua Para Chocolate", Warner Bros. Discovery/Ventanarosa Productions/Endemol Shine North America/Endemol Shine Boomdog/HBO Max/México; Delirio, TIS Studios/Netflix/Colombia; y "El Eternauta", K&S Films/Netflix/Argentina.

A Serie de Comedia o Dramedia compiten "A Muerte", Sábado Películas/Playtime Movies/DeAPlaneta/Apple TV+/España; "Betty, la Fea: la Historia Continúa", Estudios RCN/Prime Video/Colombia; **"Celeste"**, 100 Balas (The Mediapro Studio)/Movistar Plus+/España; "El Encargado T3", The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Gloriamundi Producciones/Disney+/Argentina; "Menem, el Show del

Presidente", Yulgok Media/Claxson/Prime Video/Argentina; **"Poquita Fe T2",** Buendía Estudios/Movistar Plus+/España.

A mejor Miniserie o Serie Limitada figuran "Cromañón", About Entertainment/Prime Video/Argentina; "El Jardinero", DLO (Banijay Iberia)/Netflix/España; "El Mejor Infarto de mi Vida", The Walt Disney Company Latin America/Pampa Films/Producciones Audiovisuales Integradas/Gloriamundi Producciones/Tandem Films/Disney+/Argentina; "Los Años Nuevos", Caballo Films/ARTE France/Movistar Plus+/España; "Máscaras de Oxigênio Não Cairão Automaticamente", Warner Bros. Discovery/Morena Filmes/HBO Max/Brasil; y "Querer", Feelgood Media/Kowalski Films/Movistar Plus+/España. "A Fazenda", Plural Entertainment Portugal/TVI/Prime Video/Portugal; "Escupiré Sobre sus Tumbas", Caracol Televisión/Netflix/Colombia; "La Encrucijada", Secuoya Studios/Antena 3/España; "La Sustituta", Estudios RCN/ViX/Colombia; "Paulo, o Apóstolo", Seriella Productions/Record/Brasil; y "Vale Tudo", Estúdios Globo/TV Globo/Brasil, compiten para el galardón como Mejor Televenola.

"Argentina '78", Pampa Films/Disney+/Argentina; "Debanhi: ¿Quién Mató a Nuestra Hija?", Warner Bros. Discovery/BTF Media/HBO Max/México; "Laura Bozzo", Trailer Films/ViX/México; "Los Williams", Kanaki Produkzioak/En Cero Coma/Netflix/España; "Mulher da Casa Abandonada", Coiote/Prime Video/Brasil; y "#SeAcabó: Diario de las Campeonas", You First Originals/Netflix/España, fueron nominados como Documental o Docuserie. En la categoría de Película para TV o Streaming aparecen "Belén", Amazon MGM Studios/K&S/Prime Video/Argentina; "Campamento con Mamá", 100 Bares/Netflix/Argentina; "Instintos", 3Pas Studios/BTF Media/AF Films/Aire Studios/ViX/México; "La Cocina", Fifth Season/Filmadora/Astrakan Film FB/Seine Pictures/Panorama/Saltalaliebre/Particular Crowd/Hanway Films/HBO Max/Estados Unidos; "Mesa de Regalos", Pampa Films/The Mediapro Studio/Disney+/México; y "Pimpinero: Sangre y Gasolina", Dynamo/Prime Video/Colombia.

En cuanto a Reality de Competencia, las producciones que buscan el premio son "Chef de Alto Nível (Next Level Chef)", Estúdios Globo/TV Globo/Brasil; "Desafío Siglo XXI", Caracol Televisión/Colombia; "Game Dos 100 (99 to Beat)", Boxfish/Record/Brasil;"La Caza: Nada es lo que Parece", Secuoya Studios/EITB/España; "MasterChef Celebrity Generaciones", Endemol Shine Boomdog/Azteca Uno/HBO Max/Discovery/México; y "Mundos Opuestos", Cooking Media/Canal 13/Chile. Como Docu-reality o Factual, los nominados son "De Viaje con los Derbez: Japón", 3Pas Studios/Visceral/Prime Video/ViX/México; "La Isla de las Tentaciones T8", Cuarzo Producciones/Telecinco/España; "Love is Blind Argentina T1", Fremantle México/Netflix/México;"Secretos de Villanas T3", River Waves Productions/Canela TV/Estados Unidos; "Supervivencia al Desnudo Brasil: La Tribu",Warner Bros. Discovery/HBO Max/Discovery/Brasil; y "Terceira Metade", Boxfish/Globoplay/Brasil. El

reconocimiento como Entretenimiento de Comedia o Variades podría quedarse entre "Buenas Noches Familia", Kuarzo/ElTrece/Argentina; "El Chiringuito de Jugones", Atresmedia/Mega/España; "Morat: Un Último Sueño. Gira los estadios", Sony Pictures/Azteca Uno/México; "Novela em Sinfonia", Estúdios Globo/TV Globo/Brasil; "Otro Día Perdido", Boxfish/ElTrece/Argentina; o "Susana",Telefe/Argentina.

El apartado de Branded Entertainment fueron seleccionados "El Clásico Golf Cup in The Canary Islands", IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/España; "Destino Soñado: Un Viaje Sorpresa", Warner Bros. Discovery/Fremantle/HBO Max/México; "Discovering Canary Islands", IPG Mediabrands Entertainment-Initiative España/Wakai Media/España; "Generación Docentes", Secuoya Studios/Movistar Plus+/España; "Historias de Reparación", Dove/VML Argentina/Telefe/Argentina; y "Shark Tank Creators", Floresta/YouTube/Brasil. Como Programa Digital-First, los nominados fueron "Biara", Youplanet/Flooxer/Atresmedia/España; "Bon Vivant", The Eleven Hub/YouTube/Argentina; "El Regreso de la Heredera Fugitiva", TelevisaUnivision/ViX/México; "La Granja de Zenón", Leader Entertainment (El Reino Infantil)/YouTube/Argentina; "Plim Plim", Smilehood/YouTube/Argentina; y "Shark Tank Creators", Floresta/YouTube/Brasil. Para el rubro infantil "Cuquín", Warner Bros. Discovery/Ánima Kitchent/HBO Max/Discovery Kids/México; "Mini Beat Power Rockers: A Superheroic Night", Warner Bros. Discovery/Mundoloco CGI/HBO Max/Discovery Kids/Argentina; "Mundo da Lua", Radar Cinema e Televisão (Mixer Films)/TV Cultura/Brasil; "Norbert", Capitán Araña/Aquí y Allí Films/Vista Sur/España; "Plim Plim, un Héroe del Corazón",Smilehood/YouTube/Argentina; y "SuperKlaus", 3Doubles Producciones/Capitán Araña/PVP Animation VII/España.

En la categoría Juvenil aparecen "2000 Leguas de Viaje Submarino", TIS Studios/Disney+/México; "Desaparecido", Zebra Producciones (Grupo iZen)/Pausoka Entertainment/Netflix/España; "Física o Química: La Nueva Generación", Buendía Estudios Canarias/Boomerang TV/Atresplayer/España; "Margarita, el Musical", Cris Morena Group/Warner Bros. Discovery/HBO Max/Argentina; "Mila no Multiverso T2", Boutique/NS Corp/Disney+/Brasil; "O Som e a Sílaba", Formata Produçoes e Conteúdo/Non Stop Studios/Disney+/Brasil. En la categoría Audio están nominados "Ciudad de Abajo 2: El Espejo Humeante", Icebergflms/Audible/México; "No me Provoquen: Breaking the Palace", Sonoro Media/México; "Secuestros en San Miguel", Audible/México; "Selección Natural"; Emisor Podcasting/Spotify/México; "Skyvan: Los vuelos de la Muerte", Sonoro Media/México; y "The Red Harlequin – Ubook", UBK Publishing House/Ubook/Brasil. Finalmente, Juan José Campanella tendrá un Premio a la Trayectoria.

ABC de Andalucía

El gran proyecto de Alejandro Sanz que verá la luz en enero: «Uno de mis propósitos del 2026 ya se ha cumplido»

'Cuando nadie me ve' es el nuevo documental del cantante español realizado por Movistar se estrenará el 27 de enero de 2026



Alejandro Sanz saludando a sus fans sevillanos ABC SEVILLA

Pablo Torres Sevilla 12/12/2025

La sociedad piensa que puede llegar a conocer a un cantante a través de sus historias y publicaciones redes sociales o a través de la letra de las canciones, pero no es del todo cierto. Gracias a las entrevistas personales podemos conocer una mínima parte de su forma de ser, pero verdaderamente lo que te hace conocer a una persona son los actos, las imágenes del día a día.

Por eso, los fans del cantante Alejandro Sanz, uno de los artistas españoles más influyentes de las últimas décadas, están de suerte. Gracias a Movistar, estos apasionados de la música del cantante madrileño podrán conocer su lado más personal y humano con las imágenes de su nuevo documental, 'Cuando nadie me ve'.

Esta obra dirigida por Álvaro Ron y producida por Sony Music Vision junto a Movistar Plus+, se estrenará el 27 de enero de 2026 en la plataforma y gracias a las cámaras mostrará rutinas cotidianas, silencios reveladores y momentos nunca antes compartidos.

¿Cómo es Alejandro Sanz?

De esta forma, Alejandro Sanz conecta con sus orígenes flamencos y se enfrenta a nuevos desafíos con honestidad y pasión demostrando que es una persona vulnerable, cercana, generosa y con sentido del humor. Sus propias experiencias, su manera de ser y sus reflexiones buscarán no solo conectar no solo con los millones de seguidores del artista, sino con un público más amplio amante de las historias universales sobre la vida detrás de los focos.

Con más de 200 horas de grabación, Cuando nadie me ve fue grabada durante una etapa de transformación personal y creativa de Sanz. Con pelos y señales, la productora acerca al espectador al proceso emocional y artístico del músico.

Otros participantes

La serie incluye además testimonios de figuras clave del panorama musical como Rosalía, Shakira, Juanes, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, quienes ofrecen sus propias perspectivas sobre la trayectoria y la personalidad de Sanz a lo largo de su carrera.

«Es un proyecto emocionante, divertido y a veces díficil»

Tal y como ha comentado Alejandro Sanz, «participar en este proyecto ha sido un viaje emocionante, a veces divertido y a veces difícil», destacando así la honestidad con la que se presenta su historia tanto de manera personal como profesional.

El documental también se construye como un retrato de su historia, entrelazando sus canciones, vivencias familiares y retos personales para explorar cómo se forja una identidad artística más allá de los escenarios

LA RAZÓN

La serie documental más íntima y reveladora de Alejandro Sanz se estrena en Movistar Plus+ en enero

Lleva por título Cuando nadie me ve, y está editado a partir de más de 200 horas de grabaciones con el artista



El lado más humano del artista Movistar

Marcos Catalán 11.12.2025 12:43

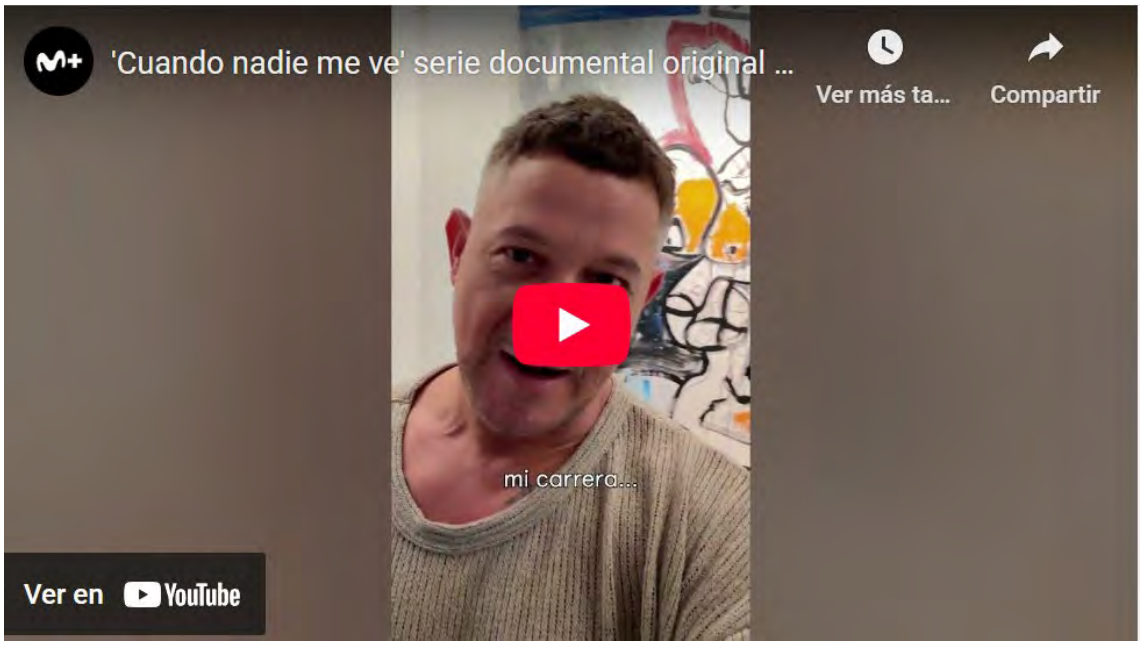
Si pensamos en los artistas españoles más importantes e internacionales de las últimas décadas, el nombre de Alejandro Sanz tiene que salir en algún momento de la conversación, probablemente entre los primeros puestos de la lista, además.

Y es que Alejandro Sánchez Pizarro, nombre real del cantante, inició su carrera musical en 1989 con su álbum debut Los Chulos Son Pa' Cuidarlos (bajo el seudónimo Alejandro Magno), por lo que con más de 35 años en activo tiene muchas cosas que contar, y algunas que ocultar, seguramente.

Alejandro, cuando nadie le ve

Muchas de ellas son las que conoceremos muy pronto en Cuando nadie me ve, la serie documental original de Movistar Plus+ que se estrenará el 27 de enero de 2026 y que promete ofrecer el retrato más profundo y humano del artista madrileño.

La producción sigue de cerca al músico durante distintos momentos personales y profesionales, con acceso a material inédito y a testimonios de personas que han acompañado su trayectoria dentro y fuera de los escenarios. El proyecto repasa sus primeros pasos, el impacto de sus grandes álbumes y la transformación de su figura pública a lo largo de los años, sin dejar de lado los desafíos que ha atravesado en este tiempo.



A lo largo de los episodios también se abordarán etapas menos conocidas de su vida y decisiones que marcaron su carrera, mostrando cómo ha vivido la presión, el éxito continuado y los cambios de la industria musical. Dirigida por Álvaro Ron y producida por Sony Music Vision, se trata de un proyecto concebido para mostrar al Alejandro que no aparece en los focos ni en los escenarios: el hombre detrás del icono.

Así lo ven sus protagonistas

En palabras del propio Alejandro Sanz, este ha sido "un viaje emocionante, a veces divertido y a veces difícil", un proceso creativo y vital que culmina ahora en su llegada a Movistar Plus+. Para él, la serie supone una oportunidad de compartir partes de su vida que hasta ahora habían permanecido en la sombra: "Qué somos si no luz y oscuridad. Espero que lo disfruten".

Por su parte, Álvaro Ron explica que el documental nace de una pregunta clave: qué impulsa a ciertas personas a crear. Según el director, la obra busca construir un retrato cubista del artista a través de sus canciones y de momentos íntimos que permiten comprender mejor a Alejandro Sánchez Pizarro, ese que se revela cuando se encierra tras puertas abiertas, cuando nadie le ve.



Movistar Plus+, Sony

La serie de Sony Music Vision que había sido anunciada por Netflix, se estrenará el 27 de enero de 2026 por Movistar Plus+.

Cuando nadie me ve es una serie documental original Movistar Plus+ filmada en un momento de transformación personal y creativa de Alejandro Sanz, uno de los artistas más influyentes del panorama internacional. Se estrenará en la plataforma el 27 de enero.

Un viaje emocional en el que el cantante revisita su historia, conecta con sus orígenes flamencos y se enfrenta a nuevos desafíos con honestidad y pasión. Entre rutinas cotidianas, silencios reveladores y momentos nunca antes compartidos, descubre al hombre detrás del icono: vulnerable, cercano, generoso, con sentido del humor y en constante búsqueda.

Con más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida personal y profesional, como Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros.

Dirigida por Álvaro Ron, Cuando nadie me ve ofrece una oportunidad única: conectar no solo con los millones de seguidores de Alejandro Sanz, sino también con un público amplio que disfruta de historias universales sobre grandes artistas.

Alejandro Sanz comentó: «Me hace mucha ilusión culminar este proyecto con Movistar Plus+ y con la dirección de Álvaro Ron. Ha sido un viaje emocionante, a veces divertido y a veces difícil. Pero qué somos si no luz y oscuridad. Espero que lo disfruten».

Álvaro Ron, por su parte dijo: «¿Qué hay dentro de algunas personas que les empuja a escribir canciones o a pintar? ¿Qué agujero tienen que llenar que necesitan crear…? ¿Quién lo sabe? Alejandro Sanz, el artista español de pop más reconocido de todos los tiempos, admite que expresa mejor sus sentimientos con su música que al hablar. Quizá eso es lo que siempre me ha intrigado de una leyenda que ha concedido miles de entrevistas en su carrera, pero prácticamente no ha hablado de su vida personal, de sus aciertos, sus errores, sus dudas, sus luchas, su familia, sus amores… Su discografía es su mejor autobiografía; todas sus canciones son un pedazo de su vida privada. Por eso, el día que nos conocimos, hicimos un pacto: yo le propuse hacer un retrato cubista de su historia a través de sus canciones y él aceptó compartir momentos de su vida íntima que nos ayudan a comprender a la persona dentro del artista. Esa parte de Alejandro Sánchez Pizarro cuando se encierra tras puertas abiertas… Cuando nadie le ve».

Movistar Plus+ se queda con la docuserie de Netflix sobre Alejandro Sanz

Por J Vallejo 12 diciembre, 2025

Movistar Plus+ anuncia el estreno de 'Cuando nadie me ve', una docuserie original que aterriza el 27 de enero de 2026 y que supone, por fin, la culminación del ambicioso proyecto sobre Alejandro Sanz que en su día inició Netflix.



La plataforma se queda con un título cargado de expectativas, construido a partir de más de 200 horas de grabación, acceso íntimo al artista y un material de archivo inédito que promete descubrir aspectos nunca antes compartidos de su vida.

La serie, dirigida por Álvaro Ron, se adentra en un momento de transformación personal y creativa del músico. El relato se mueve entre ensayos, conversaciones privadas, rutinas cotidianas y silencios que dicen más que muchas entrevistas.

Ahí está el corazón de la propuesta: mostrar al hombre detrás del icono, un artista que ha marcado la música en español durante décadas, pero que pocas veces ha hablado a cámara sobre sus dudas, sus heridas o los mecanismos internos que sostienen su proceso creativo.

Uno de los grandes atractivos de la docuserie es la participación de figuras que han acompañado al cantante a lo largo de su trayectoria. En pantalla aparecen Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros, aportando una mirada emocional y profesional que completa el retrato. Sus testimonios ayudan a reconstruir el impacto internacional de Sanz, pero también la parte más cercana: amistades, complicidades y aprendizajes que han moldeado su forma de entender la música.

En palabras del propio artista, este viaje ha sido "emocionante, divertido y a veces difícil", una mezcla de luces y sombras que la docuserie refleja con honestidad. Ron subraya que su intención ha sido realizar un "retrato cubista" de la vida del músico a través de sus canciones, entendiendo que su discografía —más que cualquier entrevista— es la verdadera autobiografía de Alejandro Sánchez Pizarro.



La producción, liderada por Sony Music Vision con la colaboración de Movistar Plus+, nace con una ambición clara: crear un documental que trascienda lo musical y conecte con historias universales sobre identidad, vulnerabilidad y creatividad. Desde la plataforma recuerdan su apuesta constante por retratar a grandes artistas españoles, como ya hicieron con Sabina, Estopa, Raphael, El Barrio o Leiva.

'Cuando nadie me ve' no solo repasa una carrera incontestable, sino que propone mirar al cantante desde un lugar íntimo, imperfecto, profundamente humano. Una puerta que Sanz decide abrir, por primera vez, "cuando nadie le ve", y que convierte la serie en uno de los estrenos más esperados de este inicio de año.

Señal News



Movistar Plus+ se queda con "Cuando Nadie Me Ve", la serie sobre Alejandro Sanz

Dirigida por Álvaro Ron, la serie que cuenta con más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida personal y profesional, como Rosalía, Juanes, Shakira, estrenará el 27 de enero de 2026-

por Señal News 12 DEC 2025

“Cuando Nadie Me Ve” es una serie documental original Movistar Plus+ filmada en un momento de transformación personal y creativa de Alejandro Sanz, uno de los artistas más influyentes del panorama internacional. Un viaje emocional en el que el cantante revisita su historia, conecta con sus orígenes flamencos y se enfrenta a nuevos desafíos con honestidad y pasión. Entre rutinas cotidianas, silencios reveladores y momentos nunca antes compartidos, descubre al hombre detrás del icono: vulnerable, cercano, generoso, con sentido del humor y en constante búsqueda.

"Me hace mucha ilusión culminar este proyecto con Movistar Plus+ y con la dirección de Álvaro Ron. Ha sido un viaje emocionante, a veces divertido y a veces difícil. Pero qué somos si no luz y oscuridad. Espero que lo disfruten", dijo Alejandro Sanz.

"¿Qué hay dentro de algunas personas que les empuja a escribir canciones o a pintar? ¿Qué agujero tienen que llenar que necesitan crear…? ¿Quién lo sabe? Alejandro Sanz, el artista español de pop más reconocido de todos los tiempos, admite que expresa mejor sus sentimientos con su música que al hablar. Quizá eso es lo que siempre me ha intrigado de una leyenda que ha concedido miles de entrevistas en su carrera, pero prácticamente no ha hablado de su vida personal, de sus aciertos, sus errores, sus dudas, sus luchas, su familia, sus amores… Su discografía es su mejor autobiografía; todas sus canciones son un pedazo de su vida privada. Por eso, el día que nos conocimos, hicimos un pacto: yo le propuse hacer un retrato cubista de su historia a través de sus canciones y él aceptó compartir momentos de su vida íntima que nos ayudan a comprender a la persona dentro del artista. Esa parte de Alejandro Sánchez Pizarro cuando se encierra tras puertas abiertas… Cuando nadie le ve", sostuvo el director Álvaro Ron.

Con más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida personal y profesional, como Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros. Dirigida por Álvaro Ron, 'Cuando nadie me ve' ofrece una oportunidad única: conectar no solo con los millones de seguidores de Alejandro Sanz, sino también con un público amplio que disfruta de historias universales sobre grandes artistas. “Cuando Nadie Me Ve” se estrenará en la plataforma el 27 de enero de 2026.

"Para Sony Music Vision, asumir la producción de 'Cuando nadie me ve' ha supuesto una enorme responsabilidad y un privilegio: contar la vida y la esencia de uno de los artistas musicales más grandes en español de toda la historia. Mi agradecimiento más profundo a Alejandro Sanz por su inmensa generosidad al abrirnos las puertas de su vida y permitirnos mostrar su lado más auténtico. Esta producción también refleja la importancia de nuestra colaboración estratégica con Movistar Plus+ en esta nueva etapa, uniendo fuerzas para crear contenidos que trascienden lo musical y conectan con historias universales", expresó Sergi Reitg, productor ejecutivo de Sony Music Vision.

"En Movistar Plus+ sentimos una auténtica pasión –casi una obsesión– por la música española y en español. 'Cuando nadie me ve' es una canción sobre la dificultad de ser uno mismo lejos de las miradas ajenas. Esta serie documental con el mismo título nos abre esa rendija, nos revela cómo se forja una identidad artística, y también comprender el camino personal que la sostiene. Cuando Alejandro Sanz nos abrió su puerta,

dimos mil volteretas", añadió Jorge Ortiz de Landázuri, productor ejecutivo Movistar Plus+.

TVFACTUAL.tv

Serie sobre la vida de Alejandro Sanz se va de Netflix a Movistar Plus+

Rafael Blanco Hace 3 días Lo más destacado

Pese a que en septiembre del año pasado Netflix había anunciado el inicio de grabaciones de la serie documental sobre la vida personal y creativa de Alejandro Sanz, la producción Cuando nadie me ve, dirigida por Álvaro Ron, llegará a Movistar Plus+.

La producción, realizada por Sony Music Vision, busca mostrar al artista lejos de los escenarios y explorar el impacto que su trayectoria ha tenido en su entorno personal y familiar.

La serie fue filmada en un periodo de transformación del músico y combina más de 200 horas de grabación con material de archivo inédito. El relato incluye rutinas cotidianas, momentos privados y reflexiones sobre sus orígenes flamencos, además de testimonios de figuras relevantes en su carrera y vida, entre ellas Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra y Nathy Peluso.

El proyecto propone un retrato del intérprete que contrasta con su imagen pública, presentándolo en un proceso de revisión personal y enfrentando nuevos desafíos creativos. El enfoque busca conectar tanto con seguidores del cantante como con audiencias interesadas en historias centradas en la intimidad de artistas influyentes.

Cuando nadie me ve se lanzará el 27 de enero en Movistar Plus+.

RAW MAGAZINE



Movistar Plus+ estrena «Cuando nadie me ve», la serie documental de Alejandro Sanz

15 de diciembre de 2025 Desactivado Por Andrea Ruiz Carral

El 27 de enero llega a Movistar Plus+ la serie documental de Alejandro Sanz: «Cuando nadie me ve».

Alejandro Sanz deja a un lado el escenario para mostrarse tal y como es en «Cuando nadie me ve», su nueva serie documental que se podrá ver en Movistar Plus+. Será el 27 de enero de 2026 cuando se estrene en la plataforma.

El artista se prepara para compartir con su público uno de los proyectos más sinceros y personales de su carrera. «Cuando nadie me ve» es una serie documental original de Movistar Plus+ filmada en un momento de transformación creativa y personal para el artista. La producción muestra un retrato de su vida, sus raíces y su proceso creativo, justo después del lanzamiento de su nuevo álbum «¿Y ahora qué +?».

Este nuevo documental no solo revela escenas nunca vistas del cantante, sino que también acompaña su crecimiento emocional y musical. A través de más de 200 horas de grabación y material de archivo personal, la serie muestra a Alejandro Sanz en rutinas cotidianas, momentos de reflexión y momentos que no había compartido antes.Altavoces portátiles

La serie, dirigida por Álvaro Ron, cuenta con testimonios de figuras que han sido clave en la vida y la carrera de Alejandro Sanz, incluyendo a artistas como Rosalía, Shakira, Juanes, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros.

Un momento clave en su carrera

El estreno de «Cuando nadie me ve» se suma a un año muy especial para Alejandro Sanz. Su álbum «¿Y ahora qué +?» llegó después de su triunfo en los Latin Grammy 2025, donde fue reconocido con dos premios y presentó por primera vez en directo su canción «Las Guapas», uno de los temas destacados del disco. Además, tras agotar entradas en sus 25 conciertos en México, el artista ya prepara su gira mundial de 2026, que incluirá más de 30 fechas en América Latina, España y Estados Unidos, reafirmando su conexión con audiencias de todo el mundo.

La Opinión
El Correo de Zamora

Alejandro Sanz se desnuda en el documental de Movistar Plus+ ‘Cuando nadie me ve’

Con más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida personal y profesional



Fotografía de archivo del 25 de febrero de 2024 del cantante y compositor español Alejandro Sanz. / ADRIANA THOMASA

Ernesto Izquierdo 14 DIC 2025

'Cuando nadie me ve' es una serie documental original de Movistar Plus filmada en un momento de transformación personal y creativa de Alejandro Sanz, uno de los artistas más influyentes del panorama internacional, apuntan en la plataforma.

Un viaje emocional en el que el cantante revisita su historia, conecta con sus orígenes flamencos y se enfrenta a nuevos desafíos con honestidad y pasión. Entre rutinas cotidianas, silencios reveladores y momentos nunca antes compartidos, descubre al hombre detrás del icono: vulnerable, cercano, generoso, con sentido del humor y en constante búsqueda.

Con más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida personal y profesional, como Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros.

Dirigida por Álvaro Ron, 'Cuando nadie me ve' ofrece una oportunidad única: conectar no solo con los millones de seguidores de Alejandro Sanz, sino también con un público amplio que disfruta de historias universales sobre grandes artistas.

Fecha de estreno de 'Cuando nadie me ve'

Alejandro Sanz ha declarado que le hace “mucha ilusión culminar este proyecto con Movistar Plus+ y con la dirección de Álvaro Ron”. “Ha sido un viaje emocionante, a veces divertido y a veces difícil. Pero qué somos si no luz y oscuridad. Espero que lo disfruten", destaca.

En Movistar, el director se pregunta "¿qué hay dentro de algunas personas que les empuja a escribir canciones o a pintar?, ¿qué agujero tienen que llenar que necesitan crear…?, ¿quién lo sabe? Alejandro Sanz, el artista español de pop más reconocido de todos los tiempos, admite que expresa mejor sus sentimientos con su música que al hablar. Quizá eso es lo que siempre me ha intrigado de una leyenda que ha concedido miles de entrevistas en su carrera, pero prácticamente no ha hablado de su vida personal, de sus aciertos, sus errores, sus dudas, sus luchas, su familia, sus amores… Su discografía es su mejor autobiografía; todas sus canciones son un pedazo de su vida privada. Por eso, el día que nos conocimos, hicimos un pacto: yo le propuse hacer un retrato cubista de su historia a través de sus canciones y él aceptó compartir momentos de su vida íntima que nos ayudan a comprender a la persona dentro del artista. Esa parte de Alejandro Sánchez Pizarro cuando se encierra tras puertas abiertas… Cuando nadie le ve".

EL ESPAÑOL



Europa

Sor Lucía Caram, en Kiev: "Es raro ver a una monja que pida armas, pero en Ucrania hablamos de legítima defensa"

"Ione Belarra y todo ese grupo que critica que se envíen armas a Ucrania... El día que nos ataquen verán si se necesitan o no se necesitan armas".

"Europa no tiene ningún liderazgo ahora mismo, necesitamos una personalidad fuerte, como lo fue Angela Merkel".

María Senovilla Kiev 15 diciembre 2025

Sor Lucia Caram es oriunda de la provincia argentina de Tucumán, pero es también la monja más televisiva que tenemos en España desde hace tiempo. Su desparpajo ante las cámaras y el hecho de que hable sin ambages de lo divino y de lo humano, de Dios y de los políticos –que están haciendo su trabajo rematadamente mal en los últimos tiempos– le ha valido ese espacio desde el que le dan un altavoz privilegiado para sus causas. Que no son pocas.

En su convento de Manresa ayudan a familias acogidas desde hace años, han sacado a mujeres de las redes de trata de personas, y ella siempre está dispuesta a pedir para los más desfavorecidos. “Durante el noviciado me enseñaron a pedir a Dios, pero yo le pido a todo dios”, asegura durante la entrevista.

Sin embargo, en los últimos años se ha volcado especialmente en una de estas empresas, hasta el punto que el Papa Francisco –su gran amigo, la persona a la que menciona constantemente durante la conversación– le dejó un dinero en el testamento para que lo destinara a la causa: ayudar a Ucrania.

Sor Lucía –que vestida con un hábito blanco destaca sobremanera entre los uniformes verdes de campaña de los oficiales de la Guardia de Fronteras, que la custodian cada vez que entra a Ucrania– es una de las pocas personas que no ha dejado de traer ayuda humanitaria en los 1.391 días que dura ya la invasión de Putin, de quién opina que es "la rata que ataca cuando se siente acorralada".

Sus viajes a la guerra son reales. No se limita a hacerse la foto de rigor en Polonia y dar media vuelta en dirección a la parte de Europa donde no caen bombas. Ella cruza el país de punta a punta, hasta la ciudad de Járkiv –a menos de 30 kilómetros de Rusia– a pesar de que al principio le dijeron que no podía. "No me he casado, precisamente para que ningún hombre me diga lo que tengo o no tengo que hacer".

A su vuelta de Járkiv, se detiene por una noche en un hotel de Kiev y responde a las preguntas de EL ESPAÑOL. "Sólo tenemos una hora, porque luego tenemos que asistir a una videoconferencia con Margarita Robles para hablar de Ucrania", dice antes de sentarnos a conversar.



Sor Lucia en Kiev, durante la entrevista con EL ESPAÑOL este mes de diciembre. María Senovilla

Aquel 24 de febrero de 2022, cuando vio por la televisión que acababa de empezar la invasión a gran escala de Ucrania, ¿Qué fue lo que sintió?

La noche anterior yo ya estaba muy preocupada, tenía una amiga que llegó de Ucrania en el último avión que despegó de allí, y ella me advirtió de que las cosas iban mal. Empecé a seguir las noticias con atención desde ese momento, nosotras teníamos familias ucranianas acogidas en el convento desde 2014, y todos estábamos

en vilo con el tema de Ucrania. Sentíamos, no te voy a decir que miedo, pero sí una preocupación muy grande. Y cuando empezamos a ver las imágenes fue terrorífico.

Los ucranianos que estaban viviendo en Manresa, junto con los que teníamos acogidos, vinieron al convento y nos pidieron que hiciéramos una oración. Aquella plegaria fue seguida también por las familias de ellos desde Ucrania, que estaban metidas en búnkeres en ciudades como Bakhmut, también en localidades cercanas a la frontera con Bielorrusia. Todos estaban espantadísimos porque había alarmas de ataques por todos lados.

Recuerdo que las imágenes de los medios de comunicación eran muy bestias, mostraban la realidad, y todo el mundo se movilizó. A la mañana siguiente se presentaron más de 800 personas en el convento. No entraban, fue impresionante. Y me pidieron que los acompañara a una manifestación, la primera manifestación que se hacía en Manresa, y donde llegaron muchos ucranianos de toda Cataluña, y también muchos georgianos y sirios. Los Sirios te explicaban que a ellos los rusos les disparaban desde los helicópteros, y sentían la invasión de Ucrania como una causa común.

Aquella manifestación no era como las otras que ves normalmente, con la gente cantando, comiendo... Aquella manifestación parecía un funeral. De hecho, cuando llegamos a la Plaza de Manresa, ellos empezaron a cantar el himno y yo me tuve que ir porque ya no lo podía soportar.

Pero se sobrepone rápidamente a ese dolor que sintió durante la manifestación, y comienza a ayudar. ¿Cómo empieza esta relación de cooperación tan intensa con Ucrania, todos estos viajes que hace para seguir trayendo ayuda?

Dos días después de que empezara la invasión le dije a un voluntario que estaba preocupaba porque los ucranianos me pedían ayuda para sacar a sus familias de allí, y yo no sabía cómo hacerlo. Él me preguntó si quería ir a Ucrania y dije que sí. Y organizamos el primero de los viajes, en una furgoneta, para ir a buscar familias a la frontera.

La frontera me impresionó muchísimo por la cantidad de gente que había allí para ayudar. Fue muy bestia, hubo una solidaridad compulsiva. Aunque yo vi también a las mafias buscando mujeres; y lo volví a ver después en Manresa, cuando empezamos a organizarnos para acoger a los ucranianos, y venía gente al convento preguntando por chicas para trabajar en no sé qué... no cuadraba. De hecho después hemos sacado de las redes de trata de personas a mujeres que captaron cuando huían de la guerra.



Cementerio cercano al frente de combate este en Ucrania, donde ya no casi no queda espacio para más tumbas. María Senovilla

A ese primer viaje en furgoneta le siguieron muchos más. Y no viene con las manos vacías, viene con ambulancias –tan necesarias en este momento de la guerra– y con material sanitario.

En marzo de 2022 me empezaron a ayudar los voluntarios de Caixa Bank, y fueron ellos los que me dieron la primera ambulancia y me pidieron que la entregara en la frontera. En ese viaje quise entrar a Ucrania, nada de dejarla en la frontera e irme. Me dijeron que no podía, pero yo les dije que no me había casado precisamente para que ningún hombre decidiera lo que yo podía o no podía hacer con mi vida, y que iba a entrar.

Conseguimos organizarlo con la Guardia de Fronteras, que nos recogió a nuestra llegada y nos llevó a un hospital con heridos de guerra. En aquel momento no dejaban entrar a nadie en los hospitales militares… Por eso, cuando me preguntan si el hábito no me da problemas, yo respondo que el hábito me ha abierto muchas puertas. Como la de aquel hospital.

El caso es que visité a esos chicos y estuve hablando con ellos. Los primeros que cayeron heridos eran muy jovencitos. Me sorprendió porque yo sabía que no se llevaban a la guerra a la gente tan joven, y entonces me contaron que eran todos voluntarios. Rusia, con su discurso, despertó el espíritu nacional de los más jóvenes y ellos se ofrecieron ciegamente para ir al frente cuando empezó la invasión. Fue tremendo, porque los veíamos con las cabezas abiertas, sin brazos… Además estaban solos, porque sus padres estaban lejos y no podían llegar. Y ellos nos agradecieron que lleváramos la ambulancia y nos explicaron que no había suficientes para ayudar a todos.

Al volver a España lancé un reto en TikTok: 30 por 15, para recaudar dinero para comprar 30 ambulancias por 15.000 euros cada una. La gente respondió muy rápido, y lo doblé a 60. Desde entonces hemos entregado 162 ambulancias en Ucrania.

En un momento en el que el envío de ayuda humanitaria para Ucrania ha caído en picado, ¿Cómo consigue canalizar tantos recursos?

¿Cómo? A través de redes sociales, a través de empresas, a través de particulares, estoy todo el día pidiendo. Yo siempre digo que en el noviciado me enseñaban a pedir a Dios, y yo pido a todo dios. Y luego vengo a entregarlo yo, con la Guardia de Fronteras ucraniana que garantiza que las cosas llegan a donde tienen que llegar.

Al principio se envió mucha ayuda a Ucrania… pero la gente aprovechó para limpiar sus armarios y mandar cosas usadas o que no servían. En 2022 vi montañas de ropa usada en la frontera, que no era lo que necesitaban. Por eso cuando me ofrecen cosas viejas, yo digo no. Lo único usado que traigo son los generadores, después de comprobar que están funcionando. Pero ropa y todo este tipo de cosas yo no quiero saber nada. Nos centramos en lo que de verdad hace falta: traer ambulancias, llevar heridos y en la acogida de familias.

¿Y cómo consigue una monja, desde España, organizar la logística para abrir corredores humanitarios a través de los cuáles sacan a los soldados heridos?

Los primeros heridos los llevamos en abril del 2022. Esa vez llevamos tres a Pamplona, y tres a Barcelona. Después ya fueron 30, 15 a Barcelona y 15 a Madrid. Desde entonces hemos sacado a unos 120 heridos y 60 enfermos oncológicos que han recibido tratamiento en España, porque a causa de la guerra también hay pacientes de cáncer que no pueden conseguir el tratamiento en Ucrania.

Allí trabajo con el CatSalud, que es el que recibe las historias clínicas de los chicos. Me los aceptan y les envían a distintos hospitales hasta que completan su recuperación. Y yo me comprometo a recogerlos cuando están recuperados y los traigo de vuelta.

Parece muy sencillo cuando lo cuenta así…

Me paso el día pidiendo, buscando medios para hacer todo esto. Por ejemplo, cuando empecé a traer heridos nos encontramos con el problema de dónde alojarlos una vez que acaba el periodo de hospitalización, pero siguen necesitando rehabilitación. Y empecé a pedir y conseguí que nos cedieran tres pisos, en los que tenemos permanentemente soldados ucranianos en proceso de recuperación. Y así todo.



Consecuencias de un bombardeo ruso con misiles en el centro de la ciudad de Kharkiv. María Senovilla

¿Siente miedo cuando entra en Ucrania, sabiendo que es un país en guerra?

Nunca he tenido miedo. Mucha tristeza, miedo nunca. Incluso cuando me tocó vivir un ataque bastante fuerte, hace unos meses, aquí en Kiev. Temblaba todo, pasamos toda la noche en el bunker, el humo, el olor se sentía. Pero no, miedo no he tenido nunca. Yo siempre pienso en ellos: nosotros nos vamos pero ellos se quedan.

Cada vez que vengo voy a los cementerios, y ahí veo la realidad de lo que es guerra. Las madres se me acercan mucho, me ven con el hábito y ese signo religioso es muy importante para ellos. El Papa Francisco, siempre que nos veíamos, me daba rosarios para ellos, y yo los entrego. Es un país marcado por el ateísmo de la Unión Soviética, pero hay mucha fe. Una vez un soldado me dijo que "en la trinchera no hay ateos".

Menciona contantemente al Papa Francisco, hace poco se ha sabido que él le dejó a usted en el testamento un dinero para ayudar a Ucrania.

Francisco ha sido la persona que más me ha ayudado. Con el Papa León también habló, en agosto me recibió en el Vaticano y estuvo más de 50 minutos escuchándome hablar sobre Ucrania. Ahora me ha mandado una caja grande con rosarios para los chicos, pero la amistad que tenía con Francisco era... Antes de cada viaje a Ucrania, o al volver, yo iba a verlo. Él me dijo que quería que fuera sus ojos para seguir la situación de la infancia en Ucrania, y quería también que ayudara a los heridos, porque sabía que habíamos abierto corredores humanitarios.

Normalmente yo le llevaba videos o imágenes cuando iba a verlo, a veces incluso iba con amigos ucranianos para que ellos, a través de un traductor, le contaran directamente lo que pasaba. Y el Papa lloraba, Francisco lloraba. Él me decía que le habían robado la infancia a los niños ucranianos y que ya no sonreían.

Este país impresiona. Hoy les decía a los chicos, en un entrenamiento militar donde estuvimos, que la sangre de sus compañeros no podía quedar infecunda. Tenía que florecer en forma de libertad. Pero lo que está pasando es que Europa no tiene liderazgo, está adormecida mientras que Putin y Trump juegan con nosotros.

Dice de manera muy contundente que Europa está adormecida, ¿Usted cree que aún se puede despertar?

Europa no tiene ningún liderazgo ahora mismo, creo que nos ha invadido a todos la mediocridad, y que necesitamos una personalidad fuerte para despertar. Más allá de la línea política que uno pueda tener o no tener, me refiero a una personalidad fuerte, por supuesto que no sea extremista, alguien como Angela Merkel. No lo tenemos ahora.

¿Putin ha aprovechado esa falta de liderazgo en el resto de países para invadir una parte de Europa?

Putin es como la rata acorralada, él mismo lo dijo cuando contó un episodio de su infancia en Leningrado: contaba que estaba jugando a perseguir ratas hasta que acorraló a una, y entonces se dio la vuelta y lo atacó a él. Dejó claro que si lo acorralan atacará como la rata. Es un hombre frío, que no tiene alma... Pero el problema es que el mundo en este momento está siendo dominado por personalidades de este tipo.



Sor Lucia en Kiev, durante la entrevista con EL ESPAÑOL este mes de diciembre. María Senovilla

¿Crees que puede haber una paz duradera si Ucrania cede los territorios ocupados, en los que viven cinco millones de ucranianos?

Creo que no se pueden tomar esas medidas al margen de Ucrania, porque entonces la guerra se cerraría en falso. Y también creo que el único que puede mediar sin segundas intenciones es el Papa León. Aquí hay muchos intereses económicos, el negocio de las armas interesa demasiado.

El papel de Zelensky es muy complicado, porque ha muerto mucha gente y muchos no perdonarían que se entregara el territorio. Para llegar a un acuerdo alguien tendrá que ceder, pero lo tremendo es que tengas que ceder tu territorio cuando te han invadido. Porque Ucrania ha sido invadida, y lo que no puede ser es que el mundo mire para otro lado. Yo de geopolítica y de diplomacia no entiendo nada, pero sí entiendo que tiene que haber una paz justa y no una capitulación para que Donald Trump y Putin se repartan las tierras raras y los contratos de reconstrucción.

Es muy frustrante ver en primera persona que la guerra de Ucrania está ahora en su peor momento, y que la mayoría de la gente en España está totalmente desconecta de la realidad. Sin querer mirar hacia el conflicto armado que tenemos en casa, en Europa. ¿Usted también tiene esa sensación cuando regresa de cada uno de estos viajes?

Hemos presentado un documental hace poco con Movistar Plus+ y precisamente lo explicamos ahí. Que Ucrania ahora necesita más ayuda que nunca, que necesita armas para defenderse. Habrá quien diga ¿una monja que pide armas? Pero cuando estás aquí y ves que te caen los misiles y los drones, no puede ser que los ucranianos estén tirando con unas metralletas para derribarlos. No tienen una Cúpula de Hierro como Israel. Necesitan armas y está justificado por la legítima defensa. Yo soy domínica, y esto ya lo decía Santo Tomás.

Por supuesto estoy en contra de todo el negocio del armamento, pero creo que la gente tiene derecho a defenderse. Si entran en su casa, tienen derecho a defender a sus hijos. Ayer en el cementerio conocí a una chiquita, y me contó que a su padre lo mataron y que ella quería ir al frente y luchar porque, decía, “no quiero que mis hijos vivan lo que nosotros hemos vivido”. La chiquita tenía 18 años.

La última vez que Zelensky estuvo en España la condecoró a usted con la Orden de la Princesa Olga por llevar “oración, apoyo y ayuda humanitaria” a Ucrania. ¿Este tipo de reconocimientos sirve para algo más que para hacerse una foto?

Creo que ha sido un reconocimiento a toda la gente que me ayuda a hacer lo que hago. No lo hago yo sola, eso lo tengo clarísimo. Y los reconocimientos de este tipo a mí me sirven para que se hable del tema y la gente pueda ayudar. Y lo cierto es que cuando vino Zelensky se habló más de Ucrania.

En ese momento también aprovechó para hablar lone Belarra, criticando que se envíen armas y no sé qué más… pero como todos los medios se centraron en la condecoración más que en ella, quedó diluida su voz y la de todo ese grupo que reprocha que se manden armas a Ucrania. Pues el día que nos ataquen verás tú si necesitamos o no necesitamos armas.

Si al final la condecoración sirvió para visibilizar una causa, para comprar ambulancias, torniquetes, hemostáticos, pues fantástico. A mí los premios no me dan ni me quitan nada, yo no tengo un euro, y duermo tranquilamente.

¿Va a seguir viniendo a Ucrania?

Este es el viaje número 41, el número 42 será para febrero. Además de traer ambulancias y equipos para hospitales, tenemos un proyecto en marcha para llevar a niños ucranianos de vacaciones a España. Son hijos de heridos o cuyos padres han muerto en el frente o están desaparecidos. El año pasado llevamos 255 niños y este año 277. Y el próximo vamos a hacer tres grupos con destino a Portaventura, Andorra y Lloret del Mar.

También se ha firmado un acuerdo con el ayuntamiento de Barcelona para intercambiar autobuses urbanos con la ciudad de Járkiv, y el alcalde Igor Téjerov me ha pedido que se haga un hermanamiento entre las dos ciudades.

La ministra de Defensa me ha ayudado a traer los autobuses, porque el traslado ha sido complicado. En realidad Margarita Robles me ha ayudado mucho en todo este tiempo. El Papa Francisco me decía, hablando de ella, “esta mujer me ayuda a pensar en la paz”. Es una ministra que en todas las reuniones clama por un acuerdo, busca el acercamiento y entiende perfectamente que Ucrania defiende las fronteras de Europa. Ella dice que Ucrania no se está defendiendo a sí misma, que está defendiendo a Europa.

Tenemos una guerra en el corazón de Europa y no somos conscientes, y Margarita Robles es la única ministra que lo está diciendo. El resto de los políticos nos quieren distraer de la situación.

El Confidencial

OFRECIDO POR MOVISTAR

De qué somos realmente fans: el 'ranking' de los deportes que más siguen los españoles

Los deportes que más practicas no tienen por qué ser los que más sigues, ya que con los segundos te mueve un factor esencial: la pasión. Y aquí, el salón de casa se ha convertido en el mejor estadio



Por **EC Brands**

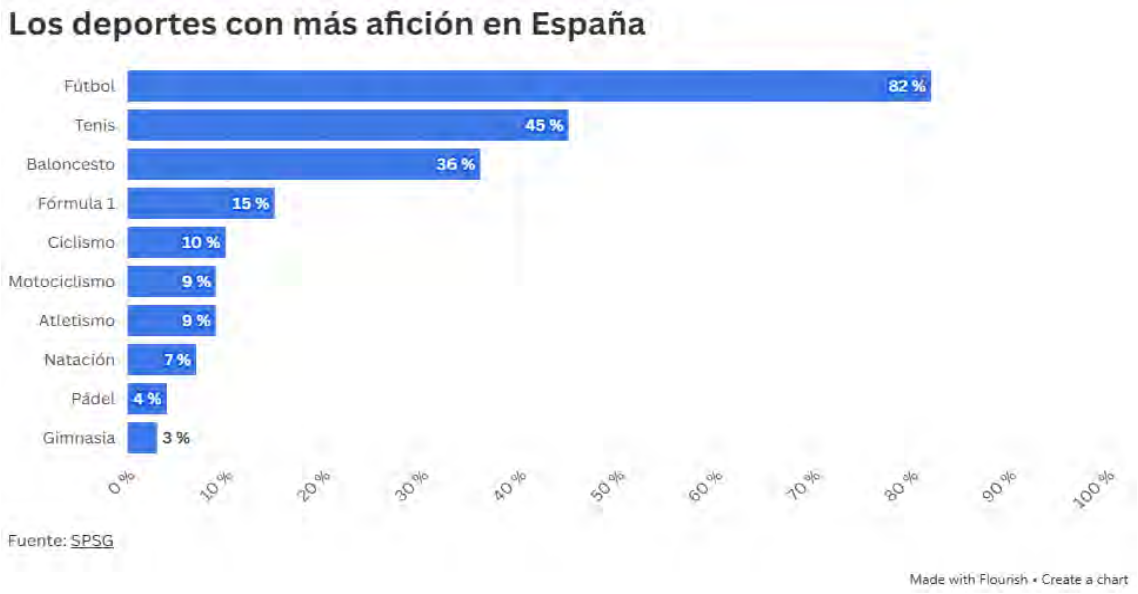
16/12/2025 - 05:00

El deporte mueve pasiones en España. No es para menos, ya que en ello influyen muchos factores: el amor por unos colores, la afición heredada de padres a hijos, la comunidad creada al ir a un estadio, las reuniones entre familiares o amigos para ver un partido...

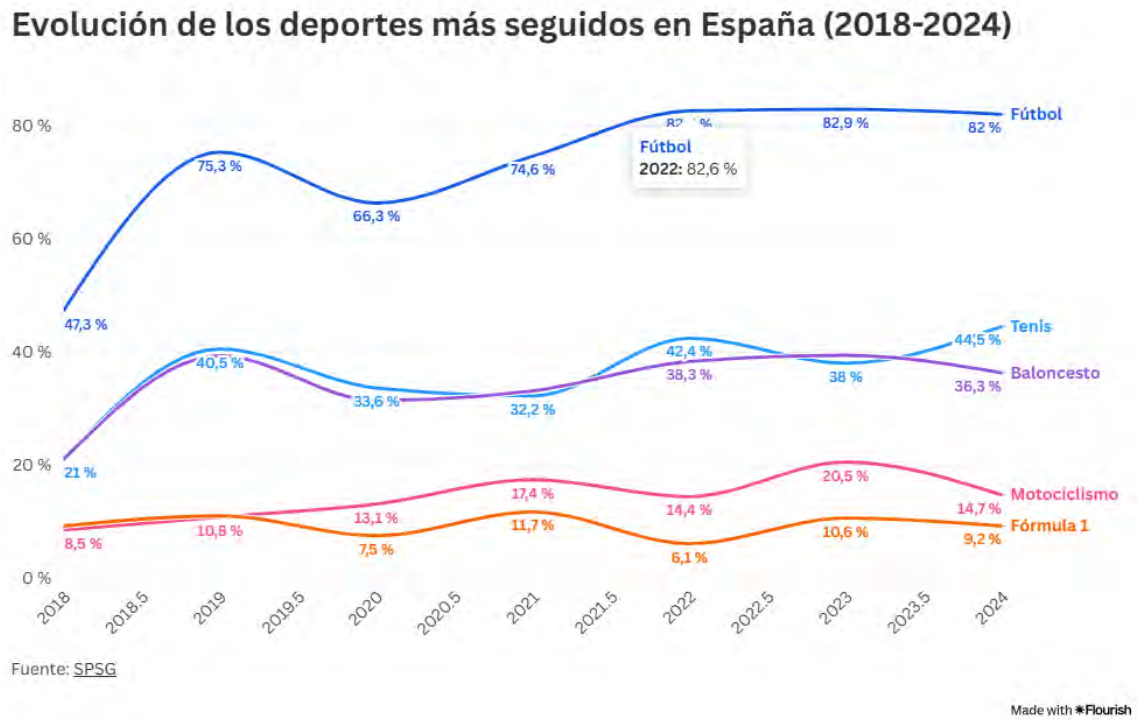
A esto hay que añadirle la lógica emocional que cada deporte lleva dentro: esa canasta imposible, **ese gol en el último minuto**, ese revés que sobrepasa la red, ese adelantamiento en la última curva... Se trata de un cúmulo de emociones que, en definitiva, acaban definiendo nuestra pasión.

Qué deportes seguimos más, dónde y cómo

La pasión es la que mueve nuestra afición al deporte, pero ¿cuáles son los más seguidos? El **Barómetro de Hábitos Deportivos en España**, elaborado por SPSG Consulting, se encarga de responder a esta pregunta. En la primera posición hay pocas sorpresas: **el fútbol es el deporte rey en nuestro país**, seguido del tenis, el baloncesto y la Fórmula 1.

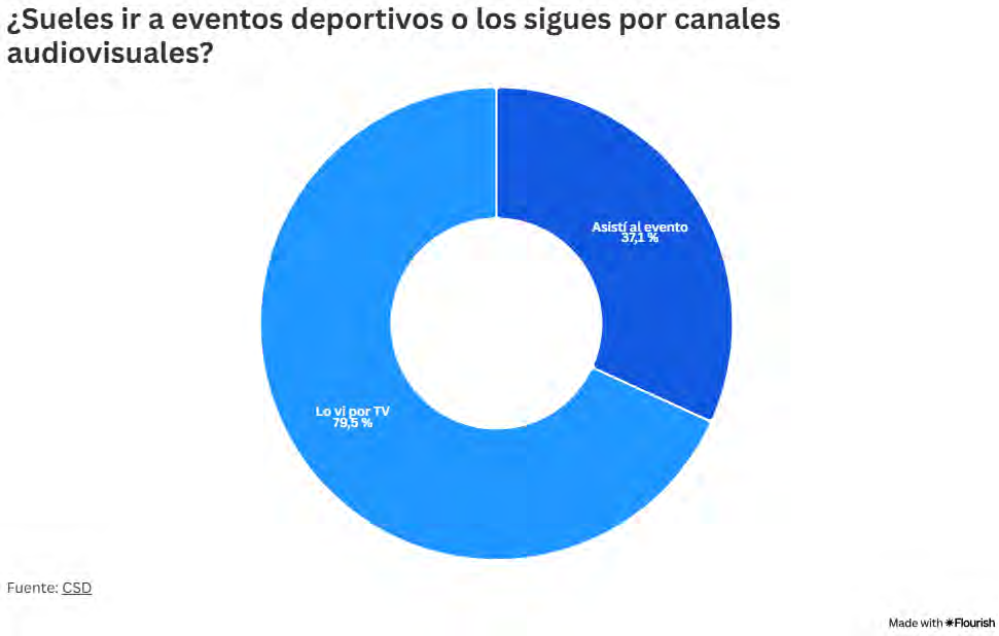


En este sentido, resulta curioso ver cómo estos deportes han ido evolucionando en los últimos años. Desde 2018, el seguimiento del fútbol ha pasado del 47,3% al 82% actual. También resulta curiosa **la evolución del tenis y el baloncesto**, que, tradicionalmente, vienen disputándose la segunda plaza del ranking.

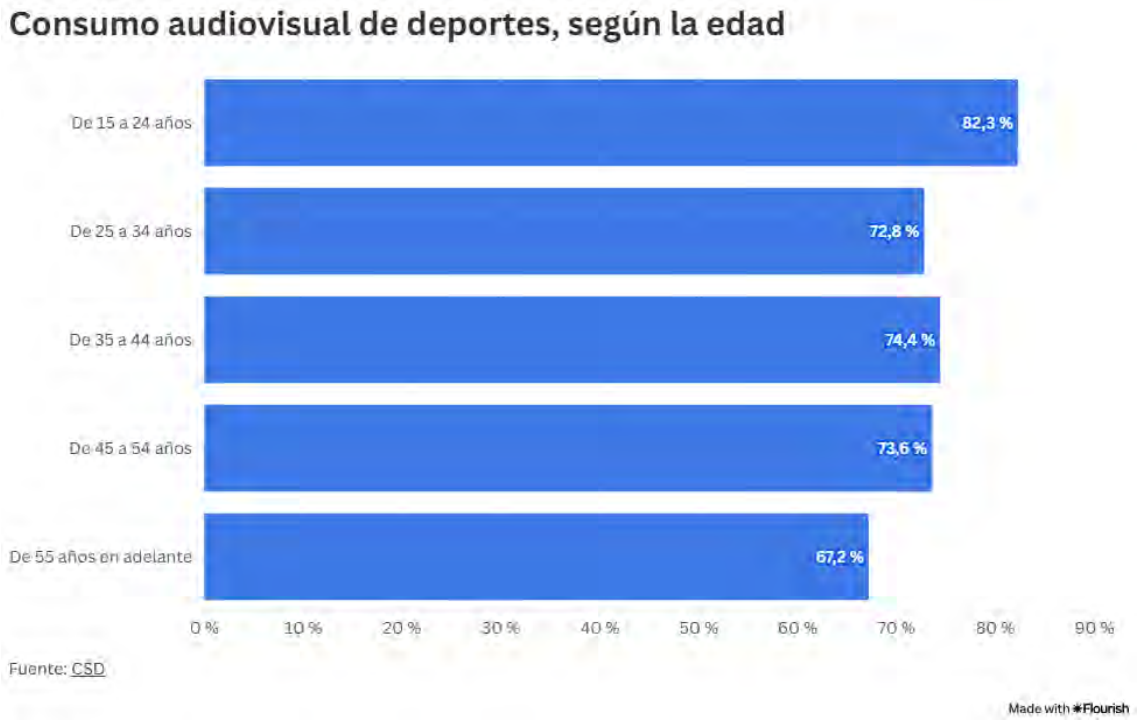


El mejor estadio, el salón de tu casa

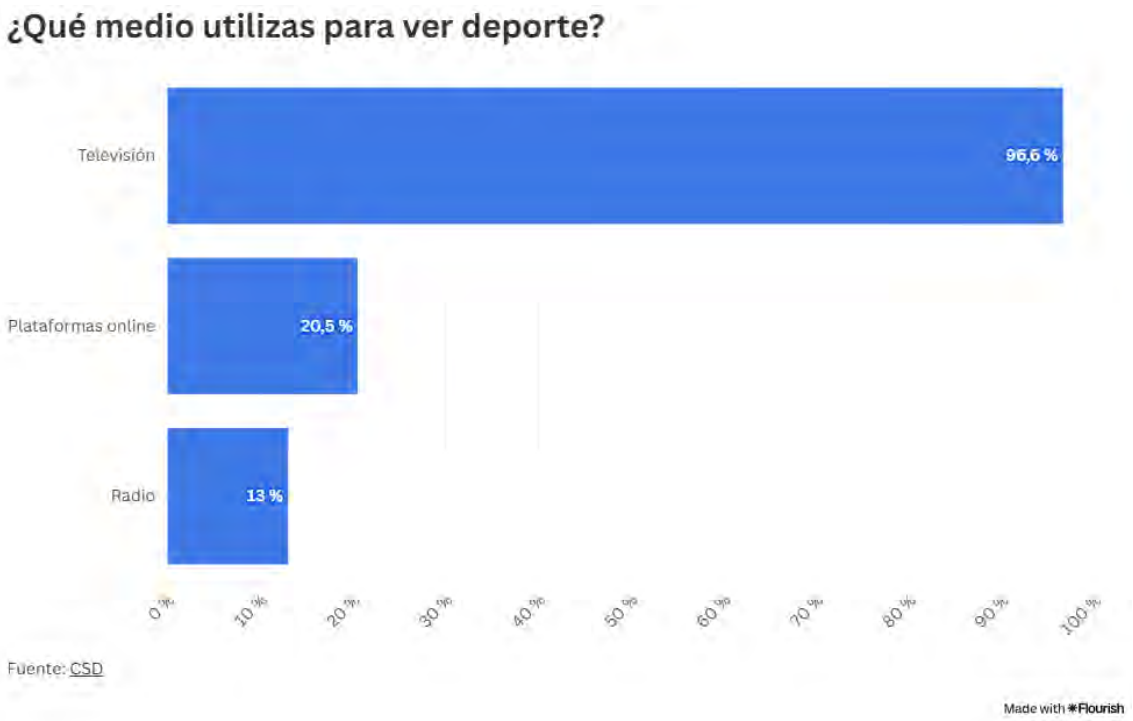
Y a la hora de seguir todos estos deportes, ¿cómo lo hacemos? Eso mismo se encarga de averiguar el Consejo Superior de Deportes (CSD) es su **Encuesta de Hábitos Deportivos en España**. Como vemos, si bien cerca un 30% de la población suele acudir a los estadios, pistas o pabellones en los que se desarrolla el deporte, **la mayoría suele acceder a ellos de manera audiovisual**.



Si distinguimos por edad, aunque no hay diferencias significativas, sí que vemos una tendencia: las **generaciones más jóvenes** son las que más se lanzan al consumo audiovisual.



Y si nos fijamos en el medio empleado, está claro: **la televisión y las plataformas *online* lideran este consumo**, muy por delante de alternativas como la radio.



El hogar del deporte

Está claro que, dentro de la pasión que mueve todo el deporte, el hábitat preferido de los aficionados para disfrutar de ello es el propio salón de su casa. En este sentido, Movistar se posiciona como **el hogar del deporte**, ya que alberga todas las competiciones y disciplinas, sin fragmentación y sin retardo, en deportes que van desde el fútbol hasta la NBA, NFL, el tenis, las competiciones de motor o el golf.

Para Movistar, el aficionado no necesita ir a ningún otro sitio: "El deporte, donde siempre". Todo el deporte vive en su plataforma y lo puede experimentar con una mejor conectividad para una calidad de imagen y sonido superior, con una interfaz intuitiva y fácil de manejar y con funcionalidades como la multicámara.

De hecho, dispone de diversas opciones para **disfrutar del deporte en cualquier lugar**, ya sea en casa, en los dispositivos móviles fuera de casa o en la *smart TV* de su segunda residencia.

Dentro de una experiencia integrada en una misma plataforma, Movistar pretende ocupar un espacio emocional compartido por todos los aficionados, reuniendo la pasión, la emoción, el respeto y la celebración. Todo parte, en definitiva, de una premisa esencial: **"Si se juega, se vive en Movistar"**.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 33
AVE: 74740 €
ÁREA: 584 CM² - 74%

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

16 Diciembre, 2025



Florentino declara la guerra total al Barca

El presidente del Real Madrid vuelve a señalar la gravedad del caso Negreira, "el mayor escándalo de la historia del fútbol en el mundo", que persigue en el juzgado y sobre el que ultima un informe para la FIFA

DAVID ÁLVAREZ
Madrid

El presidente del Real Madrid, Florentino Pérez, no afloja en su ofensiva contra el Barcelona por el caso Negreira después de que sus posturas y las de Joan Laporta se alejaran respecto de la Superliga y del presidente de LaLiga, Javier Tebas. Arremetió con dureza en su intervención en la asamblea de socios representantes del pasado 23 de noviembre y lo volvió a hacer ayer cuando tomó la palabra en el tradicional cóctel navideño del club con los medios de comunicación: "La Navidad también es un momento para reflexionar sobre las cosas que nos preocupan. Y en nuestro caso, les digo con rotundidad que la mayor preocupación del Real Madrid es la situación del arbitraje en España". En su intervención no mencionó la crisis de juego y resultados del equipo de fútbol con las dudas que ha generado sobre el destino de Xabi Alonso.

Le preocupa en particular el caso en cuya instrucción declaró ante el juez el viernes Laporta como testigo después de que se le retirara la condición de investigado al haber prescrito los posibles delitos que podrían imputársele. "La situación es gravísima tras lo ocurrido con el caso Negreira durante casi dos décadas. Ante todo, es indiscutible y obligado que se haga justicia. Y les recuerdo que el Real Madrid es el único club que está luchando por ello". No hay otro que se haya personado en la causa, en la que sí participan LaLiga y la Real Federación Española de Fútbol, bajo cuyo mando cae el gobierno del arbitraje. Uno de sus lamentos fue la "pasividad" con la que cree que se comportaron estas acusaciones durante la declaración de Laporta, al que apenas hicieron una pregunta.

"Es del todo incomprensible que las instituciones del fútbol hayan dejado solo al Real Madrid en esta lucha", dijo. "¿Cómo es posible que el presidente de los árbitros nos pida que lo olvidemos y pasemos página? ¿Pero cómo vamos a olvidar el mayor escándalo de la historia del fútbol en el mundo? No lo haremos nunca".

El cambio de tono de Pérez en la última asamblea irritó a Laporta: "Están presentes en todo momento en el proceso judicial del caso Negreira, que lo están estirando como un chicle porque saben que no hay nada. Pero es una manera de justificar una cosa que no es cierta: el Barça nunca ha comprado un árbitro y al Barça generalmente no le favorecen los árbitros. Han favorecido toda la vida al Madrid". El año pasado el tono del presidente del Madrid había sido bien distinto: "No me voy a enfadar con el Barça", dijo. "El Barça y el Madrid se tienen que ayudar". Hasta que se rompió la alianza.



Florentino Pérez, ayer en la ciudad deportiva del Real Madrid en Valdebebas. CHEMA MOYA (EFE)

Pérez sostiene la ofensiva en el juzgado y sigue madurando el frente de la FIFA, con cuyo presidente, Gianni Infantino, ha mantenido en los últimos meses conversaciones sobre el caso, que pese al tiempo transcurrido aún tendría recorrido ante el máximo organismo del fútbol mundial. Además de estas conversaciones, el Madrid lleva tiempo preparando un detallado informe con el que pretende resumir lo que desde su punto de vista ha sucedido con el arbitraje en España en las últimas dos décadas.

"¿Cómo es posible que el presidente de los árbitros nos pida que lo olvidemos?"

"La novedad es que las zancadillas a Vinicius o Rodrygo no son penalti"

Creen que los casi ocho millones de euros pagados por el Barcelona durante al menos 17 años al vicepresidente de los árbitros, José María Enríquez Negreira, aún tienen consecuencias a través de lo que llaman "los hijos de Negreira". Mencionó un ejemplo de este mismo domingo, en el partido que el Madrid disputó contra el Alavés en Mendizorroza: "Fuimos arbitrados en el VAR por un árbitro que nos amenazó con tomar medidas contra nuestro club el día previo a toda una final de Copa. ¿Se imaginan esta situación en cualquier otro país?", dijo en referencia a Pablo González Fuertes

El pasado 25 de abril, la víspera del clásico por el título copero, el colegiado asturiano anunció acciones del colectivo arbitral para combatir las críticas que reciben de Real Madrid TV: "Vamos a tener que empezar a tomar medidas, muchísimo más serias que las que se están tomando. No vamos a seguir permitiendo que pase lo que está pasando. En pocas fechas posiblemente tengáis noticias de lo que está aconteciendo. Esta plantilla [arbitral], junto con el CTA, va a hacer historia, porque no vamos a seguir aguantando lo que estamos aguantando".

Pérez lamentó una de las decisiones que el domingo pasó por la pantalla de González Fuertes en Las Rozas, una patada de Tenaglia a Vinicius en el área del Alavés en la que no encontraron penalti, y de la que se quejó también Xabi Alonso en público al terminar el encuentro. "Como vieron ayer [por el domingo], o en nuestro anterior partido en Girona, parece ser que las zancadillas sufridas por Vinicius o Rodrygo en nuestras últimas dos salidas no son penalti. Es la novedad arbitral de esta temporada", ironizó el presidente del Madrid.

Apenas una hora antes de la nueva andanada de Pérez contra el arbitraje, Rafael Louzán, presidente de la RFEF, lo defendió en su asamblea en Las Rozas: "Es bueno que traslademos a los equipos que llega la hora de que habría que buscar otra excusa. El árbitro es un profesional que quiere hacer lo mejor posible y el error humano existe. Para que el arbitraje mejore necesitamos que los clubes nos ayuden. También necesitamos el papel de los entrenadores, porque al final lo único que queda es ruido y no es favorable para los intereses del fútbol", dijo.

También envió un mensaje más directo a Pérez: tuvimos una reunión hace 15-20 días de la comisión [de la reforma del sistema arbitral], en la que están todos los elegidos menos el Real Madrid, que no ha asistido. Pérez desconfía de lo que pueda salir de este proceso impulsado por la RFEF. Prefiere que intervengan estamentos externos sin vínculos con el sistema actual, como el juzgado que instruye el caso Negreira o la FIFA, en cuyo amparo confía.

ABC Fútbol

REAL MADRID

Florentino Pérez: «El caso Negreira es el mayor escándalo de la historia del fútbol»

El presidente del Madrid utilizó el cóctel navideño con los medios para atizar al Barcelona y a LaLiga



RUBÉN CAÑIZARES
Madrid



15/12/2025 a las 15:25h.

SEGUIR AUTOR

11

Florentino Pérez, presidente del Real Madrid, ha aprovechado el cóctel navideño con los medios de comunicación de este lunes para atacar con dureza al Barcelona y a LaLiga por el caso Negreira. «Es el mayor escándalo de la historia del fútbol», ha sido el gran titular que ha dejado el discurso del mandatario mandatario blanco.

«Es del todo incomprensible que las instituciones hayan dejado solo al Madrid en esta lucha. ¿Cómo es posible que el presidente de los árbitros nos pida que lo olvidemos? ¿Cómo vamos a olvidar el mayor escándalo de la historia del fútbol? ¿Cómo puede comportarse así la RFEF y LaLiga? Tienen el deber de velar por la integridad», comentó el presidente del Madrid en su encendido discurso navideño con los medios.



«El caso Negreira es el más grave del fútbol a día de hoy. Sabemos que se han pagado más de 8 millones por informes técnicos de árbitros. Y encima nunca fueron recibidos por los entrenadores. ¿Quién puede creer que se pagaron por estos informes que ni los entrenadores conocían de su existencia? Pone de manifiesto la necesidad de un cambio radical», argumentó.

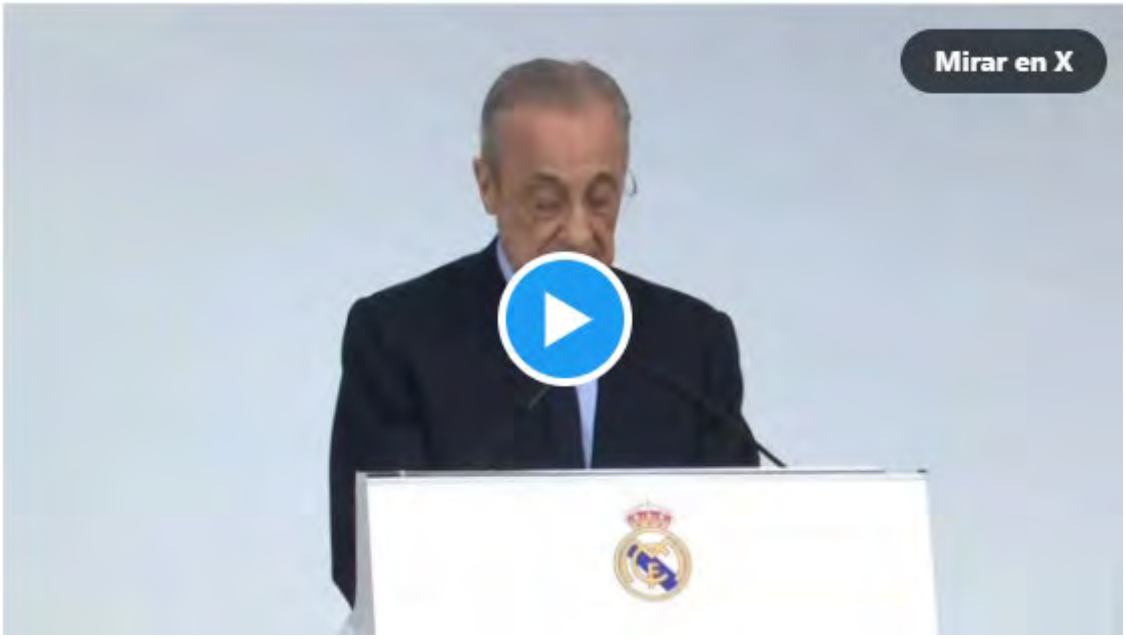
Un enfado que no se quedó en la valoración general. El arbitraje del Alavés-Madrid del domingo también sirvió a Florentino para sacar los tanques: «Ayer fuimos arbitrados por un árbitro que nos amenazó con tomar medidas contra nuestro club en la víspera de la final de Copa. Y parece ser que las zancadillas sufridas por Vinicius y Rodrygo no son penalti. Es la novedad de esa temporada».

«Es posible que algún club haya descendido víctima del caso Negreira. Se ha dañado a nuestro fútbol y hay que hacer justicia. No olviden que el juez instructor del caso lo calificó de corrupción sistémica. Y el Barça reconoció que se hacían esos pagos porque eran convenientes. ¿Por qué? ¿Para qué? El Madrid seguirá insistiendo y vosotros los medios jugáis un papel fundamental», concluyó el mandamás, quien por primera vez incorporó arsenal balístico a su habitual conciliador discurso prenavideño.

Respuesta de Tebas

Ya por la tarde, el presidente de LaLiga utilizó su cuenta de X para contestar al presidente del Madrid. Tebas, como en él es habitual, desmintió al mandatario blanco acusándole de no conocer la burocracia de un interrogatorio

Tebas, además, le recordó a Florentino que el Madrid fue el último en personarse en la causa.



El Confidencial

VICENTE FERNÁNDEZ INTERMEDIÓ PARA EL CLUB

El expresidente de la SEPI reveló que la trama trabajó para el Barça en las obras del nuevo Camp Nou

Vicente Fernández admitió en la Audiencia Nacional que intermedió para que la empresa Erri Berri SL, investigada por los presuntos amaños, participara en la construcción del nuevo estadio culé



Por **Alejandro Requeijo, José María Olmo** 16/12/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO

El expresidente de la Sepi Vicente Fernández reveló este sábado en la Audiencia Nacional que la trama de amaños desarticulada por la Unidad Central Operativa (UCO) de la Guardia Civil trabajó para el Fútbol Club Barcelona en la construcción del nuevo Camp Nou, según han confirmado a El Confidencial fuentes presentes en el interrogatorio. Fernández relató que colaboró con el club blaugrana para que la compañía Erri Berri SL, implicada en la presunta red de la llamada operación Leire, participase en la demolición del viejo estadio culé.

Fernández se encuentra en libertad provisional tras ser detenido junto a la fontanera del PSOE, Leire Díez Castro, y el empresario Antxon Alonso, socio de Santos Cerdán en la constructora Servinabar 2000 SL, por su presunta implicación en una red que "aprovechó su relación e influencia" en instituciones y cargos públicos del PSOE para manipular supuestamente adjudicaciones y concesiones a cambio de sobornos.

Vicente Fernández fue el único que declaró el sábado ante el juez de la Audiencia Nacional Antonio Piña. Según las fuentes consultadas, negó haber cometido ningún tipo de irregularidad, aseguró que se limitó a asesorar a empresas que necesitaban ayuda para relacionarse con la Administración y mantuvo que todos sus ingresos estaban justificados con facturas.



El expresidente de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), Vicente Fernández, el pasado sábado, tras declarar en la Audiencia Nacional

Para tratar de apuntalar su defensa, el expresidente de la SEPI desveló que, entre sus clientes, se encontraba el FC Barcelona. Fernández dijo que, a través de Servinabar 2000 SL, puso en contacto al club catalán con Erri Berri SL, una compañía de Olite (Navarra) especializada en grandes demoliciones. En concreto, esta empresa habría intervenido en el derribo de la estructura del antiguo Camp Nou para que la parcela fuera ocupada por el nuevo estadio.

Erri Berri SL está bajo los focos de la Guardia Civil. Figura en una de las cinco presuntas operaciones de amaño que los investigadores y la Fiscalía Anticorrupción atribuyen a la trama de la operación Leire. Como desveló este diario, la compañía de Olite se habría beneficiado de la adjudicación irregular de un contrato de 2,8 millones de euros del Parque Empresarial Principado de Asturias (PEPA), un organismo público controlado por Sepides, filial a su vez de la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales).

El juez Piña sostiene que, “sobre la base de las evidencias analizadas, el grupo [criminal], a través del presidente de la mesa de contratación, habría tenido la capacidad de beneficiar a la mercantil Erri Berri en el proceso de adjudicación del contrato aludido”. El grupo al que se refiere el magistrado estaba formado por el propio expresidente de la SEPI, Leire Díez y Antxon Alonso. Los tres compartían un chat de WhatsApp bajo el nombre ‘Hirurok’ (nosotros tres en euskera) que fue intervenido por la Guardia Civil.

"Como contraprestación de esta actuación", añade el primer instructor del procedimiento, Erri Berri SL pagó presuntamente una comisión al grupo 'Hirurok' de 400.000 euros mediante operaciones con las que habrían tratado de encubrir el origen del dinero.

Tanto las detenciones de los tres principales implicados en la causa como la multitud de registros efectuados en oficinas y domicilios relacionados con la trama permitirán a la Guardia Civil abrir nuevas líneas de investigación. Por el momento, fue el propio Fernández el que expuso sus vínculos con el Barça y la participación del grupo en las obras del nuevo Camp Nou. No consta que esos trabajos estén siendo investigados en esta primera fase del procedimiento.



La fontanera de Ferraz, Leire Díez, el pasado sábado, cubierta con una capucha, tras declarar en la Audiencia Nacional. (Diego Radamés/Europa Press)

Erri Berri SL es una empresa con 35 años de experiencia. "Somos pioneros en España en derribos técnicos", presume en su página web, donde también reconoce que ha ejecutado la "demolición del Tercer Graderío FASE 1 en el Estadio Camp Nou". La empresa difundió un vídeo en YouTube titulado *"Demolición y reconstrucción Camp Nou en 2 minutos*". El estadio blaugrana comenzó hace más de dos años una profunda remodelación y solo hace unas semanas ha vuelto a albergar partidos con público.

También demolió el Calderón

Erri Berri SL ha tenido como clientes a otros clubes de primera división como el Betis, la Real Sociedad o el Club Atlético de Madrid. Asimismo, se encargó de demoler el estadio Vicente Calderón a orillas del río Manzanares. En su página web detallan los pasos que emprendieron para eliminar el antiguo estadio rojiblanco.

Vicente Fernández, al igual que los otros dos detenidos, tiene prohibido abandonar España, se le ha retirado el pasaporte y debe acudir a firmar a un juzgado periódicamente para acreditar que no se fuga. A todos los investigados, que superan la docena, se les atribuyen los presuntos delitos de prevaricación, malversación, tráfico de influencias y organización criminal.

Cuando el Gobierno de Pedro Sánchez llegó a La Moncloa en 2018, Fernández fue designado para presidir la SEPI. Está considerado una persona de la confianza de la vicepresidenta y ministra de Hacienda, María Jesús Montero. Tuvo que dejar su puesto en 2019 al verse imputado en otra trama de corrupción relacionada con la mina sevillana de Aznalcóllar. Al dejar su puesto cruzó España y fichó por Servinabar. El Ejecutivo dejó libre la vacante de presidente de la SEPI esperando un archivo rápido del caso, pero este litigio no se resolvió hasta hace unos días con la absolución de Fernández.

Poco después, fue arrestado por la UCO por esta otra trama de amaños de contratos. Al grupo 'Hirurok' se le atribuye el amaño de cinco contratos valorados en 132,9 millones. Usaban su influencia sobre administraciones públicas para conseguir esas adjudicaciones y luego recibían a cambio comisiones, según la documentación del caso.

El Confidencial

España Cotizalia Opinión Salud Internacional Cultura Teknautas Deportes ACyV Televisión Vanitatis

EL 2026 ES UN AÑO CLAVE PARA SU FUTURO

La Euroliga contrata a Acento ante la llegada de la NBA a Europa

La liga europea de baloncesto cuenta recurre a los servicios de la consultora para reforzar su estrategia de influencia pública. Realizará una tarea similar a la que ya realiza con LaLiga



Foto: El alero francés de Olympiacos Evan Fournier se escapa de Sergio Llull, del Real Madrid. (EFE/Sergio Pérez)

Por **Alberto Sanz** 16/12/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO

La Euroliga ha contratado los servicios de Acento. La máxima competición europea de clubes de baloncesto recurre a la consultora de los exministros Pepe Blanco (PSOE) y de Alfonso Alonso (PP) para el asesoramiento en asuntos públicos y para reforzar su posicionamiento institucional. La competición privada da este paso en pleno proceso de expansión hacia nuevos mercados, como Emiratos Árabes Unidos,

y ante nuevas amenazas, como la posible llegada de la NBA a Europa. La relación entre la Euroliga y Acento es reciente, según confirman a El Confidencial ambas partes. El objetivo, según explican, es reforzar el posicionamiento de la competición en un entorno deportivo y global en constante transformación. Los cambios son evidentes para una competición que acumula 67 años de historia, y la consultora española ayudará en el engranaje de su futuro. EuroLeague Basketball, nombre completo de esta liga con sede en Barcelona y dirigida por el lituano Paulius Motiejunas, ha preferido no entrar a valorar los detalles de esta contratación. Su acuerdo es a través de EuroLeague Ventures, la filial que posee los derechos audiovisuales, de marketing y de explotación comercial de la competición. Por lo tanto, busca con la consultora defender sus dos principales fuentes de ingresos, la televisión y sus patrocinadores.

Por su parte, Acento pone al servicio de estos equipos su tarea de asuntos públicos con el fin de contribuir a una mejor comprensión de los procesos normativos y de las políticas públicas relevantes a nivel comunitario. La consultora cuenta para esta tarea en Bruselas con la vicepresidenta para Asuntos Internacionales, María Lledó, secretaria general para la Unión Europea hasta 2024 en el Gobierno de Pedro Sánchez y con Carlos Villota, director de la oficina de Acento en Bruselas. Su objetivo es impulsar la estrategia de la Euroliga, una competición privada y cerrada con 13 accionistas, entre los que destacan Real Madrid, FC Barcelona y Baskonia. Como ocurre con la Superliga de fútbol, sus propietarios no logran rentabilizar su inversión para competir al máximo nivel y están valorando distintas opciones.

La amenaza de la NBA

El siguiente paso podría ser abandonar este formato y sumarse a una futura filial de la NBA en Europa. Algunos de sus accionistas, como el Real Madrid y el FC Barcelona, deben renovar su licencia en la competición en 2026. Y saltar al plan americano. Como adelantó el Financial Times en agosto, la NBA ha contratado a JPMorgan Chase y al Grupo Raine para evaluar el lanzamiento de NBA Europe, con el objetivo de pasar de una competición que apenas genera 200 millones de euros a crear un negocio valorado en 3.000 millones mediante su integración con la liga estadounidense. A pesar del gran número de seguidores en Europa, el baloncesto sigue siendo un negocio poco desarrollado comercialmente en la región y representa menos del 1% de un mercado de medios deportivos de 20.000 millones de dólares, según fuentes cercanas a los directivos de la NBA citadas por el Financial Times. Un movimiento que, de concretarse, podría resultar crítico para la Turkish Airlines EuroLeague, nombre comercial de la competición, y que explica la importancia de cualquier avance regulatorio. El Real Madrid, como ya ocurrió con la Superliga de fútbol, es uno de los clubes más relevantes y el que suena con más fuerza para integrarse en una futura NBA europea, especialmente tras los recientes cambios en la dirección de su sección de baloncesto.

Una crisis conocida

Se trata de un proceso familiar para Acento. La consultora del exministro trabaja desde 2022 con LaLiga, coincidiendo con el impulso de la Superliga europea de fútbol liderado por Florentino Pérez. "El deporte profesional europeo se enfrenta actualmente a desafíos estructurales que trascienden el ámbito estrictamente competitivo y están estrechamente vinculados a la evolución del marco regulatorio comunitario", explican desde Acento a este medio. Unos cambios relacionados con la transformación de los modelos económicos, la sostenibilidad, la gobernanza y la creciente interacción entre el ecosistema deportivo y las instituciones públicas. La Euroliga ha tratado de protegerse frente a estas amenazas con decisiones como celebrar su Final Four de 2025, por primera vez fuera de Europa, en Abu Dabi, a cambio de 25 millones de euros, y con la entrada en 2026 del equipo de baloncesto de Dubái. Dos movimientos destinados a compensar la retirada de los clubes rusos y la incertidumbre que rodea a los equipos israelíes. Dudas que también se reflejan en las negociaciones de sus derechos de televisión, su principal vía de ingresos, donde la competición espera beneficiarse del conocimiento regulatorio aportado por Acento.

roams
Actualidad



Paramount Network desaparece de Movistar, Orange y Vodafone: el adiós es total

El cierre de Paramount Network se extiende a todas las plataformas de pago

Las telecos preparan la sustitución automática del dial por otro canal

Sergio Soto 15 de diciembre de 2025

La reestructuración de la televisión en España afronta su capítulo final de 2025, y las consecuencias van más allá de la antena convencional. Si bien ya era sabido que Paramount Network abandonaba la TDT, la confirmación definitiva ha revelado que el corte será absoluto: cesará sus emisiones lineales también en todas las plataformas de pago (Movistar Plus+, Vodafone TV, Orange TV y el grupo Euskaltel) el próximo 31 de diciembre.

A diferencia de lo que ocurrió con Disney a principios de año -que cerró en abierto pero mantuvo canales temáticos en el pago-, Paramount ha decidido eliminar su señal de emisión continua en todas las ventanas de distribución. Esto significa que, al sonar las campanadas de Nochevieja, el canal desaparecerá simultáneamente de los televisores con antena y de los decodificadores de fibra óptica.



Fuente: Paramount

NUEVO CANAL DE CINE Y SERIES. La buena noticia para los abonados a las plataformas es que ese hueco en el dial no quedará desierto. Squirrel Media, el grupo audiovisual que hereda la frecuencia, ha confirmado que su nuevo canal de ficción (cuyo nombre comercial se desvelará el 1 de enero) también se distribuirá a través de los operadores de pago.

Según fuentes del sector, el objetivo es que la transición sea transparente: donde hoy ves Paramount Network, el día 1 de enero aparecerá automáticamente el nuevo canal de cine y series, sin necesidad de realizar ninguna gestión adicional en el decodificador.

LA ALTERNATIVA. Para los seguidores acérrimos de contenidos como Yellowstone o el cine de acción clásico del canal, la única vía de acceso a partir de 2026 será el entorno digital. La marca focalizará todos sus esfuerzos en Pluto TV, su plataforma de streaming gratuita con publicidad (FAST).

Irónicamente, la mayoría de los usuarios de pago no notarán una gran pérdida técnica, ya que operadores como Movistar Plus+ o Vodafone TV integran la aplicación de Pluto TV directamente en sus interfaces. El contenido seguirá ahí, pero el hábito de consumo cambiará radicalmente: se acabó el zapping tradicional; ahora habrá que abrir la app para encontrar el canal.

LA RAZÓN
Programación TV

Paramount Network desaparece de la TDT y de la televisión de pago en España: adiós definitivo en enero de 2026

Paramount Network cesará sus emisiones en España el 1 de enero de 2026 y desaparecerá tanto de la TDT como de las plataformas de televisión de pago



Depósito de agua de la Paramount Pictures Dreamstime

Javier Corpas Madrid Creada: 15.12.2025

El canal Paramount Network ya tiene fecha oficial de cierre en España y su desaparición será total. A partir del 1 de enero de 2026, la cadena dejará de emitir definitivamente en la Televisión Digital Terrestre (TDT), poniendo fin a una etapa que comenzó como una de las grandes apuestas de cine y series en abierto. Sin embargo, el adiós no se limitará únicamente a la TDT. Paramount Network también desaparecerá de todas las plataformas de televisión de pago, ya que la señal actual dejará de producirse, lo que implica que operadores como Movistar Plus+, Vodafone TV u Orange TV retirarán el canal de sus parrillas de forma simultánea. Esta decisión aclara las dudas que existían sobre una posible continuidad del canal fuera del ámbito de la televisión en abierto. Como alternativa, la marca seguirá presente de forma testimonial a través del canal Paramount Network en Pluto, integrado en la plataforma gratuita Pluto TV, aunque con un planteamiento muy distinto al conocido hasta ahora: menos contenidos, programación reducida y un modelo claramente FAST, alejado de la identidad original del canal. En el espacio que deja Paramount Network en la TDT, emitirá una nueva señal del grupo Squirrel, que reforzará su oferta cinematográfica en abierto y marcará el inicio de una nueva etapa en el panorama televisivo español.

El nuevo canal de TDT en España atrae inversión exterior en plena carrera por la nueva licencia

El concurso para adjudicar un nuevo canal de TDT en abierto en España avanza entre movimientos significativos y un creciente interés de inversión exterior. La propuesta más destacada es la presentada por un grupo de empresarios españoles afines al Gobierno, encabezados por Andrés Varela Entrecanales, cuyo proyecto se mantiene bajo un hermetismo casi absoluto. Apenas han trascendido detalles públicos, aunque sí se conoce que el plan cuenta con respaldo internacional. Uno de los inversores implicados sería José Luis Manzano, exministro argentino y propietario del Grupo América, quien participaría a través de su fondo Integra Capital si la licencia finalmente es otorgada. Su presencia refuerza la dimensión extranjera del proyecto, en un contexto en el que la legislación española limita al 25% la participación de capital foráneo en televisiones en abierto.

Así es Siete, el grupo que toma ventaja en la carrera por el nuevo canal de la TDT impulsada desde el entorno del Gobierno

El consorcio de empresarios próximos al entorno gubernamental concurrirá a la nueva licencia de TDT bajo la marca Siete, según ha desvelado The Objective como fuente de esta información. El grupo se enfrenta en el concurso a Mediaset España, mientras que otros grandes operadores como Atresmedia, Prisa o Movistar+ han optado por no presentarse. El proyecto, que tendrá un presupuesto ajustado y una línea informativa de corte progresista, parte del plan que en su día rechazó el presidente de Prisa, Joseph Oughourlian. La iniciativa cuenta con el impulso del entorno de Pedro Sánchez y con el respaldo del Ministerio de Transformación Digital que dirige Óscar López, que será el encargado de resolver el concurso.

15 diciembre, 2025 - SatCesc.com

BBC Studios lanza nuevos canales en España y expande BBC Player en Vodafone

BBC Studios continúa expandiendo su ecosistema digital y de canales FAST en la región EMEA, ampliando la distribución de BBC Player y lanzando nuevos canales en España.



El servicio BBC Player, que debutó en Movistar Plus+ el pasado octubre, ahora también está disponible a través de Vodafone España y Go Plc en Malta.

Esta plataforma VOD multigénero ofrece más de 700 horas de contenidos de BBC Studios, incluyendo dramas, documentales de historia natural, programas de estilo de vida, entretenimiento y cultura.

Actualmente, BBC Player está presente en siete mercados dentro de EMEA: España, Malta, Grecia, Eslovaquia, República Checa, Alemania y Polonia. A esta expansión se suman otros servicios digitales de la compañía, como BBC Nordic+ y BBC NL+, diseñados para adaptarse a las preferencias del público local.

En el segmento FAST (Free Ad-Supported Streaming TV), BBC Studios también refuerza su apuesta en España con el lanzamiento de cuatro nuevos canales en MasOrange: Top Gear, BBC Series, BBC Earth y BBC Lifestyle.

Además, el canal BBC Earth FAST ampliará su presencia a cinco plataformas adicionales en colaboración con socios actuales en la región antes de fin de año, tras su estreno en Samsung TV Plus en 2024.

Según Arran Tindall, presidente de Global Channels & Streaming para EMEA, la estrategia de la compañía se centra en ampliar la accesibilidad y el descubrimiento de contenidos en entornos FAST, OTT y televisión de pago, conectando a las audiencias con marcas icónicas como Top Gear y con un catálogo cuidadosamente seleccionado en BBC Player.

EL PAÍS

SPOTIFY

¿Alguien decide lo que escuchamos? Cómo funciona el algoritmo de Spotify y qué sabemos sobre su verdadero poder

Las plataformas musicales acaban de publicar los resúmenes anuales con lo que más escucha cada consumidor. Un investigador de sus algoritmos explica cuál es el impacto real



El cantante español JC Reyes actúa en el Coca Cola Music Experience 2025 en Madrid

Jordi Pérez Colomé 16 DIC 2025 - 05:30 CET

¿Cómo se descubre música nueva? Antes había sobre todo amigos, tiendas de discos y radios. Ahora sigue habiendo amigos, alguna radio y plataformas musicales. El wrapped o resumen anual de Spotify es un momento ideal para ver qué novedades musicales han llegado a nuestros oídos. La Unión Europea financia un proyecto para "auditar el descubrimiento algorítmico de música" porque cree que puede haber sesgo y falta de transparencia en ese ejercicio.

Spotify y el resto de plataformas parecen ahora las protagonistas únicas del mundo de la música, tanto para escuchar como para descubrir. Pero Lorenzo Porcaro, matemático, investigador de la Universidad La Sapienza de Roma y director del proyecto europeo para auditar algoritmos, cree que no es tan sencillo. Estas son sus principales explicaciones en una charla que mantuvo con EL PAÍS en el Festival Mozilla celebrado en Barcelona a principios de noviembre.

1. Cómo descubrimos música realmente

Depende. Las redes son muy importantes para los jóvenes. "Usan muchísimo TikTok, YouTube, …", dice Porcaro. "En las plataformas de streaming, aunque se vendan como el lugar donde descubrir música, al final pasa menos". La relación entre artista y audiencia en redes es clave hoy, añade el matemático: "Suben una canción nueva o dicen 'este viernes sale mi tema, ve a escucharlo en Spotify'".

2. ¿Alguien decide qué escuchamos?

Una vez dentro de Spotify, ¿nos incitan a escuchar algo? "Es difícil saberlo con certeza, porque desde fuera solo se ve el resultado final", dice Porcaro. En algunos casos, hay ejemplos que parecen lógicos, como que lleguen recomendaciones en función de la zona geográfica para grandes festivales musicales. "Dudo de que a alguien en EE UU le aparezcan canciones de San Remo o de Eurovisión. Saben que el mercado nacional es muy importante en algunos países. En Italia, por ejemplo, creo que el 90% de la música que se escucha es de artistas italianos. Es uno de los porcentajes más altos de Europa", añade.

3. Por qué pensamos que hay conspiración sobre qué escuchamos

Es posible que ocurran cosas que no conocemos ni controlamos, pero su impacto no es medible desde fuera. Por eso surgen teorías conspirativas. "Sin llegar a conspiraciones, parto de lo que sí sé", dice Porcaro. "Las majors [grandes compañías] son las más interesadas en promocionar cierta música, igual que pasaba con la radio: en la radio oyes lo comercial. También sabemos, porque es información pública, que las majors han invertido muchísimo en las plataformas".

Pero que el algoritmo recomiende a artistas mayoritarios no significa que lo haga inducido por alguna gran empresa: "La lógica de recomendación es muy de rendimiento: si hay 50 personas en una sala y todos escuchan a Bad Bunny, si entra alguien nuevo y le recomiendo a Bad Bunny, ¿le va a gustar? No sé, pero si todos aquí lo escuchamos, ¿por qué no recomendarlo?", añade el matemático.

Spotify acaba de anunciar los artistas más escuchados en España en 2025. Es imposible saber si es primero el gusto de los españoles por estos artistas o si de algún modo las plataformas han inducido su escucha. “Ese es el mayor problema para mí de trabajar con estos sistemas: se sabe muy poco”, dice Porcaro. El mercado de la industria musical está centralizado alrededor de las majors. “Detrás del streaming hay una historia muy larga que influye en cómo se ha difundido la música. Mientras que las redes sociales surgieron de la nada, como una tecnología nueva, la industria musical lleva años funcionando y tiene un peso enorme”, dice Porcaro.

4. Cómo influye el modo aleatorio

El modo aleatorio es una manera habitual de escuchar en plataformas: un algoritmo sencillo escoge canciones de una lista ya hecha. ¿Puede ser que ese modo premie discretamente a algunas canciones o que otras estén sobrerrepresentadas en listas populares?

“Podría ser”, dice Porcaro. “La aparición aleatoria no quiere decir que todas las canciones se recomienden una vez. Significa que no eliges tú. Hablando con gente, a muchos les llama la atención que ‘el aleatorio no es aleatorio’. Ese para mí es el punto. La palabra ‘conspiración’ muchas veces se usa para tapar cosas que quizá sí existen. No sabemos qué pasa en ese momento en que a todos nos recomiendan algo, pero si mucha gente lo comenta, por algo será”, añade.

Ese es el centro de la investigación de Porcaro: “Intento apoyarme en las teorías que tiene la gente que no vienen de cosas técnicas ni de entender algoritmos sino de experiencias vividas, que también tienen su peso”.

5. Esto es como la radio, pero personalizada

Las plataformas de streaming nacieron como un servicio donde, en teoría, estaba toda la música del mundo a precios bajos. “Pero al ir metiendo personalización y algoritmos, la experiencia de hoy se parece bastante a la radio de antes, solo que ajustada a tus gustos”, dice Porcaro.

¿Y cuál es la lógica de la radio? “Lo más reciente. En Spotify esto se nota muchísimo. La gente, cuando escucha música, quiere enterarse de lo nuevo, estar al día. Forma parte de cómo funciona la cultura musical. No creo que las plataformas estén inventando nada nuevo, refuerzan dinámicas que ya existían”, añade.

6. Qué debe hacer alguien que empiece en la industria

Si las plataformas no han cambiado tanto la industria, es probable que los artistas que empiecen tampoco deban variar mucho sus prácticas, cree Porcaro: “Cuando hablo con artistas emergentes, veo que estas plataformas venden la ilusión de que te puedes

hacer famoso gracias al algoritmo. Antes, cuando empezabas, lo que tocaba era currarte tu ciudad, hacer bolos en los pueblos de alrededor. Así es como uno se convierte en artista, no porque hagas una canción viral y de repente sea un superhit".

Las redes sí que han cambiado algo todo este juego y se han vuelto en parte imprescindibles: "Ahora es importante estar conectado con tus fans. Que eso sea bueno o malo ya es otro debate, pero como artista puedes ver lo que te gusta y cada uno decide si quiere hacerlo", explica Porcaro.

7. Y qué no debe hacer

Hay una diferencia grande entre las redes y el streaming: "Para las plataformas eres un usuario más. Te dicen: 'Nos das tu música, nos das tus datos y quizá algún día te hagas famoso'. Me parece un juego más pasivo", dice.

Es parte del juego del marketing en las plataformas, para quien los artistas también son usuarios: "Te abres el Spotify for Artists [una herramienta interna de Spotify para que los artistas vean sus estadísticas y decidan acciones], intentas entrar en una playlist y acabas jugando al juego que han montado. Al final los artistas también son usuarios de Spotify. Esto es precisamente lo que habría que desmontar un poco. No digo que no haya que usarlo, pero hay que hacerlo con conciencia y no caer en la ilusión de 'igual me hago famoso gracias a esto'", añade.

8. Los grandes cambios no dependen de una plataforma

El streaming se ha vendido como la gran solución tras la piratería. "Se espera que de esa recuperación algo llegue también a los artistas, que sería lo justo", dice Porcaro. "El tema es la redistribución. Esta tecnología refleja las mismas dinámicas que las anteriores: quién aparece más. Lo que no se redistribuye es lo que resulta más problemático, no la tecnología en sí".

"Soy optimista con la música", señala por último el matemático. "Porque muchas veces lo que acaba destacando nace de una subcultura que luego se convierte en más dominante. Y después vendrán otras, siempre hay. Es un mecanismo difícil de romper".

Laura Fernández Espeso cierra su etapa en Grup Mediapro en medio de reestructura

Laura Fernández Espeso ha cerrado su etapa en Grup Mediapro, el conglomerado audiovisual con sede en Barcelona, donde ejercía como directora general desde el inicio de este año.



Laura Fernández Espeso

Según pudo saber Cveintiuno, la salida se produjo de común acuerdo entre las partes y se enmarca en el proceso de cambio de liderazgo estratégico que atraviesa la compañía.

La noticia fue revelada inicialmente por el medio local ECD. Desde Grup Mediapro declinaron hacer comentarios al respecto.

Como parte de esta transición, el 1 de enero de 2026 el expresidente de Movistar Plus+ Sergio Oslé asumirá formalmente como presidente de Grup Mediapro, mientras que Carlos Núñez iniciará su gestión como consejero delegado.

Estos movimientos se producen después de que el cofundador del grupo, Tatxo Benet, dejara la presidencia en octubre, dos años después de la salida del otro cofundador, Jaume Roures.

Fernández Espeso concluye así un período de 15 años vinculada a Mediapro, al que se incorporó en 2010 a través de Globomedia, la mayor productora del grupo en España.

Tras la adquisición total de Globomedia por parte de Mediapro en 2015, la ejecutiva pasó a liderar la expansión internacional del área de contenidos, dirigiendo la creación, producción y distribución de títulos fuera de España.

Con la creación en 2019 de The Mediapro Studio, el brazo de producción y distribución de contenidos del grupo, asumió inicialmente su codirección y, en 2020, fue nombrada CEO de la división, bajo la cual operan actualmente productoras como Globomedia, 100 Balas y El Terrat en España, Oficina Burman en Argentina y Cimarrón en Uruguay.

Durante esta etapa, Fernández Espeso fue clave en la expansión internacional de The Mediapro Studio, con producciones en México, Miami, Nueva York, Colombia, Argentina, Uruguay y Chile, así como en el lanzamiento en 2024 de The Mediapro Studio US & Canada, la división norteamericana liderada por JC Acosta.

Como resultado de una reestructura organizativa orientada hacia una "organización ágil, poco centralizada y muy transversal y horizontal", el 1 de enero de este año asumió como directora general de Grup Mediapro.

Grup Mediapro tiene como accionista mayoritario a Southwind Group, matriz del conglomerado chino Hontai Capital, y cuenta con cerca de 6.800 empleados distribuidos en 50 sedes en 28 países.

Pina Mezzera

15-12-2025

©cveintiuno



Mediapro

Según explicaron desde Mediapro, la salida de la ejecutiva se produce de común acuerdo con la compañía. El 1 de enero, Grup Mediapro tendrá un nuevo presidente, Sergio Osle, y un nuevo CEO, Carlos Núñez.

Laura Fernández Espeso dejará su puesto como directora general de Grup Mediapro tras más de 15 años de colaboración.

Según explicaron desde Mediapro, la salida de la ejecutiva se produce de común acuerdo con la compañía.

El 1 de enero, Grup Mediapro tendrá un nuevo Presidente, Sergio Osle, y un nuevo CEO, Carlos Núñez.

Laura Fernández Espeso inició su carrera profesional hace más de 20 años en el sector de cine independiente trabajando con directores como Francis Ford Coppola, Danis Tanovic, Ken Loach o Juan José Campanella. En 2009 se incorpora al equipo de Globomedia como Directora del área de Cine y en 2012 asume también la dirección de Desarrollo Internacional de TV.

En 2015 es nombrada responsable de Contenido Internacional de Grup Mediapro impulsando la estrategia de las producciones internacionales y coproducciones en todo el mundo, así como el desarrollo de las sedes internacionales y el área de distribución internacional. En 2019 se hace cargo de la dirección de TV y la dirección Corporativa de The Mediapro Studio.

Fue Directora General de The Mediapro Studio desde 2020, liderando la estrategia de creación, producción y distribución de los más de 100 títulos de ficción (TV y cine) y no ficción que anualmente produce el Studio en el mundo. Al día de hoy, ocupaba el cargo de directora general de Grup Mediapro.

VARIETY

Dec 15, 2025 8:17am PT

Laura Fernández Espeso Leaves Grup Mediapro

Joining Globomedia in 2009, Fernández Espeso proved the driving force behind the spectacular international expansion of The Mediapro Studio



By **John Hopewell**

Laura Fernández Espeso, a major driver of Grup Mediapro dramatic international expansion over the last decade, is leaving the company where she took up the post of its general manager in January 2025.

Fernández Espeso's departure is understood to be amicable, and is part of a more general managerial restructuring at Grup Mediapro.

Joining the Mediapro-owned Globomedia in 2009, Fernández Espeso, one of just a handful of executives in Spain with real TV work experience abroad, was named Grup Mediapro's director of international content in 2015, just as international's TV high-end drama revolution began to lift off, driving Grup Mediapro's expansion abroad.

Appointed corporate and TV director at The Mediapro Studio, housing Mediapro's content business, which launched 2019, she became its CEO a year later.

Under Fernández Espeso, The Mediapro Studio drove hard into top-notch creative talent, tapping Israel's Ran Tellem, a primetime Emmy Award-winning executive producer on "Homeland," and a year later Daniel Burman, a leading light of the New Argentine Cinema, buying into his label Oficina Burman, in Buenos Aires.

Further moves have included the launch of j.v Moonlyon with Penelope Cruz, the purchase of Latin American services and production company Cimarrón, and backing for Erik Barmack's L.A.-based Wild Sheep Content.

Mediapro has also proved a pioneering force in international TV alliances, co-producing or linking to major broadcasters and studios on a score and more of series, on Wildside's "The Young Pope" and "The New Pope" with Sky and HBO, the first also with Canal+; with Viacom ("Victoria Small") on four series, Prime Video ("The Boarding School: Las Cumbres") and Hulu Japan ("The Head").

Sony Pictures Television ("Implacables: Mexico"), Lionsgate+ ("Express), Warner Bros. Discovery ("Las Bravas"), BBC Studios and ZDF ("The Famous Five"), Movistar Plus+ ("Celeste") and TelevisaUnivision's ViX ("Las Pelotaris") were further co-production partners, when Fernández Espeso served at The Mediapro Studio.

By the time Fernández Espeso was chosen as Variety's International Media Woman of the Year in March 2024, The Mediapro Studio was one of the biggest production-distribution global powerhouses based out of Southern Europe with an H.Q. in Madrid and 53 offices spread around the world.

In May 2024 it announced new U.S. headquarters in Los Angeles to double down on U.S. and English-language production for the U.S. and global market, under "J.C." Acosta.

At The Mediapro Studio, Fernández Espeso was in her element: Content creation in a globalized context is her passion.

Under the majority ownership of Southwind Group, which houses China's Hontai Capital, Grup Mediapro's main challenge currently, the loss of a keystone contract to produce and transmit soccer games with La Liga, is of another order.

Hontai Capital has appointed Sergio Oslé, ex-president of Movistar Plus+, who laid many of the foundations of its current subscriber resilience, such as a lower-cost SVOD offer, as Grup Mediapro's new president from Jan. 2026. A close ally of Javier Tebas when at Movistar Plus+, Oslé worked hand in hand to modernize soccer broadcasts in Spain.

Fernández Espeso's next appointment is unknown, but is unlikely to take her far from international content creation.

PRODU

TELEVISIÓN | INCENTIVOS FISCALES

Carmen Ferreiro de Atresmedia: "Los g*ame shows* se hacen grandes e interactivos"

Liz Unamo | 12 de diciembre de 2025



Carmen Ferreiro

Carmen Ferreiro, directora de Programas de Entretenimiento de Atresmedia, sostiene que el game show se ha ido renovando en la televisión abierta, que va de pequeños platós a grandes formatos interactivos con alta demanda del espectador.

"El género concurso ha evolucionado mucho, dándole a las versiones de primetime mucha capacidad identitaria a cada género: interactividad en el suelo, platós que se mueven, etc. Es una renovación del género game que está gozando del favor del espectador".

Los talent shows de éxito consolidado, como Tu cara me suena (con 11 temporadas) y La voz, han experimentado una evolución significativa en su producción. "Hemos cambiado mecánicas y dinámicas e incorporado elementos gráficos para seguir aportando novedad a un formato que es muy conocido por el espectador. Han trabajado mucho en la dinámica de los coaches, los bloqueos, etc.".

Atresmedia no utiliza un algoritmo similar al de las redes sociales para medir la demanda de contenido, sino que emplea mediciones cuantitativas. "En el caso de la televisión lineal, son las audiencias, y en el caso de la plataforma, como Atresplayer, nos fijamos en el número de visionados y el tiempo que los espectadores están en el contenido. Analizamos si el producto goza de muchas entradas y el ratio de mantenimiento, es decir, si el espectador lo ve y lo termina o lo deja a la mitad".

Aunque los datos iniciales de consumo en la plataforma Atresplayer sirven de guía, el comportamiento del público puede variar. "Por lo general, se corresponde siempre, pero en algunos casos nos ha pasado que en el abierto al principio no tiene una gran demanda y, una vez que se estrena en lineal, ya sí la gente entra a consumirlo. Depende".

Sobre el equilibrio entre la innovación y el mantenimiento de marcas de éxito, Carmen subraya la necesidad de gestionar el éxito pasado con la búsqueda constante de novedades. "El trabajo es el equilibrio entre mantener lo que ya está y está funcionando para que siga funcionando con el mismo éxito, y no solo centrarse en esas marcas, sino intentar año tras año incorporar a nuestro catálogo todas esas nuevas marcas que son los grandes éxitos. Creo que nuestro catálogo destaca, tanto en ficción como en entretenimiento, por su variedad y diversidad. Trabajamos con prácticamente todas las compañías de producción de España. Somos un grupo, en ese sentido, muy abierto, lo que nos hace líderes".



RUBiK
AUDIOVISUAL

ANÁLISIS INFORMES

Informe 'Made in Europe 2025': el cine europeo alcanza su récord de taquilla desde 2019

diciembre 12, 2025 por Admin

El informe 'Made in Europe 2025' del Observatorio Europeo del Audiovisual revela que la venta de entradas de películas europeas alcanzó en 2024 los 311 millones a nivel mundial, marcando el mejor dato desde 2019, pero aún un 16% por debajo de los niveles previos a la pandemia.



El conde de Montecristo // Imagen cortesía de Beta Fiction

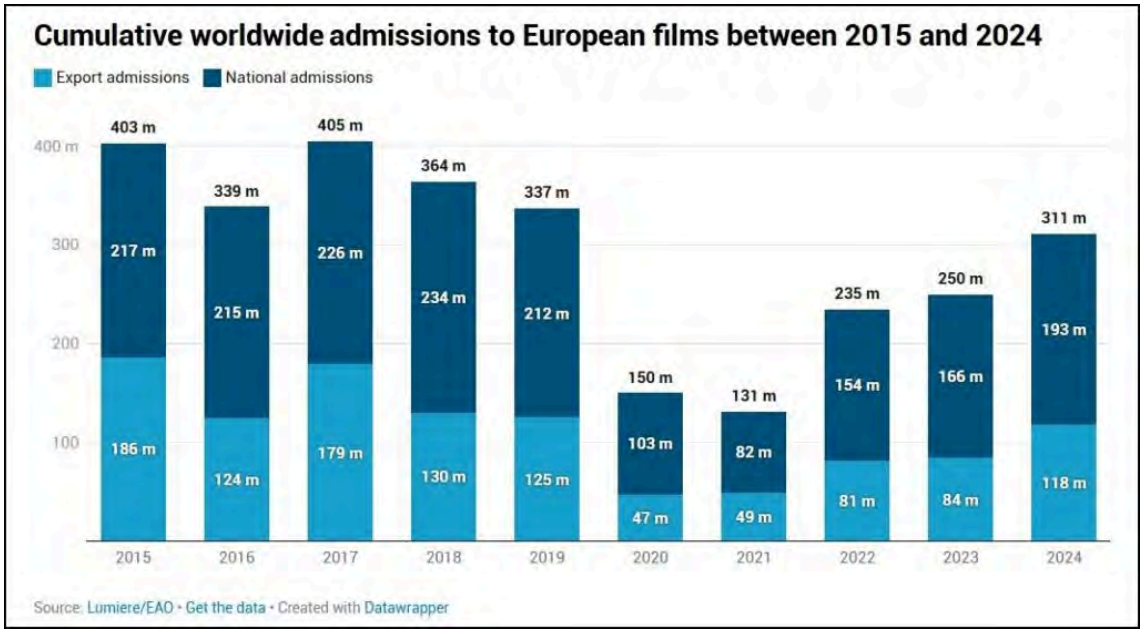
El Informe Made in Europe 2025, publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual, analiza el desempeño de las películas europeas en 2024 tanto en sus mercados nacionales como en la distribución internacional, abarcando un total de 53 territorios.

Para los análisis comparativos entre años, se consideraron 47 mercados con datos continuos desde 2015.

Principales hallazgos del informe

En términos generales, 2024 fue un año sólido para el cine europeo, con un aumento acumulado del 24% en entradas vendidas, alcanzando los 311 millones.

De estas, 193 millones se generaron en mercados nacionales europeos (62% del total, un 16% más que en 2023), mientras que 118 millones se registraron en mercados no nacionales (38% del total, un 40% más que en 2023).



Venta de entradas acumuladas a nivel mundial de películas europeas entre 2015 y 2024 // Imagen cortesía del Observatorio Europeo del Audiovisual

El crecimiento estuvo impulsado principalmente por el éxito de las películas francesas y británicas. Las cintas francesas Un p'tit truc en plus y El conde de Montecristo superaron los 11 millones de entradas a nivel mundial, concentrando la mayoría en Francia.

Por su parte, las películas británicas La sustancia, La zona de interés y Cónclave triplicaron sus entradas de exportación, representando el 43% de las entradas de exportación europeas.

El cine europeo crece

El informe confirma otras tendencias de años anteriores: el número de estrenos comerciales de cine europeo sigue creciendo, con más de 3.400 películas en 2024, mientras que la proporción de entradas de cine europeo sobre el total mundial se mantiene estable, entre el 5% y el 10%.

Además, la mayor parte de las entradas (62%-66%) procede de los mercados nacionales de cada país, cifra que aumenta al 70%-74% si se excluye el Reino Unido.

En cuanto a los ingresos por exportación, el 63% proviene de otros mercados europeos, mientras que América Latina aporta el 14%, América del Norte el 11%, Asia el 5% y el resto del mundo el 7%.

A pesar de estas cifras positivas, los éxitos de taquilla europeos no han recuperado los niveles prepandemia, ya que el número de películas que superaron el millón de entradas cayó un 35%, pasando de 72 a 47 títulos en 2024.

kinótico

Actualidad

TEMPORADA DE PREMIOS

Mesa redonda de actrices revelación de cine de Kinótico 2025: "Sin vocación, no duraría tres minutos en esta industria"

Miriam Garlo, Llúcia Garcia, Olaia Aguayo, Blanca Soroa, Élvira Lara, Yune Nogueiras y Lati Drame representan a las nuevas caras del cine español en 2025

Daniel Mantilla Madrid 16.12.2025 - 05:28



Llúcia Garcia, Miriam Garlo, Elvira Lara, Lati Drame, Olaia Aguayo, Blanca Soroa, Yone Nogueiras y Janina Pérez Arias, en la mesa redonda de actrices revelación de cine de Kinótico 2025 · Fotografía: JEREMÍAS CARROZA / KINÓTICO

**** Esta mesa redonda de Kinótico 2025 es posible gracias al apoyo de HBO Max*

Las películas han tomado el control de las mesas redondas de Kinótico en nueve encuentros que nos ayudarán a dibujar la carrera a los Goya de este año. Sus protagonistas y responsables se sientan estos días con David Martos, María Guerra, Janina Pérez Arias y Dani Mantilla, los moderadores de las conversaciones. Divididas en categorías y géneros, a imagen y semejanza de los premios que organiza la Academia de Cine,

las mesas continúan con un encuentro de las actrices revelación que nos ha dejado el cine de 2025. Así, Miriam Garlo ('Sorda'), Llúcia Garcia ('Romería'), Olaia Aguayo ('Jone, a veces'), Blanca Soroa ('Los domingos'), Elvira Lara ('Los tortuga'), Yune Nogueiras ('Gaua') y Lati Drame ('Ruido') hablan sobre primeras oportunidades y diversidad en una mesa moderada por Janina Pérez Arias.

Para muchas de ellas, era la primera vez que se ponían frente a la pantalla. Además de protagonizar una película, tenían la responsabilidad de representar a sus directoras y a voces apenas representadas en la gran pantalla. Es el caso de Miriam Garlo, la primera persona sorda que protagoniza una película en España. "Sentía que cargaba con una gran mochila. Como no estamos acostumbradas a ver personajes sordos en pantalla, teníamos mucha presión por que se entendiese bien el personaje que habíamos construido Eva Libertad [la directora y guionista de 'Sorda'] y yo. Me daba mucho miedo de que el público oyente no entendiese bien la complejidad de todas las capas del personaje, pero por otro lado, como actriz sorda, tenía mucho miedo de que la propia comunidad sorda rechaza el personaje. Como no hay referentes, y eso es muy violento, sabía que las personas sordas iban a querer que fuera un personaje ideal, pero eso no era lo que nosotras habíamos trabajado. Queríamos hacer una mujer cualquiera, que entre muchas otras cosas también fuera sorda", relata la murciana, finalista en los Forqué y en los Feroz en la categoría de Mejor Actriz. Los retos iban más allá en una película que exploraba la diversidad funcional delante y detrás de las cámaras. "El set también requería adaptaciones y cambios que tuvimos que inventar nosotras. Había que diseñar protocolos para que todo el mundo pudiese funcionar de forma fluida. Sentía que tenía cuatro frentes abiertos a la vez, pero la película ya está hecha. Yo no me hago cargo ya", bromea.

Latifa Drame y Llúcia Gracia llegaron a 'Ruido' y 'Romería', respectivamente, a partir de una técnica de selección de talento llamada 'street casting' que, como su propio nombre indica, consiste en buscar personas con un perfil único y auténtico directamente en la calle para encontrar rostros frescos reales. "En mi caso tenía muy claro que estaba haciendo de Carla Simón, pero también eso me daba tranquilidad. Justamente la gracia del 'streetcasting' y de buscar en la actriz o en la persona el personaje es que ya venía con unas bases de una forma de entender el mundo y de una forma de mirar muy concretas, porque es el punto de vista que Carla tenía a su edad. Es curioso, porque eso me daba seguridad". Olaia Aguayo tampoco había pensado nunca en ser actriz cuando un amigo de su cuadrilla, director de casting de 'Jone, a veces', le insistió para que hiciera las pruebas para la primera película como directora de Sara Fantova. La joven vasca reconoce que no sentía esa

mochila gracias a "la confianza que se creó y se generó en todo el equipo", salvo en escenas "donde la actuación cogía más peso y no tenías que limitarte a ser tú o adaptarte al contexto, como en las escenas más íntimas o familiares. En esos casos me presionaba más porque tenía que ser de una forma determinada y encajar en un puzzle".

Sobre la mesa hay también diferentes puntos de vista sobre la vocación y cómo se imaginan su futuro en la interpretación, si es que existe. "He estudiado música, piano, canto, y siempre he querido dedicarme a eso, pero no ha sido más que un sueño nunca porque para mí dedicarte al arte es como ser astronauta. Sé que es una posibilidad y que hay una persona que ha ido a la Luna, pero solo una. Pensaba que una persona podría ser actriz o dedicarse al arte, pero que no sería yo. No sé si os ha pasado, pero a mí hacer una película y que me den un papel protagonista, que me dejen estar al mando y defender algo así, me hace ver que a lo mejor sí soy capaz. No sé si voy a poder continuar, pero ya he sido capaz una vez y eso ya es mucho. Puede parecer poco una película, pero para mí es inmenso", cuenta Blanca Soroa, nominada al Feroz a la Mejor Actriz por su trabajo en 'Los domingos'. Yune Nogueira, la protagonista de 'Gaua', también tiene claro que la interpretación es el camino a seguir para ella. "En mi caso es un sí desde que salí de bachillerato. A mí lo que me animó a decir que quería seguir aquí es la vocación, básicamente. Sin vocación es muy difícil seguir remando. Si ya cuesta teniendo mucho amor hacia lo que hacemos, imagínate si estás buscando otra cosa. Tiene que ser muy difícil. Si no tuviese vocación, duraría tres minutos en esta industria, la verdad".

Las revelaciones del 2025 reconocen que fue fundamental sentirse arropadas por sus compañeras de reparto, mucho más versadas que ellas en el arte de interpretación. "Antonia Zegers para mí ha sido mi guía en este proyecto. Trabajar con una actriz tan potente ha sido un regalo enorme y me ha ayudado a mirar hacia delante todo el rato, sin mirar nunca hacia atrás. Con Antonia he creado una relación que ya no solo va de esto, sino que ya creo que la voy a tener toda mi mi vida. He podido construir con ella una confianza y una conexión que no es lo que me esperaba", explica Elvira Lara, la joven protagonista de 'Los tortuga', en referencia a su madre en la ficción. Latifa Drame también siente que ese apoyo fue fundamental en el arranque del debut de Ingride Santos. "Durante mi primera semana de rodaje yo tenía aún esa verguenzita de los primeros días. Me ayudó un montón tener a Asaari Bibang porque me daba consejos que han hecho posible el resultado final. Como la primera semana fueron mis escenas con ella, me dio la facilidad de poder fluir más durante el resto del rodaje", concluye la protagonista de 'Ruido'.



Fotograma promocional de 'Mi papa el camión', largometraje de animación de María Cristina Pérez González · Fotografía: SULTANA FILMS

INDUSTRIA

Hasta 98 largometrajes se repartirán los 37M€ del ICAA en concepto de ayudas selectivas

Películas como 'Mi papá el camión', la adaptación a largometraje del corto 'De sucre' o 'El director', lo nuevo de Dani de la Orden, entran en la propuesta de resolución

KINÓTICO 15.12.2025

El pasado viernes, 12 de diciembre, el ICAA dependiente del Ministerio de Cultura hizo pública la resolución provisional de las ayudas selectivas correspondientes a 2025. Finalmente, y tras un pequeño baile en las cifras justificado por necesidades burocráticas en la nomenclatura de los presupuestos, la cantidad total de las subvenciones y ayudas del Estado a nuestro cine ascenderá hasta los 37M€. Como en anteriores procesos, el máximo al que aspiran los proyectos es de 800.000€, a los que pueden sumar otros 200.000€ en el caso de ser largometrajes de animación.

Según datos del ICAA, este año se han presentado 444 solicitudes, 34 de ellos de documental. Desde el estamento público también destacan que, de entre las propuestas, el 40,75% se trataban de proyectos realizados exclusivamente por directoras.

Entre los proyectos seleccionados por el ministerio que dirige Ernest Urtasun, se encuentran 'El director', lo nuevo de Dani de la Orden y Playtime Movies adaptando el controvertido libro homónimo de David Jiménez o 'Mare de sucre', paso del corto al largo de la directora Claudia Cedó de la mano de Lastor Media y Suica Productions. Entre las propuestas con mayor dotación destacan 'Pink Punk Delta', de la productora Alba Sotorra, como película de animación, y una decena de títulos con la cuantía máxima asignada, como 'Macramé' (BTeam, Icónica, Lasai) o 'La primera bruixa' (Fasten Films). También encuentra su lugar el largometraje de animación 'Mi papá el camión', dirigido por María Cristina Pérez González y producido por Sultana Films, de Isabel Herguera.





Itsaso Arana, una de las beneficiarias, durante el rodaje de 'Las chicas están bien' · Fotografía: ©ElviraIranzo_losilusosfilms

AYUDAS

El ICAA recupera las ayudas al guion y otorga 8 millones de euros a un total de 285 proyectos

Esta línea de ayudas llevaba sin convocarse 14 años y ha recaído en esta convocatoria en nombres como Marc Recha, Itsaso Arana o Martín Cuenca

MIRIAN SAN MARTÍN 13-12-2025

El Ministerio de Cultura, a través del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), ha otorgado ocho millones de euros en ayudas a la escritura de guion de largometraje cinematográfico, una subvención que llevaba sin convocarse 14 años, y que en esta convocatoria recae en un total de 285 proyectos, según la resolución que publica este viernes el departamento que dirige Ernest Urtasun. Estas ayudas, con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía, tienen una cuantía de 30.000 euros para los proyectos de guiones de largometrajes y de 25.000 euros para los proyectos de guiones de documentales.

En total, se han recibido 4.080 solicitudes, de las cuales finalmente son beneficiarias un total de 285 guiones: 224 de ficción (84% de la dotación total), 53 de carácter documental (13%) y ocho de animación (3%). Además, de ellos, 34 guiones se realizan en régimen de coautoria. Entre los solicitantes que recibirán esta ayuda se encuentran Mar Recha, Itsaso Arana, Neus Ballús, Achero Mañas o Manuel Martín Cuenca, actores como Alberto Amarilla o Borja Luna, y figuras como Cristian Checa, director y profesor de la ESCAC, entre muchos otros.

El ICAA pone de relieve, además, que el 25% del crédito se ha reservado a proyectos de guiones escritos en lenguas cooficiales distintas al castellano (74 guiones de los cuales 35 son en catalán, 16 en valenciano, 10 en euskera, y 13 en gallego), y un 45% a proyectos de guiones escritos exclusivamente por mujeres.

Desde el sindicato ALMA, Natxo López, miembro de su junta directiva, afirma en declaraciones a Kinótico que están "satisfechos" con estas ayudas, que se convocaron por última vez en 2011 y que consideran "fundamentales no solo para el gremio del guion, sino para toda la industria cinematográfica". "Ayudan a paliar una serie de problemas que están instalados en la industria que tiene que ver con cómo trabajamos los guionistas y cómo se nos retribuye", ha señalado López acerca de una característica esta profesión, que trabaja en proyectos cuando aún no tienen financiación, lo que coloca a los guionistas en una situación "vulnerable".

> *"No necesitamos tantas tutorías ni tantos laboratorios, sino que lo que nos hace falta es tener tiempo y dinero para sentarnos a escribir" (Natxo López)*

"Estas ayudas sirven para que los guionistas se sienten a trabajar. No necesitamos tantas tutorías ni tantos laboratorios, sino que lo que nos hace falta es tener tiempo y dinero para sentarnos a escribir", recalca López, quien considera que estas ayudas van en ese sentido. Además, ve necesario que se impulsen películas "a partir de ideas de guionistas", que son "quienes crean las historias", y no solo de directores o actores.

Asimismo, señala que está previsto que los guiones que hayan recibido esta ayuda tengan también una puntuación extra para optar a ayudas a producción sobre proyecto, algo que ahora no se contempla en las ayudas generales del ICAA. "Habrá una importante cantidad de guiones que saldrán al mercado gracias a estas ayudas y evidentemente no se van a poder desarrollar todos, pero sí se rodarán los mejores. Es un impulso importante no solo para la producción, sino para la propia industria", ha enfatizado López, quien asegura que los productores también van a ser grandes

beneficiados de estas ayudas, porque podrán elegir “guiones ya escritos” en lugar de invertir en pitch o ideas. Asimismo, desde ALMA agradecen el apoyo del ICAA y puntualizan que estas ayudas no suplen el pago del guion, sino que serán pagados de la manera habitual.

Ayudas a cortometrajes

El Ministerio de Cultura ha concedido esta semana también ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto correspondientes a 2025 por valor de 2,2 millones de euros, con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía.

Así, de un total de 559 solicitudes presentadas, han resultado beneficiarios 45 proyectos de cortometrajes, de los cuales 29 son de ficción (59,19% de la dotación total), siete son de carácter documental (11,11%) y 18 son de animación (29,71%). Cuatro de los cortometrajes se realizarán en régimen de coproducción con empresas extranjeras. Además, en cuanto a la presencia femenina en los proyectos de cortometrajes beneficiarios, un total de 22 estarán dirigidos exclusivamente por mujeres, lo que supone el 47,83% de la dotación total.

RUBiK
AUDIOVISUAL

AYUDAS Y SUBVENCIONES · CONVOCATORIAS

El ICAA destina 2,2 millones de euros en ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto

diciembre 11, 2025 · por Admin

El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) ha resuelto la convocatoria de ayudas a cortometrajes sobre proyecto de 2025, con 45 proyectos seleccionados entre 559 solicitudes.



'Canina' (Filmakers Monkeys)

El **Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)** ha publicado la **resolución definitiva de las ayudas a cortometrajes 2025**, con un presupuesto total de **2,2 millones de euros**.

La convocatoria recibió **559 solicitudes**, de las que finalmente se han seleccionado **45 proyectos**, divididos en **29 de ficción, 7 documentales y 9 de animación**.

Entre los proyectos beneficiarios, **22 están dirigidos por mujeres**, lo que representa **el 47,84% de la dotación total** destinada a proyectos liderados por directoras.

Asimismo, los cortometrajes de animación recibieron un **29,71% de la financiación** disponible para este formato. Uno de los proyectos aprobados se realizará en **coproducción con empresas extranjeras**.

Lista completa de beneficiarios

- *Un viaje peligroso: la historia de Pepi* (**Noon Films**) – 72.388,80 €
- *In Memoriam* (**Solita Films**) – 60.000,00 €
- *Garabato* (**Arquetipo Comunicación** y **Cristela Torres Nine**) – 12.403,18 €
- *Normal* (**Not Alone, Producción Alternativa Contemporánea OFF, Verónica Bascuñana López** y **Lunática Films**) – 27.700,00 €
- *El sueño de arena* (**La Maleta Films**) – 26.105,08 €
- *Rebel·Lió a les cases* (**Shoji Films** y **Norte Catro Cinema**) – 93.000,00 €
- *La colisión* (**Odessa Films, Cólera Films** y **Salón Indien Films**) – 46.000,00 €
- *En la otra isla* (**Tinglado Film**) – 28.750,00 €
- *Casa típica* (**La Filmahora RD**) – 43.542,37 €
- *Última generación* (**Filmamento Audiovisual** y **Silvia Macarena Conesa Zamora**) – 43.000,00 €
- *Asesinado por el cielo* (**Nana Films Audiovisual**) – 19.716,00 €
- *Trella* (**Kabiria Films** y **Álvaro Jesús López Abadejo**) – 40.131,00 €
- *Contrapeso* (**Fractal Films**) – 46.200,00 €
- *El cuerpo en cuestión* (**Avalon** y **Mammut Films**) – 65.000,00 €
- *La Buena Hija* (**Batiak Films** y **La Filmahora RD**) – 58.700,00 €
- *Les Eixerides* (**Cornelius Films**) – 70.000,00 €
- *Antes de Nada* (**Rebordelos**) – 39.950,00 €
- *Desapàrèixer* (**Edna Cinema**) – 113.400,00 €
- *Cuca* (**Alhena Production**) – 55.000,00 €

- *A Primera Vista* (**Altamira Entertainment**) – 21.000,00 €
- *Assaig Obert* (**Desarrollos Mediáticos Internacionales** y **Dos Soles Media**) – 70.000,00 €
- *Un Guardia Civil en Nueva York* (**Sultana Films** y **Aupastudio**) – 130.000,00 €
- *Los Ángeles* (**Inicia Films**) – 70.000,00 €
- *Ultrasò* (**Ringo Media**) – 25.400,00 €
- *Secrets de mare* (**Tarannà Films** y **Horizontal Films Media**) – 45.000,00 €
- *Terminal* (**Studio Kimchi**) – 85.000,00 €
- *Audición* (**White Leaf Producciones** y **Ana Puentes Margarito**) – 70.000,00 €
- *Deprisa Deprisa* (**When Lights Are Low**) – 29.934,00 €
- *Quemar al Padre* (**Love Our Films Media**) – 30.000,00 €
- *El Santo que Vestí* (**Gariza Produzioak** y **María Monreal Otano**) – 47.500,00 €
- *Nota de Corte* (**Corriente Abajo, Tornasol** y **La Malquerida Films**) – 47.400,00 €
- *Sota el Sol* (**Innovació Més Gestió Empresarial**) – 32.334,00 €
- *En Busca del Sol* (**Incomedia Producciones** y **Frog Animation**) – 45.000,00 €
- *Àvia Peix* (**Coming Soon Films** y **Astra Studios**) – 26.500,00 €
- *Azufre* (**La Banda Negra** y **Estudio ST Producciones Cinematográficas**) – 70.000,00 €
- *La Hora Escrita* (**Cristina Vivó Lucha** y **José María Arijo Álvarez**) – 37.700,00 €
- *Laboral* (**Pausa Dramatica Films**) – 23.000,00 €
- *Canina* (**Filmakers Monkeys**) – 17.966,44 €
- *Gas* (**Du Cardelin Studio, Presi Motion Pictures** y **María Elena Carrasco López**) – 35.593,20 €
- *Adentro* (**Alba Sotorra**) – 58.500,00 €
- *Sismes* (**Shoji Films, Norte Catro Cinema** y **Cabo Sur Films**) – 63.000,00 €
- *Noutro Tempo* (**Amorambre Films** y **Amateurfilms**) – 20.119,95 €

- *Lu de Lu* (**IMVAL Madrid**) – 37.620,00 €
- *Tot Anirà Bé* (**La Charito Films, Intemperie Films & Theatre** y **Colmado Films**) – 63.000,00 €
- *¿Hay algún muerto en la sala?* (**Inaudita, Saltarinas** y **La Mola Films**) – 37.445,98 €



El presidente de Grupo Prisa, Joseph Oughourlian, en unas jornadas en Barcelona. QUIQUE GARCÍA / EFE

La CNMV afea a Prisa malas prácticas de gobernanza

El supervisor bursátil zanja sin sanción un expediente al grupo editor, pero le insta a revisar su informe de gobierno corporativo

PAULA MARÍA
JOSÉ M. R. SILVA MADRID

La CNMV ha reprochado recientemente a Grupo Prisa malas prácticas de gobierno corporativo en un dictamen al que ha tenido acceso en exclusiva EL MUNDO. En el marco de una investigación abierta a instancias de accionistas críticos con la gestión del presidente, Joseph Oughourlian, el supervisor bursátil ha concluido que la editora de *El País* o la Cadena SER ha infringido el Código de Buen Gobierno del organismo, un marco de recomendaciones no vinculantes sobre el modo en que las empresas deben manejarse en Bolsa y que ayuda a las cotizadas a generar confianza ante los inversores.

El dictamen hace referencia a la sesión del consejo de Prisa de marzo donde se aprobó la ampliación de capital exprés de 40 millones de euros. La CNMV no ve indicios de las presuntas infracciones legales recogidas en la denuncia –de la que no se han derivado sanciones–, pero resuelve que la empresa vulneró el citado código de buenas prácticas, por lo que exige a Prisa reformular informes públicos en los que había declarado ante los mercados que sí cumplía estas recomendaciones.

«En el consejo del 25 de marzo, y en el contexto del deber de diligencia, habría sido razonable que se atendieran las peticiones de algunos consejeros, que solicitaban más tiempo para analizar un proyecto tan importante y complejo como los términos de una refinanciación, que se les presentó apenas unas pocas horas antes de tener que aprobarlo», recoge el dictamen de la Comisión, que afirma que «resulta claro que no se aplicaron las mejores prácticas de gobierno corporativo en relación con la adopción de acuerdos en el consejo». «Estamos tranquilos porque se ha hecho todo bien», aseguran fuentes oficiales de Grupo Prisa a este diario.

La CNMV apunta al principio 15 del código, que dicta que los consejeros contarán con «información suficiente y adecuada para ejercer sus funciones» y que tendrán derecho a obtener de la sociedad «el asesoramiento preciso». El consejo de Prisa fue informado de la ampliación de capital solo dos horas antes de la reunión y recibió los documentos sobre la refinanciación cuatro horas antes. Así, el organismo ha instado a Prisa a revisar su informe de gobierno corporativo de 2024, donde aseguró que contaba con los procedimientos necesarios para que los consejeros dispongan de la información indispensable para preparar las sesiones. Ese informe recoge que en Prisa este derecho de información se canaliza a través del propio presidente.

El Consejo fue informado de la ampliación solo dos horas antes

La Comisión abrió un expediente por la denuncia de inversores críticos

El expediente se ha prolongado durante medio año y se ha desarrollado en un clima de alta tensión dentro del supervisor, según fuentes conocedoras, que indican que el organismo ha tratado de calibrar hasta el último momento el impacto de su resolución. Además de la gobernanza, los denunciantes trasladaron a la CNMV un supuesto incumplimiento de la ley de opas por Amber Capital, el fondo de capital riesgo de Oughourlian. La CNMV descarta tal infracción y limita su reproche al ámbito de las recomendaciones de buen gobierno, dejando en el tejado de los tribunales el resto de asuntos.

La reunión del 25 de marzo se enmarcó en la guerra interna por el control de Prisa. La citada ampliación de capital acelerada se diseñó de forma que los bancos colocadores tenían orden de no acudir de forma preferente a los accionistas actuales del grupo, sino de dirigirse a otros fondos e inversores institucionales. Ello dificultó a los accionistas críticos con Oughourlian y cercanos a Moncloa participar para mantener su peso en el capital y no diluirse, como finalmente ocurrió.

VARIETY

Dec 15, 2025 6:38am PT

Netflix CEOs Defend Warner Bros. Deal in Memo to Employees: 'We See This as a Win for the Entertainment Industry, Not the End of It'

By **Todd Spangler**



Getty Images

Ted Sarandos and Greg Peters, the co-CEOs of Netflix, issued a memo to staffers that conveyed their belief that the company's deal to buy Warner Bros. and HBO Max will withstand a counterattack by David Ellison's Paramount Skydance and will clear regulatory hurdles.

Netflix's megadeal to buy Warner Bros. studios, HBO and HBO Max, with an enterprise value of $82.7 billion, was announced on Dec. 5. Three days later, Paramount Skydance went hostile, with Ellison announcing that the company was taking its $30/share offer for all of Warner Bros. Discovery directly to shareholders. Paramount's current offer has a $108.4 billion enterprise value.

Regarding Paramount's hostile bid, Sarandos and Peters, echoing comments they have made previously, said in the memo to employees, "It was entirely expected. But, we have a solid deal in place. It's great for our shareholders, great for consumers, and a strong way to create and protect jobs in the industry. We're confident we'll get it over the finish line — and we're genuinely excited about what's ahead."

The memo to Netflix staff was disclosed in an SEC filing Monday. The memo was released on Netflix's Take 5 blog, which "aims to give employees clarity and understanding around strategic bets/issues, and a heads up on important news in roughly a five-minute read. Internal only," per the filing.

In a Q&A in the note to employees, Sarandos and Peters answered this question: *Some feel this is the end of Hollywood. What's our response to that?* The co-CEOs wrote: "This is something that we've heard for a long time — including when we started the streaming business. Our stance then and now is the same —we see this as a win for the entertainment industry, not the end of it. This deal is about growth: Warner Bros. brings businesses and capabilities we don't have, so there's no overlap or studio closures. We're strengthening one of Hollywood's most iconic studios, supporting jobs, and ensuring a healthy future for film and TV production."

The two CEOs reiterated that they feel "confident" that Netflix will get the regulatory approvals that are needed to close the WB deal — as well as their pledge to keep Warner Bros. movies in theaters.

"Theatrical is an important part of [the Warner Bros.] business and legacy, and we don't want to change what makes Warner Bros. so valuable. If this deal had happened two years ago, hits like 'Minecraft' and 'Superman' would still have premiered on the big screen as they did — and that's how we plan to keep it," according to the memo. "We haven't prioritized theatrical in the past because that wasn't our business at Netflix. When this deal closes, we will be in that business."

Looking forward, the co-CEOs wrote, "We've got a small but mighty team of experts working on this so the rest of us can stay focused on the big 2026 ambitions we've established for our business."

"We've got huge potential still ahead of us — even before we factor in Warner Bros. — so our focus should remain on realizing that potential based on our organic growth," Sarandos and Peters said. "We know that's easier said than done with all the headlines and speculation, but continuing to deliver for our members is the best thing we can focus on."

Read the full memo from Sarandos and Peters:

OUR DEAL WITH WARNER BROS

By: Greg Peters and Ted Sarandos

As news around our deal with Warner Bros. continued this week, we wanted to keep you as informed as we can. Our position hasn't changed: we strongly believe that Netflix and Warner Bros. joining forces will offer consumers more choice and value, allow the creative community to reach even more audiences with our combined distribution, and fuel our long-term growth. We made this deal because their deep portfolio of iconic franchises, expansive library, and strong studio capabilities will complement—not duplicate—our existing business.

This is going to be a complex process over the next year or so and there's a lot we won't be able to share, but we did want to give you our thoughts on some of the most pressing questions we've heard since we connected last week.

How do we feel about Paramount's hostile bid? *It was entirely expected. But, we have a solid deal in place. It's great for our shareholders, great for consumers, and a strong way to create and protect jobs in the industry. We're confident we'll get it over the finish line—and we're genuinely excited about what's ahead.*

Are we confident regulators will approve? *We believe in this deal—in the value it creates— and we're confident we'll get the approvals we need to make it happen. The fundamentals are clear: this deal is pro-consumer, pro-innovation, pro-worker, pro-creator, and pro-growth. Also, if you look at it through the lens of Nielsen data, even after combining with Warner Bros., our view share would only move from 8% to 9% in the US—still well behind YouTube (13%) and a potential Paramount/WBD combination (14%). We believe the facts speak for themselves, and we're fully prepared to put ourselves in a strong position for approval.*



Will we preserve theatrical releases as part of WBD's distribution model? *Yes—we're fully committed to releasing Warner Bros. movies in theaters, just as they do today. Theatrical is an important part of their business and legacy, and we don't want to change what makes Warner Bros. so valuable. If this deal had happened two years ago, hits like Minecraft and Superman would still have premiered on the big screen as they did—and that's how we plan to keep it. We haven't prioritized theatrical in the past because that wasn't our business at Netflix. When this deal closes, we will be in that business.*

Some feel this is the end of Hollywood. What's our response to that? *This is something that we've heard for a long time—including when we started the streaming business. Our stance then and now is the same—we see this as a win for the entertainment industry, not the end of it. This deal is about growth: Warner Bros. brings businesses and capabilities we don't have, so there's no overlap or studio closures. We're strengthening one of Hollywood's most iconic studios, supporting jobs, and ensuring a healthy future for film and TV production.*

What's next? *We've got a small but mighty team of experts working on this so the rest of us can stay focused on the big 2026 ambitions we've established for our business. We've got huge potential still ahead of us—even before we factor in Warner Bros.—so our focus should remain on realizing that potential based on our organic growth. We know that's easier said than done with all the headlines and speculation, but continuing to deliver for our members is the best thing we can focus on.*

Where is the best place to follow along? *As a reminder, Take 5 is for employees only. We've launched a public site as our source of truth for external audiences—which will be updated further—and it's a resource you can share with friends and family who might have their own questions. You can also listen to our UBS webcast from earlier this week.*

-Greg and Ted

The Economist

Business | That's not all, folks!

Netflix and Paramount are battling for more than Warner Bros

They present rival visions for the future of entertainment

Share



PHOTOGRAPH: GETTY IMAGES

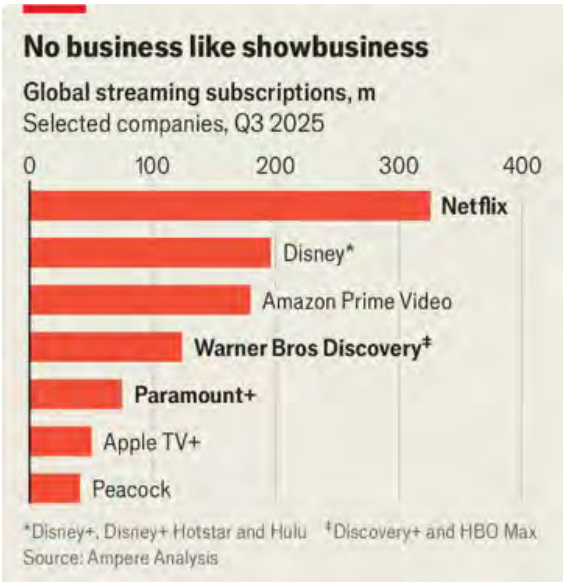
Dec 9th 2025 | 7 min read

THE CREDITS were ready to roll. Netflix, the world's biggest streaming company, had announced on December 5th that it was to acquire most of Warner Bros Discovery, one of the biggest names in old-fashioned moviemaking, in a deal valued at $83bn. But on December 8th Paramount, a much smaller rival, pressed pause on the transaction. It appealed directly to Warner's shareholders to accept an alternative offer of $108bn for the whole company, promising a deal that is "superior to Netflix in every dimension".

The Looney-Tunes sums could yet grow even higher: Paramount's owners, the Ellison family, have made clear they are willing to shell out more; Netflix, valued at over $400bn, can also afford to up its bid if it wants to. But the main difference between the bidders is not the offer price. Netflix and Paramount see different things in their target. The result of the bidding war will shape the future of Hollywood, and of entertainment more widely.

For months Paramount was the favourite to buy the century-old studio. David Ellison, a 42-year-old Hollywood producer, acquired Paramount in August for $8bn, backed by his father Larry Ellison, whose stake in Oracle, a software company, has made him the world's second-richest man. Scarcely had they got the keys to Paramount's Melrose Avenue lot when they announced that they would go after Warner, to build a media colossus. The Ellisons had the money, the motive and a friendly relationship with President Donald Trump. What could stand in their way?

Netflix. On December 4th, as David Ellison sent increasingly frantic texts to Warner's management, it transpired that Netflix was the preferred bidder; the next day the deal was announced. Filings released by Paramount this week show that the company was blindsided. Paramount now says its most recent, improved offer was not fairly considered by Warner's management. It has gone hostile, arguing that shareholders deserve a chance to accept their offer, whatever executives have agreed with Netflix.



The two bids value Warner at a similar level. Paramount is offering $108bn in cash for the whole company. Netflix is offering $83bn, in a mixture of cash and stock, for the company's studio and streaming service. Under the Netflix deal, Warner shareholders would keep the declining TV and cable networks in a stub company that Hollywood has called "ShitCo". In most scenarios ShitCo's market value would be enough for the Netflix deal to add up to roughly the same total as Paramount's, albeit with more uncertainty.

Yet the two deals also represent different possible futures for the entertainment business. Paramount's motive is clear. At the moment it lacks the scale to compete with the biggest names in streaming; combined with Warner, it would be big enough to be a serious rival to the likes of Netflix and Disney (see chart). The streaming wars, which Netflix has all but won, would be rekindled. By contrast, if Paramount fails to win this deal, it "sits much closer to an existential crossroads", notes MoffettNathanson, a research firm.

Paramount also promises that it would rejuvenate the cinema industry. David Ellison, a devotee of the silver screen who has produced films such as "Top Gun: Maverick", said this week that a combined Warner-Paramount would release more than 30 movies a year in cinemas. Netflix has promised that it will keep giving Warner movies theatrical releases. But no one in Hollywood thinks that the streaming giant will be the saviour of the big screen. Only earlier this year Netflix's co-chief executive, Ted Sarandos, said that cinemagoing was "an outmoded idea, for most people".

Instead Netflix sees something else in Warner: its ideas. Netflix hardly needs scale. With around 325m subscribers it is already nearly twice as big as its nearest rivals. But what it has in quantity, it lacks in quality. UBS, a bank, points out that Netflix has about twice as many titles as Warner on its streaming service in America, but that when it comes to titles rated at least nine out of ten on IMDB, a review website, Warner's HBO Max has 141 against Netflix's 120. Netflix sees potential to squeeze more engagement out of those first-class titles. It has already shown how it can make hits out of tired old series like "Suits", a forgotten legal drama which it licensed from NBCUniversal a few years ago and turned into a smash. What could it do with gold-plated intellectual property (IP) like Warner's "Game of Thrones"? As Mr Sarandos has put it, "Their assets work better in our business model, and our business model works better with these assets."

Netflix views those assets as weapons in a bigger fight, with competitors outside Hollywood. Despite the town's obsession with the streaming wars between competing studios, Netflix has come to see its biggest rival as YouTube. The Google-owned social-media platform accounted for 28% of streaming on TVs in America in the latest quarter, against Netflix's 19%, according to Nielsen, which measures such things (HBO Max made up less than 3%). Netflix may now be the king of Hollywood. But it is increasingly pitting its professionally made shows against the home-made, algorithmically sorted content on YouTube and other platforms. The Warner acquisition would give it an arsenal of premium-grade weapons for that war.

That will be the argument that Netflix pitches to competition regulators if its bid progresses. Allowing Hollywood's biggest streaming service to absorb the fourth-largest may seem unlikely, especially when Paramount's alternative deal promises to

create a viable new competitor by combining the fourth- and fifth-largest. Netflix would hope that regulators take seriously the idea that the real threat to Hollywood is the social-media platforms in Silicon Valley, which for now are winning the war for attention among young audiences.

Both the Netflix and Paramount bids are complicated by politics. Paramount contends that it would get its deal through quicker than Netflix—partly because competition concerns would be less serious, and partly because the Ellisons are chums with the president. Mr Trump has said that Netflix's deal "could be a problem" because of its "big market share". Mr Sarandos is a Democratic donor whose wife served as an ambassador during Barack Obama's presidency.

Yet Paramount's offer is not without controversy, either. Affinity Partners, an investment firm run by Mr Trump's son-in-law, Jared Kushner, is part of its consortium. Paramount says its bid is "back-stopped" by the Ellison family and RedBird Capital Partners, another American investment firm. But in a filing to regulators on December 8th it revealed that the biggest financial backers of its bid are in fact a group of sovereign-wealth funds from the Gulf. In an offer put to Warner earlier this month, the Ellisons were to stump up $12bn while Abu Dhabi, Qatar and Saudi Arabia would together contribute $24bn (with the remainder made up by debt). An earlier offer included backing from Tencent, a Chinese tech giant.

Paramount says Tencent is no longer on board and that the Gulf investors would have no voting rights or board representation at the new company. It argues that this should preclude the need for meddling by America's inbound-investment watchdog, the Committee on Foreign Investment in the United States. Yet it would be controversial to say the least for one of America's biggest media companies, which would control both CNN and CBS News, to be part-owned by Gulf monarchies and the president's son-in-law.

The show is not over. Netflix may up its price; Paramount has made clear that its own 12-figure bid is not its best and final. But whatever amount is reached, two paths for the future of American entertainment have been laid out. On the one hand, Paramount would use Warner to keep something like the old Hollywood alive, fighting the streaming wars and pumping out theatrical releases, being propped up in this mission with billions of dollars from Gulf investors. On the other hand, Netflix promises in effect to accelerate the trends of the past few years, reducing the number of independent Hollywood studios in order to build an IP powerhouse capable of winning the wider contest for attention with Silicon Valley. Warner's shareholders must choose between a nostalgic sequel and a radical reboot. ■

The Economist

Leaders | Entertainment

The battle for Warner Bros is a prelude to the real streaming war

Professionally made shows face tough competition from independent makers

Share



Dec 11th 2025

Hollywood has produced another gripping drama. Netflix's and Paramount's $100bn battle to buy Warner Bros Discovery has juicy plot ingredients, from an ambitious billionaire to mysterious Saudi investors and even a cameo from the president's son-in-law. As the studio weighs its options, expect weeks of entertainment.

The sale promises to shake up the streaming wars, in which Hollywood studios are fighting for subscribers. Paramount, a smallish studio, craves scale to compete with the big dogs. Netflix, far in the lead, wants more content for its huge library. But the focus on the streaming wars misses a bigger storyline.

For all the billions lavished by studios on new films and TV shows in recent years, audiences are spending ever more time watching stuff made outside Hollywood, often by amateurs. The most popular source of video distraction in America is not Warner Bros or any of its suitors, but YouTube. The Google-owned platform accounts for 28% of streaming on TVs in America, against Netflix's 19%. This is before you include the hours spent scrolling on mobile phones.

Hollywood honchos say their business is different from the slapdash online videos made for watching while on the toilet. They are right, but the difference is shrinking. First, consider technology. Social platforms are suited to mobile screens, but their videos are increasingly viewed on TV: Americans spend longer watching YouTube on tv than on their phones. At the same time Hollywood is relying less on cinemas in favour of TV, and moving to even smaller screens. In poor countries where viewers are more likely to watch long-form video on their phones, they offer mobile-only plans.

Second, business models are converging. As streaming platforms seek new audiences, they are moving beyond subscriptions into advertising, once the turf of social media. At the same time, those social platforms are pushing into subscriptions; YouTube's no-ad plans (which include music) have more than 125m subscribers, around the same as Warner Bros.

The third area of overlap is the most contested: content. Streaming platforms are getting into formats popularised on social media. Amazon Prime Video has a series starring MrBeast, YouTube's biggest star; Netflix plans to show video podcasts from Spotify; Chinese studios are producing "micro dramas", two-minute episodes in series 90 episodes long. Meanwhile social platforms are showing more television-like content. YouTube chatshows such as "Chicken Shop Date" are stealing audiences from the traditional man-on-sofa format of late-night TV; and they are now stealing A-list guests, too. Artificial intelligence is helping narrow the gap between professional visual effects and amateur ones, and making things like foreign-language dubbing available to all. Professional media firms increasingly use social channels for their distribution (you can find Economist videos on TikTok and the like).

This new competitive landscape means that trustbusters should not rule Netflix out of the Warner race, as many in Hollywood argue. It may be dominant in streaming, but under the broader market definition it is a smaller actor. For the same reason, Paramount is stronger than it looks. It may be only a supporting actor in Hollywood, but the Ellison family, who control it and support Donald Trump, have been named by the president as part of a group that will run the promised American version of TikTok. Having a hand in both professional and social media promises to make them powerful, too.

Hollywood says its premium content will prevail in this new war. The bids for Warner, which reflect a high valuation of its back catalogue and intellectual property, suggest the professionals are putting their money where their mouth is. But whoever wins the battle for Warner faces a bigger contest ahead. ■

INDEPENDENT en Español

Entretenimiento

Netflix compra Warner Bros.: ¿qué implicaciones tiene para el cine y la televisión?

El lucrativo acuerdo cambiará la imagen de Hollywood tal y como la conocemos

Jacob Stolworthy • Lunes, 15 de diciembre de 2025 17:44 EST



La propuesta de adquisición de Warner Bros. por parte de Netflix es un acontecimiento impactante en el mundo del entretenimiento que ha suscitado muchas preguntas sobre el futuro del cine y la televisión.

El lucrativo acuerdo, valorado en 72.000 millones de dólares, aún no se ha cerrado, pero si el equipo de Netflix es capaz de auyentar la contraoferta de Paramount de $108.400 millones, el panorama del *streaming* será muy diferente en los próximos dos años.

Netflix ha dejado claro a sus suscriptores que nada va a cambiar por el momento, ni durante mucho tiempo. Pero existe una creciente preocupación por el destino de los proyectos de Warner Bros., así como por los de su filial HBO, entre otras cosas por los comentarios anteriores del codirector ejecutivo de Netflix, Ted Sarandos, sobre los estrenos en salas de cine.

¿Habrá más películas que no se estrenen en cines y se emitan directamente en *streaming*?

Sarandos ha señalado en el pasado que no cree que la experiencia de ir al cine sea vital, pues considera que las películas pueden disfrutarse con la misma eficacia desde el sofá en casa. Después de que *Oppenheimer* y *Barbie* superaran los $1.000 millones en taquilla gracias al fenómeno de Barbenheimer de 2023, Sarandos sugirió que las películas habrían tenido el mismo impacto cultural si se hubieran podido ver directamente en *streaming*.

"No hay razón para creer que una película determinada sea mejor en un tamaño específico de pantalla", dijo, y señaló que su hijo Tony, un editor, "[había visto] *Lawrence de Arabia* en su teléfono" y había disfrutado de la experiencia tanto como lo habría hecho en una pantalla grande.

A raíz del posible acuerdo con Warner Bros., Sarandos abordó estas opiniones, pero echó más leña al fuego. Afirmó que no se oponía "a que las películas [se estrenaran] en los cines", pero dijo que su "oposición se [había] centrado sobre todo" en el tiempo que estas películas permanecían en los cines. En palabras de Sarandos, los periodos de estreno largos no favorecen al consumidor y las películas deberían estar disponibles antes en los hogares.

Este comentario provocó un pánico generalizado ante la idea de que las futuras películas de Warner Bros. verían reducidos drásticamente sus tiempos de estreno; sin embargo, días después, Sarandos intentó calmar los ánimos diciendo que las películas se estrenarían con normalidad, y con la misma duración.

"Estas películas se estrenarán en Netflix a través de las salas de cine como lo hacía antes Warner Bros., pero con la entidad operativa de Warner Bros.", dijo, y prosiguió: "Los estrenos en cines son muy importantes por el valor que crean y aportan. No compramos esta empresa para destruir ese valor". Queda por ver si estos comentarios resultan ser solo un ejercicio de relaciones públicas, ya que estos futuros títulos quedarán a merced de Netflix.

Cabe destacar que la razón principal de Sarandos para querer que las películas de Netflix estén en los cines parece estar vinculada al deseo de ser elegible para nominaciones a los premios (si una película no se exhibe durante al menos siete días consecutivos en una sala de cine, no podrá ser nominada). Esta es la razón por la que numerosas películas de gran repercusión se estrenan en las salas de cine hasta 17 días antes de ser añadidas a Netflix —un modelo de negocio que ha provocado el boicot de varias cadenas de cines estadounidenses, entre ellas AMC y Cinemark.



Netflix dijo que 'Barbie' tendría el mismo impacto cultural si se hubiera estrenado en 'streaming'

¿Qué pasará con los programas de televisión de HBO Max?

La otra incertidumbre en medio de estos acontecimientos gira en torno a la plataforma HBO Max, propiedad de Warner Bros. desde 2020. El servicio de *streaming* es el hogar exclusivo de los extensos programas de la cadena de cable premium que se remontan a la década de 1990, y hasta ahora era el único lugar donde se podían encontrar dichas series.

Pocos días antes de que se anunciara la adquisición de Netflix, se celebró un acto de presentación del nuevo servicio de *streaming* de HBO Max en el Reino Unido, que llegará a finales de este año. Asistieron el presidente de la cadena, Casey Bloys, el creador de *Euphoria*, Sam Levinson, y Lisa Kudrow, que promocionaba la tercera temporada de *The Comeback*. Durante el acto, Bloys señaló que Richard Gadd, estrella de *Bebé reno*, había optado por llevar su próxima serie,*Half Man*, a HBO en lugar de a Netflix —un acontecimiento notable después de que Netflix estrenara la serie de Gadd, ganadora de un premio Emmy, en 2024. Dos días más tarde, Gadd tal vez se habría sorprendido al descubrir que Netflix podría terminar estrenando su nuevo programa después de todo.

HBO Max seguirá funcionando como hasta ahora, y el estreno de la plataforma en el Reino Unido tendrá lugar en marzo de 2026, según lo previsto. Pero si la adquisición por parte de Netflix se lleva a cabo, ¿qué podría significar esto a largo plazo? Parece probable que los títulos históricos de HBO, como *Juego de Tronos* y *Los Soprano*, tengan una presencia cada vez mayor en Netflix, mientras que los nuevos programas estrenados en exclusiva en HBO Max, como *The Pitt* y *Hacks*, seguirán estrenándose allí.

Se trata de un servicio que se enorgullece de ser el centro neurálgico de la producción de HBO, parte de la cual no tiene cabida en varios territorios del mundo, por lo que su propósito podría verse algo mermado si muchos de los proyectos pueden encontrarse de repente en otro servicio de *streaming*. Por eso, Gregory Peters, codirector ejecutivo de Netflix, ha sugerido la posibilidad de ofrecer paquetes de suscripción, lo que sugiere que los clientes podrían tener HBO Max si no quieren Netflix.



Netflix será, por extensión del acuerdo con Warner Bros., propietaria de la serie de HBO 'Juego de Tronos' *(HBO)*

El director ejecutivo de Warner Bros, David Zaslav, dejó claro, en una grabación obtenida por *Business Insider* que "la gente que solo quiera HBO Max, podrá tenerlo". Sin embargo, cuando Netflix se haga cargo, él no tendrá ningún poder de decisión sobre lo que ocurra.

¿Y el futuro de la televisión y el cine en general?

El gran debate en estos momentos es qué significa para el futuro del cine y la televisión que Netflix, un servicio que tendió un puente entre la gran y la pequeña pantalla allá por 2013, se convierta en un conglomerado de Hollywood que rivalice con Disney. Si el acuerdo llega a buen puerto, Netflix no solo contará con sus propias propiedades —desde *Stranger Things* hasta *El juego del calamar*—, sino también *Harry Potter* y toda la producción de DC Studios.

Sarandos sugirió que Netflix podría lanzar producciones derivadas de títulos ya existentes de Warner Bros: "Al combinar la increíble biblioteca de programas y películas de Warner Bros. —desde clásicos como *Casablanca* y *Citizen Kane* hasta favoritos modernos como Harry Potter y *Friends*— con nuestros títulos que ya forman parte de la cultura global, como *Stranger Things*, *Las guerreras K-pop* y *El juego del calamar*, podremos hacerlo aún mejor. Juntos, podremos ofrecer más de lo que la gente ama y ayudar a definir el próximo siglo de narrativas audiovisuales".

Puede que esto no signifique que de repente vayamos a tener una serie secuela que explore, por ejemplo, la "hermosa amistad" de los personajes de *Casablanca* Rick Blaine y Louis Renault, o una precuela de *Friends* sobre Janice, pero tampoco lo descarta necesariamente. Después de todo, HBO ha tenido un gran éxito con la serie *Bienvenidos a Derry*, una precuela basada en el éxito de taquilla de las películas *It*, y con Netflix a cargo, se puede extraer una amplia biblioteca de proyectos con potencial para un *spin-off* al estilo de *Merlina*, la exitosa serie derivada de *Los locos Addams*.



'Casablanca' es una de las miles de películas que Netflix poseerá en virtud del acuerdo con Warner Bros. *(Warner Bros. Pictures)*

Por otra parte, James Gunn podría estar un poco preocupado. El cineasta fue nombrado codirector ejecutivo de DC Studios junto a Zaslav en 2022, y ha dirigido cuidadosamente a Warner Bros. desde una serie de fracasos de DC hacia el éxito crítico y comercial, ya sea la superproducción de 2025 *Superman* o la serie de HBO

Max *Peacemaker*. El acuerdo podría enturbiar las aguas si de repente se produce un brote de proyectos planteados por los nuevos ejecutivos a cargo. Harían bien en recurrir a la experiencia de Gunn.

Y por último, ¿qué nos deparan los videojuegos de Warner?

Para los jugadores de videojuegos, no hay muchas buenas noticias en el horizonte. Peters dijo a los inversores que la división de juegos de Warner no había sido un factor a tener en cuenta a la hora de cerrar el acuerdo, ya que "son relativamente menores dentro del panorama completo". Esto no augura nada bueno para el futuro de la división bajo la propiedad de Netflix. Si bien es cierto que Warner Bros. Games últimamente no ha sido la referencia que solía ser, no se puede negar su impacto, con el lanzamiento de la franquicia Arkham y el *spin-off* de Harry Potter, *Hogwarts Legacy*, el cual vendió más copias en EE. UU. en 2023 que *Call of Duty*.

No se sabe exactamente cómo cambiarán las cosas oficialmente en caso de que se apruebe la adquisición, pero es importante destacar que los comentarios anteriores de Sarandos fueron emitidos por este en calidad de rival de Warner Bros. Tiene sentido que hace un par de años quitara importancia, por ejemplo, al éxito cinematográfico de *Barbie* y *Oppenheimer*, pero como nuevo jefe supremo de los estudios, sería tonto si lo ignorara.

Traducción de Sara Pignatiello

The Hollywood Reporter



From left: 'Sirat,' 'Sinners,' 'Sentimental Value,' 'Peter Hujar's Day,' 'The Secret Agent,' 'Marty Supreme' and 'One Battle After Another.' Neon/Courtesy Everett Collection (2); Courtesy of Warner Bros. (2); Kasper Tuxen/Neon/Courtesy Everett Collection; Janus Films/Courtesy Everett Collection; A24/Courtesy Everett Collection

The Last King of Hollywood: Inside the War Over Warner Bros.

As the $100 billion war over the studio intensifies, Ted Sarandos and David Ellison are both battling for dominion over a fading Hollywood. But the real kingmaker may turn out to be the Don in the White House.

By Steven Zeitchik December 12, 2025

On Dec. 4, as Hollywood was metabolizing the news that the studio of Citizen Kane, Casablanca and Harry Potter was about to be owned by the platform of Tiger King, Dahmer and Squid Game, I reached out to a high-ranking studio executive in town to gauge his thoughts. “Disaster,” he texted, before proceeding to explain how the swallowing of a studio by a streamer would spell bad news, whether it meant no Warner Bros. films to sustain movie theaters or a lot less Netflix outside licensing to sustain movie studios. The streamer of House of Cards could bring down the whole shaky structure.

By Monday, with Paramount's David Ellison tilting at windmills to try to stop Ted Sarandos' Netflixian invasion, the studio executive hummed a different tune. He didn't feel as morose as he did a few days earlier, he said. Not that he thought disaster was any less likely — even if Ellison won, major consolidation awaited, plus Ellison's Trump connections. No, the executive had simply resigned himself to the contracting Hollywood this all represented. To this new arena of few big, let alone original, hits; to a place where expensive, corporatized storytelling could hold no candle to the quick-turn, inexpensively made short videos young people watched or the quick-turn, inexpensively made long podcasts older people listened to.

And so rather than choose between two false saviors, he decided just to take out the popcorn and watch them duke it out.

You couldn't avoid the irony: The drama for how traditional Hollywood will be devoured is now as entertaining as anything Hollywood could ever come up with. Movies have conflicts between gritty human characters; late-stage capitalism has the son of a tech centibillionaire and the leader of a $400 billion international giant trading insults at Wall Street-analyst conventions. (Ellison: "Netflix … offers inferior and uncertain value." Sarandos, wearily: "Entirely expected.")

Oh, and don't forget Saudi money and the president's son-in-law, both financing Ellison's bid — or both parties cozying up to a president who fancies himself an M&A gatekeeper.

The town's leadership gap is impossible to miss; the C-suite is fading with no big names to fill it. Comcast's Brian Roberts (66) and Disney's Bob Iger (74) both preside over companies whose models, of cable subscriptions and theme-park merchandising, now seem less aggressively capitalistic than quaintly from another era — and how much longer are those guys here for, anyway? (Iger's announcement Thursday that Disney would be going all in on recycled-AI videos did not, for all its patina of the future, suggest a bold leap forward.) Many of the leaders-in-waiting lack the stature or vision, and those that appear to have it — Universal's Donna Langley and Disney's Dana Walden or Josh D'Amaro come to mind — have to fight boards, share prices and, most crucially, falling profits that don't facilitate risk-taking and vision.

In comes Sarandos, who has defied the odds at every turn with his upstart streaming company, and Ellison, born on third base with a fierce determination to be a mogul. These are our options. These are the two men vying to be the Last King of Hollywood. Two men, separated by 20 years but united by their belief that they are the true standard-bearers of the Dream Machine that Jack Warner and Irving Thalberg and Carolyn Strauss and Bob Evans and Sheri Lansing and Barry Diller built way back in the 20th century.

Sarandos: "We want HBO to double down on the things that people have loved for 50 years." Ellison: "We love the movie and entertainment business; we believe deeply in its future and we want to preserve and strengthen it." Never mind that neither man before this year has ever presided over anything close to a traditional

Hollywood entertainment entity. And one of them, Sarandos, has shown flashes of disdain for it.

In some ways, the purchase of one of the oldest studios by one of the newest disrupters would be a development long coming. Silicon Valley has been devouring the traditional industry for many years now — forcing companies to alter their business models, spending practices, release patterns and, soon enough in this age of AI, their production methods. And yet something feels jolting. Netflix was a disrupter, a forever-scrapper trying to gain the respect of Warner Bros. It wasn't supposed to be owning Warner Bros. It's hard to fathom now, but talk for years was of how a major studio might buy Netflix, not the other way around.

David Ellison seems an even less likely leader: An up-and-down movie financier with cloud-software money is not supposed to become the industry's biggest kingpin in the space of a few years. At least Rupert Murdoch built his thing.

But the identity of this Hollywood king, for all the understandable business headlines and drama, is in a way beside the point. With the empire so bleak, you could wonder why anyone would want to rule it at all. Audiences are distracted, costs are unmanageable and automation is coming; soon, everybody who ever wrote a piece of fan fiction will be able to make a film with the push of an LLM button (as Disney just accelerated). Why own the lot when anyone can scale the gate?

Green shoots will emerge and people will fight back, of course; the nature of human striving, and dare I say the Hollywood soul, is to chafe at the hegemony. But the Hollywood that any of us have known, that of a feverish machine of human-led movie studios and television networks and cable channels and, yes, streamers, all cranking out levels of newness for people to enjoy and argue about, seems for the first time in our lives not just imperiled but doomed to degradation.

And so it makes you wonder what exactly either of these would-be emperors hopes to control. Box office is wobbly, broadcast and cable television are in the sunken place, and online platforms like TikTok and YouTube regularly wipe the floor even with Netflix, as the company's own executives reminded at a Wall Street conference Monday in their (ironic) bid to seem like underdogs to federal regulators. It would be like Alexander the Great triumphantly riding into Persia only to realize the Royal Road was full of potholes. What exactly has been conquered?

Never mind the ways this king will be overlorded by the real emperor — less a ruler than a colonial governor. Sarandos reportedly met with Trump at the White House this month after previously meeting with him at Mar-a-Lago; Ellison sat with him in the Kennedy Center after previously sitting with him at a UFC Fight (apply your own metaphors).

The desperate wooing of Trump-world figures has been evident with both men. Sarandos reportedly brought former Trump administration official Clete Willems to the White House meeting. Ellison hired another former Trump administration official, Makan Delrahim, as Paramount's chief legal officer. The 42-year-old even brought on Jared Kushner's investment company to his Warners bid. At one of the meetings between Ellison's and Trump's emissaries, Ellison reportedly promised

“sweeping changes” to CNN if somehow Trump can jury-rig Warner Bros. to him. The Hollywood throne is not Augustus but Honorius, who had to rely on a military strongman to maintain his hold on power. And in the end, Rome was sacked anyway.

Meanwhile, the bidding keeps going up — $50 billion! $60 billion! $80 billion! $110 billion! On Tuesday, former Disney executive Kevin Mayer, who helped that company buy Fox eight/a million years ago, said he expected Ellison to make a “meaningfully sweetened offer” even beyond that last figure (if it gets high enough, Netflix may walk away). When you lack confidence in what you’re buying, you derive meaning from the price tag. Certainly something that costs that much can’t be worth so little?

In a sane world, Hollywood and its impressive storehouse of wildly creative minds, of course, is worth a lot; the number of storytellers and craftspeople is dazzlingly still the highest per capita of any place on the planet. But our world has gone upside down, with tech companies that algorithmize emotion or recycle the past seen as innovators while the beacons of originality — writers and directors and actors and editors and production designers — are the ragtag back-of-the-plane survivors from the other side of the Lost island. The company that programmatically serves up true-crime dopamine hits is the pioneer; the money that flows from cloud-software platforms the protector. I don’t know that a younger Ellison family member has ever been an underdog a day in their lives. Yet somehow here we are, a whole swath of the business chanting “Save Us Davey,” without stopping to ask who would save them from him.

Meanwhile, some in Hollywood are rooting for Sarandos to save the business from the Trump-aligned Ellisons, without stopping to ask who will save the business from Sarandos.

The dilemma in all this seems impossible. Opt for the algorithm and the likelihood of theaters going away, or go for the studio of Brett Ratner and a cable-news network shadow-run by Trump and maybe lose theaters anyway. Yet between these two men, only one can rule — not because the empire is so vast but because, in the end, the spoils are so few.

David Ellison's Netflix Scare Tactic Runs Into European Reality

Paramount pitches Netflix as a European Union nonstarter, but regulators seem unfazed — and Trump may be the only audience that matters.

By Scott Roxborough December 13, 2025 5:00am



David Ellison Alberto E. Rodriguez/Getty Image

In his pitch to Warner Bros. Discovery shareholders to accept Paramount Skydance's $108 billion hostile takeover bid, David Ellison has repeatedly argued that European regulators will never allow Netflix to buy Warner Bros. Discovery. In his Dec. 10 letter to WBD shareholders, Ellison said the Paramount buyout deal offers "a much shorter and more certain path to completion," insisting that the European Commission and the U.K.'s Competition and Markets Authority would balk at allowing the world's largest streamer to swallow one of its few global competitors.

Ellison's argument hinges on Netflix's dominance in Europe. With roughly 51 percent of the continent's subscription video on-demand (SVOD) market, he characterizes Netflix's move as "a blatant attempt to eliminate one of Netflix's only viable international competitors in HBO Max." He says EU regulators would reject Netflix's preferred market definition — a broad "all internet-enabled video" category that lumps subscription streaming together with YouTube, TikTok and other platforms — and instead focus narrowly on SVOD, where Netflix's share is most pronounced. In

his telling, EU laws such as the Digital Services Act and Digital Markets Act were written "for a situation precisely like this."

Not everyone agrees. The Hollywood Reporter spoke to several European antitrust experts and most believe that both Paramount's and Netflix's buyout deals would face regulatory scrutiny by the EU, but neither is likely to be stopped.

"The European Commission has never blocked this kind of merger, of platform or studio concentration before. They're not going to start doing it now," says Cristina Caffarra, an expert antitrust economist who advised on multiple prior media mergers before the Commission, including the recent Amazon MGM buyout. The regulatory process would be long, she says, going to so-called "Phase II investigations" which can take months or even years to complete, but the EU will land on "remedies" to ensure fair competition instead of an outright ban.

She points to Disney's purchase of 21st Century Fox in 2019, which cleared the EC after Disney agreed to sell off several European factual TV channels, including History and Lifetime, because these overlapped with Fox's National Geographic channels in certain EU territories. Amazon's 2022 acquisition of MGM, perhaps a closer comp to the Netflix-Warners deal, sailed through the EC unconditionally. In both cases, regulators zeroed in on specific overlaps — in channels, sports rights, or cable bundling — but seemed unconcerned by broader fears of studio consolidation, theatrical releases or streaming dominance.

European media companies would likely prefer a Paramount deal. Pier Silvio Berlusconi, chief executive of pan-European broadcaster MFE-MediaForEurope, has argued a Paramount-Warners merger would boost SVOD competition.

"It would mean that instead of three major over-the-top players – Netflix, Amazon and Disney– there would be four, adding another competitor for them," Berlusconi said at a press briefing at MFE's headquarters on Dec. 11.

But how much Netflix's market share actually matters is also disputed. "[President] Trump raised the issue of Netflix having a high market share and HBO Max adding to that, which is true — but whether it's a regulatory issue is another matter," says Alice Enders of U.K.-based Enders Analysis. "On the internet, there are no real barriers to entry. The fact that HBO Max was able to gain market share from Netflix shows that…It's hard to argue that Netflix and HBO would create a combination that would have an unassailable market share in streaming."

Enders argues that Paramount's bid contains its own European vulnerability: The foreign money, including sovereign wealth funds from Saudi Arabia, Qatar and Abu Dhabi, and RedBird Capitol, controlled by U.A.E. deputy prime minister Sheikh Mansour, backing Ellison's Paramount Skydance bid.

"Europeans have very strong hesitation about allowing foreign state investment in broadcast media," she says. "So I think something like the Netflix deal actually has lower regulatory barriers."

The foreign-ownership issue is particularly sensitive in the U.K., which recently tightened its laws to prevent foreign state control of news outlets and can intervene in media mergers under national security powers. Those rules are believed to have contributed to RedBird's decision to pull out of early-stage talks to acquire ITV Studios earlier this year. While sovereign wealth backing would not automatically derail a Paramount–WBD merger, it gives regulators political leverage to probe the deal more deeply.

Paramount itself has indicated that foreign involvement in the WBD takeover could raise regulatory red flags. In its revised filing with the U.S. Securities and Exchange Commission of its takeover bid, dated Dec. 8, Paramount said the Chinese media giant Tencent was an inital backer of their buyout deal but had dropped its $1 billion financing commitment out of concern, since it would be a "non-U.S. equity financing source," that its bid might be subject to a review by the Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS). The SEC filing said the foreign sovereign wealth funds, putting up $24 billion for Paramount's bid, had agreed to give up a right to participate in Warner Bros' management to avoid the additional regulatory scrutiny.

As Ellison sharpens his regulatory case in Europe for a Paramount deal, he is also framing the Netflix bid as a broader threat to Hollywood's ecosystem. Netflix's ownership of Warner Bros. would "starve theatrical distribution" and accelerate the erosion of U.S. film production. Paramount, in contrast, has pledged to release more than 30 movies a year and protect theatrical windows. "We're friendly to Hollywood and they're not," is how Enders summarizes the studio's pitch. "That's not a competition argument. It's a political argument. An industrial-strategy argument. And it plays into Trump's idea of putting tariffs on foreign films — all about the decline of Hollywood as a production center."

Increasingly, the political argument may be the only one that matters. The president has already declared that he, not the regulators, will ultimately decide who gets Warner Bros. Discovery. "I'll be involved in that decision," Trump said on Dec. 7 when asked about the competing takeover bids.

Paramount is betting hard on that reality. The Ellisons — David and his father, Larry — have spent months aligning themselves with Trump as they pursue a broader media empire. They pushed CBS News toward a more Trump-friendly editorial posture by installing Bari Weiss as editor-in-chief, revived Rush Hour 4 reportedly at Trump's urging. If their Warner deal goes through, David has reportedly promised to make sweeping changes at Warner-owned CNN, a network Trump has long targeted.

In the current environment, that political alignment in Washington may mean more than any regulatory objections coming out of Brussels. European regulators can be expected to dissect any deal that lands on their desk but will most likely wait until the DOJ has made its ruling. Europe's antitrust authorities are, in theory, politically independent, but they are unlikely to block any deal bearing Trump's stamp of approval.

Caffarra argues that geopolitical calculus — not market definition or competition law— will decide the fate of Warner Bros. Discovery. “Everybody knows that when push comes to shove, [the European Commission] will not do anything that remotely upsets the U.S. administration,” she says. “The final decision has already been taken, and it is whatever President Trump wants to do.”

Público
STOP GENOCIDIO

Del 'blockbuster' al algoritmo: las claves de la guerra entre Paramount y Netflix por comprar Warner

La puja por adquirir uno de los estudios con más solera del mundo no solo es una lucha por liderar la industria audiovisual, sino también una pelea por controlar el paradigma cultural que domina el mundo.

Quien acabe controlando Warner inclinará definitivamente la balanza de poder en Hollywood a su favor. "Puede que las salas de cine den dinero, pero el futuro está en el negocio digital", afirma Elena Neira.



Jorge Otero Madrid-14/12/2025 21:00-Actualizado a15/12/2025 07:50

Un terremoto sacude el espinazo de la industria audiovisual de Estados Unidos. La guerra entre Netflix y Paramount Skydance, dos gigantes del sector, por hacerse con el control de Warner Bros Discovery va más allá de una mera operación empresarial: no solo es una lucha por el liderazgo global del mercado del entretenimiento, sino también una pelea a cara de perro por controlar el paradigma cultural que domina el mundo.

Aún no se sabe en qué manos acabará Warner, uno de las marcas cinematográficas con más solera del mundo, pero quien acabe controlando este estudio inclinará definitivamente la balanza de poder en Hollywood a su favor. Tanto Netflix como Paramount confían en ganar. Saben que solo puede quedar uno.

Pase lo que pase, lo que está ocurriendo en torno a Warner es digno de aparecer en la serie Succession. Esta guerra viene larvándose desde hace meses. De hecho, varios medios estadounidenses ya han calificado esta operación como "un culebrón" con repercusiones económicas, políticas y culturales.

Elena Neira, experta en distribución audiovisual y plataformas digitales y profesora de los Estudios de Comunicación Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y de Distribución Audiovisual en la Universidad Internacional de Cataluña (UIC), cuenta a Público que toda esta operación nace después de que Warner Bros. Discovery anunciara que la fusión culminada en 2022 había sido fallida y que estaba "tan mal" que quería separar su negocio de streaming y producción cinematográfica de las cadenas de televisión, un auténtico lastre en sus cuentas. Anunció su intención de vender antes de la primavera de 2026.

Paramount fue entonces la primera en disparar: el pasado mes de octubre ofreció 27 dólares por acción por el 100% de Warner. Netflix y Comcast, otro conglomerado mediático de televisión por cable, Internet y telefonía, se sumaron después a la puja —alentada por la propia Warner—, aunque sus ofertas eran solo por una parte de la compañía y no incluía Discovery Global ni la parte de las televisiones de Warner.

> Varios medios estadounidenses ya han calificado esta operación como "un culebrón"

El pasado viernes 5 de diciembre parecía que todo estaba atado y bien atado por Netflix. Ese día, la plataforma de streaming anunció que había cerrado un acuerdo para comprar parte del negocio de la Warner: iba a pagar 82.700 millones de dólares (71.090 millones de euros) por los estudios cinematográficos y su competidora directa HBO Max, con todo su catálogo de series y películas. Netflix dejaba fuera del acuerdo las cadenas de televisión por cable de Warner, incluida la división de noticias y la emblemática CNN.

Sin embargo, el lunes siguiente, el pasado 8 de diciembre, Paramount, otra marca que remite al Hollywood clásico, lanzaba una OPA hostil por 108.000 millones de dólares (92.700 millones de euros) para hacerse con todo el conglomerado Warner Bros Discovery, incluidos canales de televisión como CNN, TBS o HGTV.

La oferta de Paramount asciende a 30 dólares por acción en efectivo, superando los 27,75 dólares ofrecidos por Netflix entre efectivo e intercambio de acciones. La plataforma de streaming afirma estar "superconfiada" en cerrar el acuerdo previamente pactado.

Los responsables de Paramount defienden que su oferta es de "mayor valor" y aseguran que contarán con la aprobación regulatoria que tiene que dar el Gobierno de Estados Unidos.

Elena Neira resume por qué hay tanto interés en una compañía como Warner, que arrastra una deuda de 50.000 millones de dólares (42.650 millones de euros) y que ha sido vendida cuatro veces en los últimos diez años: "Estamos asistiendo a un movimiento significativo hacia la concentración empresarial. Paramount decide comprar Warner Bros Discovery, entre otras cosas porque las grandes majors [estudios] de Hollywood saben que les va a resultar imposible competir con los grandes unicornios digitales como Netflix y Amazon si no es mediante la compra o la fusión con otras empresas del sector. Puede que las salas de cine den dinero, pero el futuro está en el negocio digital".

Cuando Netflix anunció el acuerdo final, todo parecía ya cerrado. Fue entonces cuando Paramount echó el resto con su OPA. La operación de Paramount es ambiciosa: cuenta con el respaldo de fondos de Arabia Saudí, Catar y Abu Dabi, que aportarían capital para cubrir 41.000 millones de dólares en participación patrimonial, complementando así los 54.000 millones de dólares en deuda asegurada con bancos estadounidenses.

Además, entre los inversores que respaldan la OPA de Paramount se encuentra Jared Kushner, asesor y yerno de Donald Trump, quien participa a través de su firma de inversión privada Affinity Partners. Kushner juega un papel decisivo en esta operación por su parentesco con el presidente de Estados Unidos, que también tiene mucho que decir al respecto.

El papel de Trump

Los medios especializados en Estados Unidos creen que la baza de Trump puede decantar el duelo entre Paramount y Netflix en favor del primero. Sin embargo, esos mismos medios también apuntan que la combinación de capital extranjero y actores vinculados a la política marca "un giro poco habitual en operaciones de esta magnitud", lo que genera dudas entre los reguladores por posibles conflictos de interés.

Hasta ahora Trump ha querido mostrarse imparcial. Aunque en un primer momento dijo que no le gustaba nada la oferta de Netflix por Warner, dos días después dijo que no tenía amigos ni en la plataforma de streaming ni tampoco en Paramount. Pero eso no es cierto del todo: la opción de Paramount parte con una ventaja, la de su cercanía al presidente de Estados Unidos. Además de su yerno, el presidente y director ejecutivo de Paramount Skydance es David Ellison, hijo del multimillonario Larry Ellison, fundador de Oracle e íntimo amigo del presidente estadounidense. De hecho, hace unos meses Trump dejó en manos de su amigo Larry y de Oracle el control del algoritmo de TikTok para que esta red social pueda seguir operando en Estados Unidos.

Hay, además, otro factor que puede jugar un papel determinante e inclinar la victoria del lado de Paramount: el control de la CNN, a la que Trump demoniza siempre que puede. De hecho, hace unos días aseguró que la cadena de noticias se dedica a difundir "mentiras y veneno". "Paramount considera que hacerse con el control de CNN le va a procurar el apoyo de Trump", certifica Elena Neira. Sin embargo, eso no está tan claro: este pasado miércoles Trump se opuso a que Warner siga conservando la propiedad de la CNN independientemente de quien sea el comprador. "Creo que es imperativo vender CNN", indicó el mandatario. Si Netflix decide incluir en el lote a la cadena de noticias también ganará puntos ante el inquilino de la Casa Blanca.

Elena Neira no cree que Paramount lleve ventaja a Netflix. Si bien es cierto que la oferta de la plataforma de streaming inquieta en el corazón de Hollywood, "la oferta de Paramount no es tan sólida como se vende", aduce Elena Neira. "Hay dos factores que pueden jugar en contra. El primero de ellos es el origen del dinero y los miles de millones que llegan de los fondos árabes. Que de repente parte de la industria de Hollywood esté en manos de los árabes no gusta en Estados Unidos. El segundo factor es que Paramount es una compañía que tiene menos valor en bolsa y está mucho más endeudada que Netflix, y eso lo tienen en cuenta los inversores", apostilla Neira. Hay incluso un tercer factor que juega en contra de Paramount: como señala Neira, "menos del 30% de las OPA en Estados Unidos salen adelante". La experta pone el ejemplo de la fallida OPA del BBVA sobre el Banco Sabadell para ilustrar este caso.

Quizás por eso Paramount no está perdiendo el tiempo. David Ellison se reunió el pasado martes —solo un día después de anunciar la OPA— en Nueva York con varios accionistas de Warner para buscar su "respaldo" y alentarles a expresar a la cúpula que la oferta de Paramount es mejor que la de Netflix. Según The Wall Street Journal, los principales accionistas de Warner prevén una "guerra de ofertas" y creen que tanto Paramount como Netflix van a mejorar las suyas. Warner estima que el valor real de sus acciones está entre 31 y 32 dólares. Los accionistas tienen hasta el próximo 8 de febrero para pronunciarse sobre la OPA de Paramount.

Modelo cultural en juego

La compra de Warner no es solo una guerra empresarial con final incierto y repercusiones políticas. Es también una guerra de modelo cultural. "Si Netflix acaba comprando Warner, eso tendría unas implicaciones económicas, pero también diría que casi filosóficas", mantiene Elena Neira.

La victoria de Netflix supondría lo que algunos medios han definido como "el paso del blockbuster al algoritmo". La industria de Hollywood tiembla ante la posibilidad de que Netflix se lleve toda la producción de Warner al streaming o cierre el grifo a nuevos proyectos.

Elena Neira: "Hollywood todavía mira a Netflix por encima del hombro"

Elena Neira sostiene que Hollywood "no está preparado" para darle parte del pastel a una empresa como Netflix que nunca ha mostrado interés por estrenar sus producciones en salas de cine, a pesar de que ahora su director general, Ted Sarandos, diga que Netflix seguirá estrenando las películas "como se estrenan hoy". "Netflix se ha convertido en un actor muy relevante en la industria del entretenimiento, pero Hollywood todavía le mira por encima del hombro", apostilla Elena Neira.

"Para Netflix comprar Warner le supondría no solo convertirse en una compañía de medios tradicional, sino que, además, le permitiría llevar su negocio de distribución digital a otro nivel porque echaría el guante a un montón de propiedades intelectuales y de producciones de Warner", añade esta experta en la industria audiovisual.

Neira se refiere al amplio y reconocido catálogo que maneja Warner. Grandes producciones como todo el universo DC, y franquicias como Batman, El Señor de los Anillos o Harry Potter pasarían a manos de Netflix. Ocurriría lo mismo con el catálogo de HBO Max y series como The Big Bang Theory, Los Soprano o Juego de tronos.

Más caro para el consumidor

Esa concentración de buena parte de la oferta audiovisual en un solo proveedor preocupa en Hollywood y a los reguladores. De hecho, Paramount confía en que la posición dominante de Netflix en el sector del streaming sea un obstáculo para que la compañía de la N mayúscula termine comprando Warner.

Pero si Paramount se lleva el gato al agua, también habrá consecuencias. "Tendríamos una concentración horizontal en el ámbito de la distribución y de las salas de cine. Paramount tendría una tarta de una cuota de exhibición de películas muchísimo más grande", matiza Neira.

De cara al consumidor eso se traduciría en un aumento de los precios, sobre todo en el caso de que fuera Netflix la vencedora de la contienda. "Si tú tienes una cuota de mercado ya grande y además tienes en tu cartera algunas de las propiedades intelectuales más valiosas de la industria, puedes fijar los precios como te dé la gana", dice Elena Neira.

Lo cierto es que la batalla está más abierta que nunca. Hollywood, mientras tanto, contiene la respiración. Neira explica que tanto Netflix como Paramount mantienen "posturas muy conservadoras" para no herir susceptibilidades entre los trabajadores de Hollywood.

Sea quien sea el ganador, la operación desde el punto de vista empresarial y político levanta muchas suspicacias, incógnitas y dudas, aunque algunas empezarán a despejarse pronto.

Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy

Hollywood Inc.

What happens to CNN if President Trump gets his way?



Then-former President Donald Trump speaks at a debate with then-President Joe Biden, June 27, 2024.

By Stephen Battaglio Dec. 13, 2025 3 AM PT

- Trump is leveraging the Warner Bros. Discovery acquisition battle to demand new CNN ownership and leadership, dismissing the network's current management as a "disgrace."
- While the future of the network is uncertain as WBD juggles negotiations with Netflix and a hostile takeover bid by Paramount, Paramount's CEO has signaled plans to overhaul CNN, potentially merging it with CBS News if his company acquires WBD.

- Shifting CNN rightward to appease Trump risks accelerating a ratings decline, as experts argue the network can't compete with Fox News' deeply loyal audience.

President Trump wants a very different kind of CNN if the cable news channel's parent Warner Bros. Discovery changes hands.

As details emerge in the battle between Netflix and Paramount over control of the historic movie studio and its streaming and TV assets, Trump has made it clear he wants new ownership and leadership at the network that has been the prime target in his attacks on the mainstream media over the last decade.

"I think the people that have run CNN for the last long period of time are a disgrace," Trump told reporters Wednesday. "I don't think they should be entrusted with running CNN any longer. So I think any deal should — it should be guaranteed and certain that CNN is part of it or sold separately."

White House Press Secretary Karoline Leavitt echoed Trump's sentiment Thursday from her lectern after a testy exchange with CNN anchor Kaitlan Collins. "Their ratings have declined, and I think the president rightfully believes that network would benefit from new ownership with respect to this deal," Leavitt said.

Trump has said he will be "involved" in the government's regulatory review of a WBD deal. Injecting the president's animus toward CNN — which goes back to his presidential campaign in 2016 — into the process has insiders at the network worried that journalistic independence will be sacrificed for the sake of a Warner Bros. Discovery deal.

CNN declined to comment.

A Wall Street Journal report said Paramount Chief Executive David Ellison has signaled to Trump administration officials he would make "sweeping changes" to CNN if his company took control. (A representative for Ellison declined comment.)

Ellison has said he would combine CNN's newsgathering operations with Paramount's CBS News, where conservative-friendly Bari Weiss has been installed as editor in chief. Such a move would follow the $16-million settlement Paramount reached with Trump earlier this year resolving a dispute over a "60 Minutes" interview featuring then-Vice President Kamala Harris.

Trump said he wants to see a new CNN owner even if Netflix prevails. Netflix's $72 billion offer does not include CNN or WBD's other basic cable properties. Paramount has countered with a $78 billion offer.

What Trump desires is more favorable news coverage. But pandering to the White House could have a dubious outcome from a business standpoint for the next CNN owner.

The cable news landscape has evolved over the last decade as the country's politics have become more polarized and tribal.

The trend helped the conservative-leaning Fox News and progressive MS NOW (formerly MSNBC), both of which have seen their audiences grow over that time even as the number of pay-TV homes has declined dramatically.

CNN has tried to stake out the middle ground, although its aggressive coverage of Trump's first term created a perception it had moved left, especially as more commentary was added to its prime time programs.

CNN already saw the impact of attempting to bring more right-leaning voices to its program under Chris Licht, the executive brought in to run the network in 2022. He was under a mandate from Warner Bros. Discovery Chief Executive David Zaslav, who publicly said the network needed to appeal more to conservative audiences.

The network experienced an immediate exodus of viewers, putting it in third place behind MS NOW. CNN was generating $1.2 billion in profit earlier in the decade. This year, the figure is expected to be in the range of $675 million.

Jon Klein, a digital entrepreneur and former CNN president, said it would be folly for his former network to blatantly court conservatives again.

"You're not going to convince all those Fox News viewers that suddenly CNN is friendly to them and their way of life," he said. "These are much older viewers who don't change their habits so easily. There has been mistrust that has been fostered over many years."

Klein noted that even upstart right-wing networks that provide unwavering support of Trump — Newsmax and OAN — haven't made a dent in Fox News' dominance. MS NOW would be the beneficiary of any rightward shift by CNN, he added.

"It would accelerate the ratings slide and they become completely irrelevant," said another former CNN executive who did not want to comment publicly.

Fox News does more than provide largely sympathetic coverage and commentary for Trump. Rupert Murdoch's network has worked at forging a deep connection with viewers, which has made it the ratings leader since 2002.

The lineup of highly paid Fox News personalities is reliably in sync with the audience's values and the hot-button issues that keep them tuned in. Viewer loyalty has helped the network attract hundreds of new advertisers in recent years, with some integrating patriotic messages into their marketing efforts.

"Fox is an incredibly well-oiled machine," Klein said.

Klein said CNN and other legacy news organizations are better off focusing on developing an effective digital strategy to insure their future as traditional TV viewing declines, instead of chasing ideological balance.

Attempting to satisfy Trump's desire for more positive coverage is a slippery slope. While Paramount appointed an ombudsman to CBS News and brought in Weiss — moves aimed at clearing the regulatory path for its merger with Skydance Media — Trump is still lashing out at coverage he doesn't like.

After a "60 Minutes" interview with Rep. Marjorie Taylor Greene (R-Ga.) aired Dec. 7, in which she was highly critical of Trump, the president said the program is "worse" under new ownership.

The only significant move to attract conservative viewers under Weiss is her prime time interview with the widow of slain right-wing activist Charlie Kirk that airs Saturday.

"I think the prevailing wisdom over there is this notion that at least if they stay out of the clutches of Paramount, some rich philanthropist will buy them and they'll be fine," said the former CNN executive.

But if Netflix gets WBD without CNN, there is no guarantee it would not end up with a Trump-friendly owner if the network were spun off separately. The rank and file may wish for Laurene Powell Jobs, chair of the Atlantic, but could end up with a deep-pocketed right winger.

CNN Chairman Mark Thompson's message to the troops is keep calm and carry on. "I know this strategic review has been a period of inevitable uncertainty across CNN and indeed the whole of WBD," Thompson told staff in a recent memo. "Of course, I can't promise you that the media attention and noise around the sale of our parent will die down overnight. But I do think the path to the successful transformation of this great news enterprise remains open."

Trump's anger toward CNN has become more personal as time has gone on. He has insulted reporters during press briefings and reportedly has told people he wants to see the firing of anchors Erin Burnett and Brianna Keilar.

Oddly enough, it was Burnett's journalism that provided Trump with video for his most effective commercial of his 2024 campaign.

Burnett conducted the 2020 interview with Kamala Harris where the former vice president expressed her support for providing medical care to prisoners undergoing gender-affirming care. A clip of the segment was used in the commercial that said “Kamala’s for they/them, President Trump is for you.”

Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy

Hollywood Inc.

As Netflix and Paramount circle Warner Bros. Discovery, Hollywood unions voice alarm



The Writers Guild of America West headquarters in Los Angeles in 2023.

By Wendy Lee Dec. 13, 2025 3 AM PT

- Hollywood unions fear a Warner Bros. Discovery sale to Netflix or Paramount will spark consolidation that reduces competition, cuts pay and eliminates jobs.
- Writers' employment in episodic television has plummeted 40 percent while studios cut back streaming content production amid subscriber declines.
- Union leaders are seeking written job guarantees and L.A. production commitments from companies pursuing major cost cuts.

The sale of Warner Bros. — whether in pieces to Netflix or in its entirety to Paramount — is stirring mounting worries among Hollywood union leaders about the possible fallout for their members.

Unions representing writers, directors, actors and crew workers have voiced growing concerns that further consolidation in the media industry will reduce competition, potentially causing studios to pay less for content, and make it more difficult for people to find work.

"We've seen this movie before, and we know how it ends," said Michele Mulroney, president of the Writers Guild of America West. "There are lots of promises made that one plus one is going to equal three. But it's very hard to envision how two behemoths, for example, Warner Bros. and Netflix ... can keep up the level of output they currently have."

Last week, Netflix announced it agreed to buy Warner Bros. Discovery's film and TV studio, Burbank lot, HBO and HBO Max for $27.75 a share, or $72 billion. It also agreed to take on more than $10 billion of Warner Bros.' debt. But Paramount, whose previous offers were rebuffed by Warner Bros., has appealed directly to shareholders with an alternative bid to buy all of the company for about $78 billion.

Paramount said it will have more than $6 billion in cuts over three years, while also saying the combined companies will release at least 30 movies a year. Netflix said it expects its deal will have $2 billion to $3 billion in cost cuts.

Those cuts are expected to trigger thousands of layoffs across Hollywood, which has already been squeezed by the flight of production overseas and a contraction in the once booming TV business.

Mulroney said that employment for WGA writers in episodic television is down as much as 40% when comparing the 2023-2024 writing season to 2022-2023.

Executives from both companies have said their deals would benefit creative talent and consumers.

But Hollywood union leaders are skeptical.

"We can hear the generalizations all day long, but it doesn't really mean anything unless it's on paper, and we just don't know if these companies are even prepared to make promises in writing," said Lindsay Dougherty, Teamsters at-large vice president and principal officer for Local 399, which represents drivers, location managers and casting directors.

Dougherty said the Teamsters have been engaged with both Netflix and Paramount, seeking commitments to keep filming in Los Angeles.

“We have a lot of members that are struggling to find work, or haven’t really worked in the last year or so,” Dougherty said.

Mulroney said her union has concerns about both bids, either by Netflix or Paramount.

“We don’t think the merger is inevitable,” Mulroney said. “We think there’s an opportunity to push back here.”

If Netflix were to buy Warner Bros.’ TV and film businesses, Mulroney said that could further undermine the theatrical business.

“It’s hard to imagine them fully embracing theatrical exhibition,” Mulroney said. “The exhibition business has been struggling to get back on its feet ever since the pandemic, so a move like this could really be existential.”

But the Writers Guild also has issues with Paramount’s bid, Mulroney said, noting that it would put Paramount-owned CBS News and CNN under the same parent company.

“We have censorship concerns,” Mulroney said. “We saw issues around [Stephen] Colbert and [Jimmy] Kimmel. We’re concerned about what the news would look like under single ownership here.”

That question was made more salient this week after President Trump, who has for years harshly criticized CNN’s hosts and news coverage, said he believes CNN should be sold.

The worries come as some unions’ major studio contracts, including the DGA, WGA and performers guild SAG-AFTRA, are set to expire next year. Two years ago, writers and actors went on a prolonged strike to push for more AI protections and better wages and benefits.

The Directors Guild of America and performers union SAG-AFTRA have voiced similar objections to the pending media consolidation.

“A deal that is in the interest of SAG-AFTRA members and all other workers in the entertainment industry must result in more creation and more production, not less,” the union said.

SAG-AFTRA National Executive Director Duncan Crabtree-Ireland said the union has been in discussions with both Paramount and Netflix.

“It is as yet unclear what path forward is going to best protect the legacy that Warner Brothers presents, and that’s something that we’re very actively investigating right now,” he said.

It’s not clear, however, how much influence the unions will have in the outcome.

“They just don’t have a seat at the ultimate decision making table,” said David Smith, a professor of economics at the Pepperdine Graziadio Business School. “I expect their primary involvement could be through creating more awareness of potential challenges with a merger and potentially more regulatory scrutiny … I think that’s what they’re attempting to do.”

Bloomberg

Disney Picks a Side in the OpenAI-Google Rivalry



OpenAI reached an agreement with Walt Disney Co. to license more than 200 characters for the Sora AI video image generator.

By **Austin Carr** December 15, 2025 at 1:03 PM GMT+1

Protecting the magic kingdom

Last week, Walt Disney Co. and OpenAI announced a major licensing agreement that will bring beloved characters like Mickey Mouse and Captain America to the artificial intelligence platform. This deal with Disney, which also agreed to take a $1 billion stake in OpenAI, will soon allow users of services like ChatGPT and Sora to draw on the entertainment company's storied intellectual property for their generative image and video creations.

The same day that the OpenAI deal was announced, news leaked that an attorney for Disney had separately sent Alphabet Inc.'s Google a cease-and-desist letter accusing the search giant of infringing on its copyright on a "massive scale." It specifically alleged Google copied a "large corpus" of Disney material for unauthorized use in training its AI models.

Disney's demands land at a moment when Google's AI products are finally catching on. The soaring popularity of the Gemini chatbot has contributed to a "code red" situation inside OpenAI, where Sam Altman has urged developers to prioritize and expedite improvements to ChatGPT in order to keep competition at bay.

Google models such as its Nano Banana image generator are winning lavish praise for their performance and output. Is Disney just trying to help its new AI ally trip up a tough competitor? Or is the larger aim for Disney to press Google and others to finally pay up for access to its valuable IP?

"We have a longstanding and mutually beneficial relationship with Disney, and will continue to engage with them," Google spokesperson José Castañeda said in a statement. "More generally, we use public data from the open web to build our AI and have built additional innovative copyright controls."

From the start of the recent AI revolution, thorny questions have surrounded use rights for the data that undergird large-scale models capable of generating media. It was shockingly easy to create custom images of, say, Super Mario or Deadpool on services like Midjourney in ways copyright holders might find objectionable.

By contrast, companies that took a more cautious approach to their AI output were often criticized for being overly restrictive. A prompt for Pikachu on Adobe Inc.'s Firefly app, for example, would generate a frightening-looking yellowy monster to avoid potential copyright violations, instead of a perfect depiction of the cute Pokémon character you could get on free-wheeling services.

Disney has since been aggressively fighting back against AI platforms co-opting its many franchises. The company previously sent cease-and-desist letters to Character.AI and Meta Platforms Inc. over similar infringement concerns as it has with Google, and also joined with other media conglomerates in suing Midjourney as well as Chinese AI startup MiniMax for what it described in each case as "theft and exploitation" of its IP. (Midjourney has said AI training is protected by fair use.)

What's interesting about Disney's letter last week to Google, a copy of which Bloomberg News has viewed, is how the capabilities of Google's AI appear to already outshine what OpenAI will be enabled to deliver as part of its new licensing partnership. The letter includes an extensive list of examples of what Disney claims are "infringing outputs" from Google AI apps, such as AI images of Yoda and Darth Vader drinking beers together, or 3-D toy figurines of Homer Simpson. The letter argues Google AI services including Veo, Imagen and Nano Banana are "designed to free-ride off Disney's intellectual property," allegedly to the benefit of Alphabet properties as varied as Workspace and YouTube.

In comparison, OpenAI's licensing agreement with Disney will seemingly allow for little of what competing apps can do, legally or not. Their agreement doesn't include any allowance for OpenAI to use Disney IP in its model training, nor can users play with licensed material in endless ways. Rather, Disney has only licensed 200 of its characters, with specific restrictions on how they can be manipulated and presented with AI tools.

In reaction to the letter, it appears Google has taken some action. A long list of YouTube videos cited in the cease-and-desist as examples of Google's AI services allegedly featuring copyrighted characters have been taken down, with many links noting the video is "no longer available due to a copyright claim by Disney."

However, as of Friday, it was still pretty easy to generate a bunch of supposedly infringing outputs on Gemini, including AI images of Yoda and Darth Vader clanking lagers together. I can't do that on ChatGPT: "Sorry — I can't generate that image because this request violates our content policies," the bot responded. "If you'd like, please send a revised prompt (for example, original characters inspired by sci-fi archetypes, or a parody with clearly non-copyrighted characters), and I'll be happy to help."

Bloomberg

AI

OpenAI Deal to License Disney Characters Is Entirely in Stock



Disney characters perform in the Royal Ball lobby during the Disneyland Hotel reopening celebration at Disneyland Paris in 2024.Photographer: Kristy Sparow/Getty Images

By **Shirin Ghaffary** and **Thomas Buckley** December 15, 2025 at 10:30 PM GMT+1

Takeaways by Bloomberg AI Hide

- OpenAI's deal to license iconic characters from Walt Disney Co. for its Sora video app is entirely in stock warrants rather than a cash licensing fee.
- The terms are intended to align both companies' financial incentives if Sora succeeds, with Disney deferring an immediate payday in favor of a potential greater upside later.
- Disney agreed to take a $1 billion stake in OpenAI and will use OpenAI's software to build new products and experiences, making it one of the ChatGPT maker's best-known customers.

OpenAI is getting access to Disney’s kingdom without cutting a check.

The artificial intelligence company's recent deal to license iconic characters from Walt Disney Co. for its Sora video app is entirely in stock warrants rather than a cash licensing fee, according to people familiar with the matter. OpenAI will offer Disney the option to purchase shares in the high-flying startup beyond its previously announced $1 billion stake.

The terms, which have not been reported, are intended to align both companies' financial incentives if Sora succeeds, said the people, who spoke on condition of anonymity to discuss private information. Disney is effectively deferring an immediate payday from licensing its valuable intellectual property in favor of what could be a greater upside later.

OpenAI and Disney declined to comment.

Last week, the two companies announced that Disney would allow OpenAI's Sora to draw from a library of more than 200 animated and creature characters, including Mickey Mouse, Cinderella, Ariel and Simba. Disney also agreed to take a $1 billion stake in OpenAI at its current $500 billion valuation.

The landmark deal represents the largest equity investment a major studio has taken in an AI model maker to date. For OpenAI, the partnership could help it gain footing in Hollywood and buoy Sora as it faces intense competition from Runway AI Inc. and Alphabet Inc.'s Google, which offer similar AI video generation services.

OpenAI has also spent months talking to the largest studio owners, including Disney, Comcast Corp.'s Universal Pictures and Warner Bros. Discovery Inc., about the creative and commercial potential of Sora, Bloomberg News has previously reported.

As part of the latest deal, Disney agreed to use OpenAI's software to build new products and experiences, instantly turning it into one of the ChatGPT maker's best-known customers.

Bloomberg

FINANCIAL TIMES

Donald Trump

Donald Trump files $10bn lawsuit against the BBC

US president claims UK public broadcaster's 2024 documentary was 'disparaging, inflammatory and malicious'



Donald Trump sued the BBC over a 'malicious depiction' of him in a 'Panorama' documentary
© Jack Taylor/Reuters

Stefania Palma in Washington DECEMBER 15, 2025

Donald Trump has sued the BBC for $10bn over a misleading edit of a speech by the US president in a documentary, which he alleges was "fabricated" and defamatory.

The lawsuit, filed on Monday, accuses the UK public broadcaster of publishing "a false, defamatory, deceptive, disparaging, inflammatory, and malicious depiction of President Trump" in a Panorama documentary that aired ahead of the 2024 US general election.

The BBC apologised to Trump last month over the documentary, which suggested he had encouraged his supporters to storm the Capitol building on January 6 2021 as lawmakers ratified his loss to Joe Biden in the 2020 US presidential election.

Trump brought the lawsuit in his personal capacity in a federal court in Florida, suing the BBC for one count of defamation and one count of violating Florida's Deceptive and Unfair Trade Practices Act. The president is seeking at least $5bn in damages for each count.

Trump earlier on Monday said the lawsuit against the BBC was imminent, telling reporters: "I'm suing the BBC for putting words in my mouth . . . [and] the beautiful words talking about patriotism and all of the good things that I said, they didn't say that."

The BBC did not immediately respond to a request for comment. Last month, the broadcaster said that while it "sincerely regrets the manner in which the video clip was edited, we strongly disagree there is a basis for a defamation claim".

The lawsuit raises the stakes in the UK broadcaster's clash with Trump, which has led to the resignations of BBC director-general Tim Davie and the head of BBC News Deborah Turness.

It also marks the latest complaint filed by the president against a media outlet. He has targeted US groups including CBS over its editing of an interview with Kamala Harris, his Democratic rival in the 2024 election race.

Trump also sued ABC for defamation over on-air comments made by George Stephanopoulos, one of its star anchors.

CBS owner Paramount and ABC have agreed to pay $16mn and $15mn respectively to settle the president's lawsuits.

The BBC lawsuit centres on the documentary splicing together parts of Trump's speech in which he told supporters on January 6 2021 to "walk down to the Capitol" and then to "fight like hell".

Trump had originally said "we're going to walk down to the Capitol and cheer on our brave senators and congressmen and women".

The president, in Monday's filing, alleged that the BBC had "intentionally omitted" a part of the speech in which he said: "I know that everyone here will soon be marching over to the Capitol building to peacefully and patriotically make your voices heard."

The lawsuit can be filed in Florida because the BBC dispatched staff there to gather original footage for the documentary, Trump claims.

VARIETY

Dec 15, 2025 4:52pm PT

Trump Sues BBC Demanding at Least $10 Billion in Damages Over Edited Jan. 6 Documentary

By **Todd Spangler**



WEST PALM BEACH, FLORIDA - NOVEMBER 16: U.S. President Donald Trump

President Donald Trump has followed through on his threat to sue the BBC over the U.K. broadcaster's documentary that edited his comments during the rally leading up to the Jan. 6, 2021, attack on the U.S. Capitol.

The lawsuit was filed Monday by Trump's lawyers in the U.S. District Court for the Southern District of Florida in Miami, alleging defamation and violation of Florida's Deceptive and Unfair Trade Practices Act. Trump's lawsuit demands no less than $5 billion in damages for each of the two counts, amounting to more than $10 billion total.

“This action concerns a false, defamatory, deceptive, disparaging, inflammatory, and malicious depiction of President Trump, which was published in a BBC Panorama documentary, that was fabricated and aired by the Defendants one week before the 2024 Presidential Election in a brazen attempt to interfere in and influence the Election’s outcome to President Trump’s detriment,” the 33-page complaint reads. (A copy is available at this link.)

The Trump lawsuit says, “The BBC, faced with overwhelming and justifiable outrage on both sides of the Atlantic, has publicly admitted its staggering breach of journalistic ethics, and apologized, but has made no showing of actual remorse for its wrongdoing nor meaningful institutional changes to prevent future journalistic abuses. Accordingly, President Trump brings this action for compensatory and punitive damages for the extensive reputational harm inflicted upon him by the Defendants.”

The BBC did not immediately respond to a request for comment about Trump’s lawsuit.

BBC chair Samir Shah last month told staff in an email that the broadcaster was “determined to fight” any Trump lawsuit. “There is a lot being written, said and speculated upon about the possibility of legal action, including potential costs or settlements,” Shah said in the email, as reported by Sky News. Shah wrote, “I want to be very clear with you — our position has not changed. There is no basis for a defamation case and we are determined to fight this.”

The episode of BBC’s “Panorama” documentary program in question, titled “Trump: A Second Chance?”, aired in Oct. 24, 2024 — but only erupted into a firestorm after a leaked memo published in early November 2025 by The Telegraph accused the broadcaster of editing Trump’s speech to make it sound like he encouraged the Jan. 6 riots.

A BBC review found that “Panorama” edited Trump’s Jan. 6 speech to be: “We’re gonna walk down to the Capitol and I’ll be with you and we fight. We fight like hell and if you don’t fight like hell, you’re not gonna have a country anymore” — and that the part beginning with “and we fight” came 54 minutes after “we’re gonna walk down to the Capitol and I’ll be with you.”

Trump’s lawsuit cited the BBC’s internal review, which concluded that there had been “a string of incidents that demonstrate serious bias in the corporation’s reporting.”

The resulting scandal led to the resignations of BBC director general Tim Davie and CEO of news Deborah Turness.

A previous letter from Trump’s lawyers to the BBC demanded a full retraction of the documentary, an apology and payment to “appropriately compensate President Trump for the harm caused.” Last month, the BBC issued an apology to Trump but refused to

offer compensation. In a Nov. 14 statement, the corporation said, “While the BBC sincerely regrets the manner in which the video clip was edited, we strongly disagree there is a basis for a defamation claim.” The BBC also said it has no plans to rebroadcast the “Trump: A Second Chance?” documentary on any BBC platforms.

In seeking to establish the U.S. District Court’s jurisdiction over the matter, Trump’s lawsuit notes that the U.S. president is a citizen of Florida while all defendants “are citizens of the United Kingdom.” However, the suit claims, “during the operative period alleged in this Complaint,” the BBC “engaged in substantial and not isolated business activities in Florida” — including through the bbc.com website and the U.S.-based BritBox streaming service. The “Panorama” episode in question was available via BritBox; in addition, Florida residents likely used VPN software to access the documentary via the BBC iPlayer (normally restricted to access in the U.K.), the lawsuit alleges.

Moreover, “as plainly seen in the very beginning of the Panorama Documentary, the BBC’s producers and a film crew contracted by the BBC’s producers traveled to Florida to film significant portions of the Documentary at and around President Trump’s home, Mar-a-Lago, in Palm Beach, Florida, spending substantial amounts of time in Florida and capturing extensive footage on and around the grounds of Mar-a-Lago, and surrounding areas, that the BBC ultimately used in the Documentary,” the Trump lawsuit alleges.

Trump has a long history of suing news outlets alleging defamation and attacking the media.

Trump recently sued the New York Times, alleging its reporting about his finances and business career defamed him, in a lawsuit seeking at least $15 billion in damages. (Trump lawyers refiled the suit in October after a judge had dismissed the original complaint for being “tedious and burdensome.”) The New York Times said Trump’s lawsuit was without merit and called it “merely an attempt to stifle independent reporting and generate PR attention.”

Separately, Trump this summer sued the Wall Street Journal, its parent companies Dow Jones and News Corp, Rupert Murdoch and two Journal reporters, alleging defamation over a WSJ story that described details of a birthday letter Trump sent in 2003 to Jeffrey Epstein. According to the lawsuit, Trump is demanding “not less than $10 billion” on two counts of defamation, for at least $20 billion total. Lawyers for the Wall Street Journal filed a motion to dismiss the suit, saying that Trump’s suit should be thrown out because the WSJ article in question “is true,” noting that in response to a congressional subpoena, “Epstein’s estate produced the Birthday Book, which contains the letter bearing the bawdy drawing and [Trump’s] signature, exactly as The Wall Street Journal reported.”

In 2024, Trump also sued ABC News and CBS News' "60 Minutes." Disney (parent of ABC News) and Paramount Global (parent of CBS) each paid $16 million to settle the cases. Trump sued ABC News and anchor George Stephanopoulos after Stephanopoulos falsely asserted on air that Trump had been found liable in a court case for raping writer E. Jean Carroll; in fact, a jury found Trump guilty of sexual abuse of Carroll. In the "60 Minutes" case, Trump had alleged a pre-election interview with former U.S. Vice President Kamala Harris was deceptively edited and thereby interfered with the 2024 election.

C21Media
Define your future in The New Content Economy

‘Tis the season to buy streaming subscriptions, Ampere Analysis research shows



Total US SVoD sign-ups (in millions), top 10 US streaming services

Nearly one-third of subscription sign-ups for major US streaming services occur during the festive period from November to January, with Black Friday a key driver, according to new data by Ampere Analysis.

A report from the UK-based research company indicates that subscription acquisition is concentrated around the year-end holiday season and into the New Year.

A significant spike in sign-ups occurs around Black Friday, with eight of the top 10 US streamers launching deals in 2024 offering savings ranging from US$20 to $108.

However, only three platforms achieved stronger customer retention among those acquired during the 24 November to 2 December window than during the rest of the year.

Ampere believes deal structure is a powerful influence on retention. Higher-value savings have a more positive influence on long-term engagement and promotions lasting more than six months consistently reduce churn.

Ampere's Q3 2025 consumer survey found that 57% of US respondents cite cost as a key reason for churning, reinforcing the need for a festive strategy that blends strong content, well-built promotional mechanics and demonstrable ongoing value.

Olivia Deane, research manager at Ampere Analysis, said: "The festive period continues to stand out as a critical moment for US streamers, but while promotional activity plays an important role, analysis shows that winning – and keeping – festive consumers requires a broader, more considered strategy.

"Platforms that combine well-structured seasonal offers with strong content and clear ongoing value are best placed to turn festive acquisition into long-term retention."

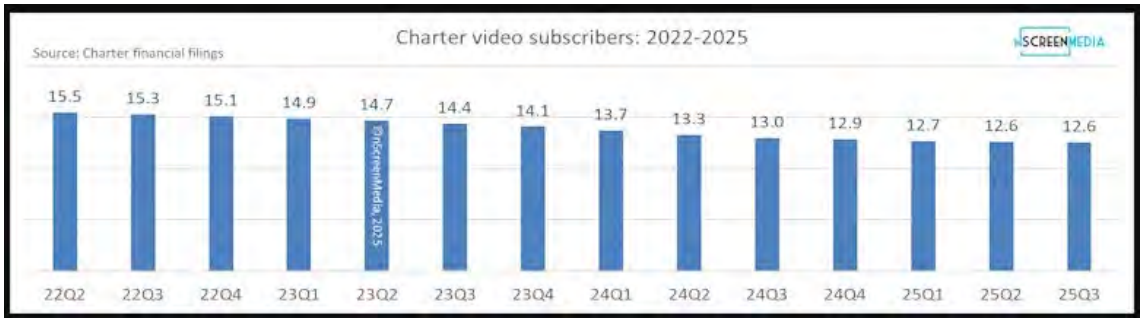
Neil Batey

15-12-2025

©C21Media

Can smaller bundles and SVODs save cable TV?

14 Dec, 2025 **Colin Dixon**



Charter video subscribers 2022-2025 by quarter

Traditional pay TV providers have two new strategies to arrest cord-cutting: smaller, more targeted, cheaper live channel bundles and bundling SVODs with subscriptions. Can they stop the pay TV rot?

Smaller live channel bundles won't be cheap enough.

YouTube TV announced that it will launch smaller, more targeted bundles of channels, including one focused on sports. The approach follows a trend led by Charter, DirecTV, and Comcast. The idea is that subscribers get a set of content more in line with their specific interests at a lower price than the full bundle. It's something operators have been fighting for in negotiations with programmers for a long time and only recently begun to make headway with. Moreover, subscribers have been asking for more targeted bundles for a long time, too.

I'm not convinced the approach will slow subscriber defections. To understand why, let's look at Comcast's recently introduced World Soccer Ticket. For $95 a month ($85 for customers with another Comcast service), subscribers get 55+ plus channels, including Fox Sports, ESPN, and USA, plus access to Peacock Premium. However, many channels are included that carry no soccer, including Golf Channel, CNN, Fox News, and HSN. Comcast also includes special features such as Soccer Multiview, the Sports Zone App, and Odds Zone.

As a keen Premier League fan, Comcast's World Soccer Ticket might work for me. So, how does it stack up with my "à la carte" Premier League bundle? I can get the same coverage with Sling TV Orange ($46 a month) and Peacock Premium

($11 a month), for a total of $57 a month. I can add Paramount+ ($9 a month) for Champions League and ESPN Select ($13 a month) for FA Cup, which aren't covered by Comcast's package, and still keep $8 a month in my pocket. I can live without Comcast's bonus features if I get to see every game involving a Premier League team while saving some money.

For someone who wants to watch multiple soccer leagues, a better option may be Fubo Sports with the BEIN Sports add-on for $62 a month.

YouTube TV will face the same problem. It will still be forced to include channels that have nothing to do with a bundle's focus because of terms in programmer licenses. That will increase the bundle cost, making it less competitive with streaming services, where people can build their own bundles at a lower cost.

Bundling SVODs is cable TV's same old playbook.

Charter proudly trumpets that Select TV customers get $100+ worth of SVODs included with their subscription, for no extra charge. The with-ads tiers of HBO Max Basic, Disney+, Hulu, Paramount+ Essential, Peacock Premium, FOX One, AMC+, ESPN Unlimited, and ViX are all included. Notable omissions include Netflix, Prime Video, and Apple TV.

The strategy seems to have gotten subscriber attention. In Q3 2025, Charter saw subscribers decline by just 0.6%, to 12.6 million, for the second quarter in a row, far below the 2.2% quarterly loss in Q3 2024. It is on track to lose 5% of video subscribers in 2025, compared to an 8.7% loss in 2024.

So, can we declare that bundling SVODs like this is a winning strategy? Charter's claim of no extra charge for all bundled SVODs will sound a little hollow when customers sit down to review their bills. Charter Spectrum raised prices by $5 monthly in July. Presumably, this means that Select TV now costs $125, and Select TV Plus costs $130.[i] Select TV customers already had a $3 monthly increase earlier in 2025.

The truth is that Select TV is still more expensive than streaming. People can subscribe to the top 6 SVODs – Netflix, Disney+, Hulu, HBO Max, Paramount+, and Peacock – with ads for under half the cost of Select TV, and if they take advantage of Disney bundles, they can save even more. For example, using the Disney+/Hulu/HBO Max bundle, they can get the top 6 SVODs plus a good bundle of live channels from Sling TV Orange (with ESPN) for $98 a month.

The price increases so far in 2025 show that the claim of "no extra cost" is nonsense. Select TV customers are being asked to pay more to cover the cost of the new services available to them, whether they use them or not, the same old cable TV model they have endured for decades.

And when Charter raises rates again at the beginning of 2026, and they will, those people who hit the pause button on canceling could well reverse their choice.

[i] Promotional rates for TV Select and TV Select Plus are $100 and $105 monthly, respectively.

theguardian

ITV

‘The UK needs some media free of US control’: Comcast’s move for ITV starts to focus minds

With public service broadcasters starting to look like ‘endangered species’, many want Channel 4 and BBC to work more closely



Filming at ITV’s Good Morning Britain TV show. The potential takeover of ITV’s broadcasting arm and streaming service would end 70 years of independence. Photograph: Ken McKay/ITV/Shutterstock

Mark Sweney Sun 14 Dec 2025 09.00 CET

The prospect of Comcast taking over ITV has prompted concerns about the impact on British public service broadcasting, a fact that Channel 4’s new chief executive, moving from a senior post at Sky, will be all too well aware.

Sky's advertising chief, Priya Dogra, will now be expected to lead the charge to block her former employer's takeover plan to protect Channel 4.

The proposed combination of Sky and ITV's broadcasting operation would leave Channel 4 a relative commercial minnow when it comes to TV and digital ad sales, reigniting talk of the need to revisit some form of tie-up with the BBC for long-term survival.

However, it is the potential ramifications on the future of news provision that are causing the most immediate alarm for many in the TV industry.

The surprise news last month that Comcast, which owns assets including Universal Studios and bought Rupert Murdoch's Sky for £30bn in 2018, is in talks to buy ITV's broadcasting business makes commercial sense.

Traditional broadcasters are facing a long-term existential threat as audiences and revenues continue to rapidly migrate to global digital players such as Meta, Google, Amazon and Netflix.



Comcast's move for ITV is causing trepidation among media watchers, with particular concern for news provision. Photograph: Lynne Cameron/PA

However, the potential £1.6bn takeover of ITV's broadcasting arm and streaming service, which would end 70 years of independence, is laden with regulatory, political and competition concerns.

At a stroke Comcast would control Sky News and ITV News (including its sprawling regional news operation) and become the largest shareholder in ITN, which produces news for ITV, Channel 4 and Channel 5.

While Comcast's 40% of ITN would not be a controlling stake – the owner of the Daily Mail, Thomson Reuters and Informa each hold 20% – it would still be heavily involved in the news output of most of the main broadcasters.

"If a deal materialises the fate of ITN is an interesting one that will focus minds politically," says one senior TV executive. "Effectively they will be involved in the news output of all the biggest non-BBC channels other than GB News".

Comcast guaranteed to keep funding Sky News for a decade, increasing its funding annually in line with inflation, as part of its takeover of Sky in 2018. As that commitment draws closer to expiring, concerns have been raised about whether the US company will continue to fully fund Sky News, which has an annual budget of £100m but is thought to make losses of as much as £80m.

Dana Strong, the chief executive of Sky, recently told staff that the broadcaster would continue to back the news operation regardless of any ongoing support by Comcast, which has cut jobs at NBC News in the US.

It is understood that if any deal to buy ITV is tabled it would include guarantees not to seek permission from the media regulator Ofcom to vary any of the conditions of its public service broadcast licence, which includes commitments to national and regional news.

Last year, ITV accepted the terms of a new licence which will remain in place until 2034. In May, it also agreed a new five-year news output deal with ITN, which observers point out effectively operates as a guarantee that the status quo will be maintained in the event of a takeover.

"There are definitely questions about plurality," says Stewart Puvis, a former ITN chief executive. "Theoretically Comcast could, say, merge Sky and ITV News and use its position as a 40% shareholder in ITN to assert control and offer Channel 4 and Channel 5 continued news supply but on more expensive terms. I would hope Comcast realise ways of solving these problems [if the ITV deal happens].

"They did a deal protecting Sky News to get control of Sky, so they have been round this course before, they understand the sensitivities. The main priority is to keep an eye on their intentions."

British TV executives have previously warned of the risk posed to the UK's system of public service broadcasers (PSBs) by large parts of the British television industry being snapped up by US corporations.

In July, Ofcom published a report warning that public service television, such as news provision and prestige UK-focused content such as ITV's Mr Bates vs the Post Office, risks becoming an "endangered species" as viewers migrate to US online platforms and streamers.



Ofcom revealed data showing YouTube had overtaken ITV to become the UK's second most-watched media service, behind only the BBC. Photograph: Dado Ruvić/Reuters

The watchdog also published data showing that YouTube had overtaken ITV to become the UK's second most-watched media service, behind only the BBC, with it and Netflix now the two most popular first TV destinations among four- to 15-year-olds.

There are those that believe that a Sky takeover of ITV, against a backdrop of the rise of the viewer shift to mostly US digital companies, heralds the need for closer collaboration between the UK's biggest broadcasters.

"The UK wants and needs its own part of mass media which isn't US controlled," says a second broadcasting executive. "It's a national strategic imperative. I think the government need to work out how the boards of the PSBs have a new part to their remits that obligates them to collaborate.

"In terms of an ITV takeover it is less of an issue given Sky's history in the UK, on balance I think it would help the PSBs as it strengthens ITV. It's more to do with how the rest of the PSB system would need to readjust."

Given that advertisers follow eyeballs, a combination of Sky and ITV could create a British TV and streaming powerhouse, with the two companies' sales houses controlling 73% of the total ad spend on traditional TV and broadcasters' streaming services combined.

Any deal will trigger an investigation by the UK competition watchdog, which historically would not have allowed the combination, as James Murdoch found out after making an audacious move to become the biggest shareholder in ITV in 2006.

However, Sky is hoping that the regulator will widen the scope of its definition of the ad market to include the impact of giants such as YouTube, Facebook and Instagram.

The government has also been pushing regulators to be more "pro-business", with former Amazon UK chief Doug Gurr installed at the Competition and Markets Authority (CMA).

For clearance to be given Sky is likely to, at the least, look to shed its third-party ad sales deals. It handles the contracts for media owners including Channel 5 and Warner Bros Discovery – now facing its own takeover battle between rival bids from Netflix and Paramount Skydance – to reduce its dominance.



A Sky-ITV deal would leave Channel 4 a relative commercial minnow when it comes to TV and digital ad sales. Photograph: Tony Watson/Alamy

“I think it will get cleared,” says Alex DeGroote, a media analyst. “Comcast will do everything it can to say it will maintain the PSB status quo and obligations, to give the impression it will be a good owner. But you don’t buy to ultimately keep everything the same.

“ITV plus Sky will give them 70% of the [traditional] TV ad market, close to a monopoly. The thrust of the debate will be the CMA being encouraged not to put insurmountable obstacles in place.”

Channel 4 has seen off multiple attempts at privatisation by Conservative governments that argued it would not be able to compete against digital companies such as Netflix and YouTube without outside investment.

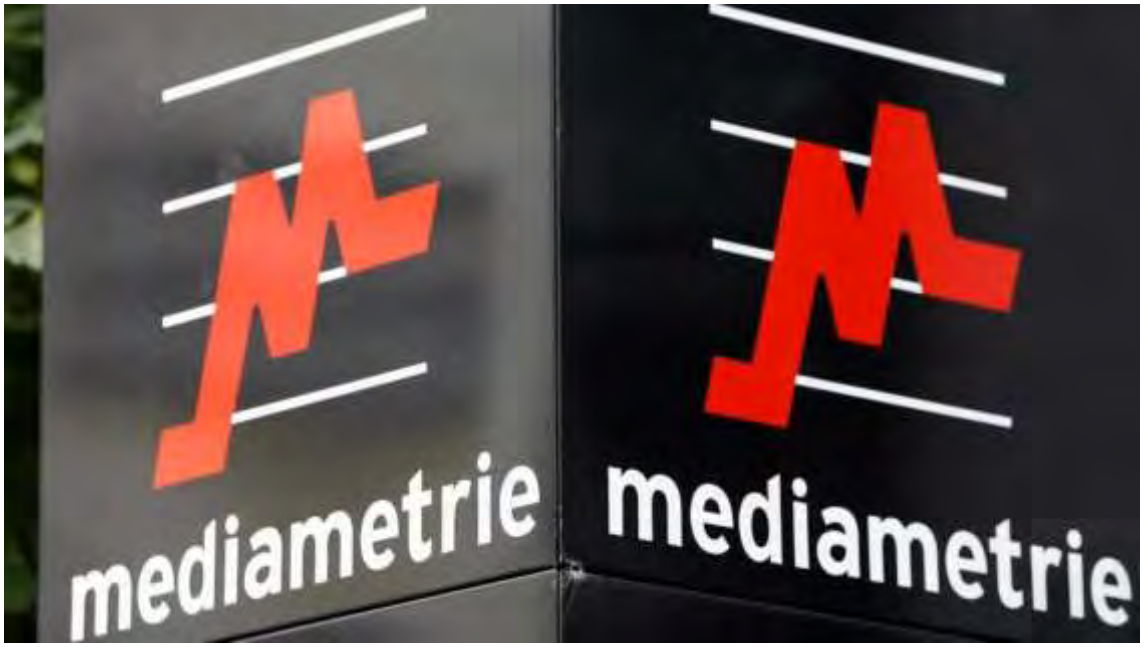
Now, given the weakened state of the BBC and the commercial threat to Channel 4, which relies on advertising for the vast majority of its income, there are those that believe sporadic talk over the past 15 years on the need for closer collaboration between the two is likely to become a necessity.

“We may at some point end up in that situation because of the deep cumulative cuts since 2010 in the BBC’s real-terms funding and because Channel 4, too, has a structural funding problem, which is not its fault,” says Patrick Barwise, emeritus professor of management and marketing at London Business School.

“Channel 4 has repeatedly beaten the predictions, but that is just postponing the problem. It’s now beginning to run out of road.”

EL ESPAÑOL

invertia



MEDIOS

La apuesta de Médiamétrie: una medición híbrida de audiencias para unificar la televisión abierta y el streaming en 2026

Contraparte de Kantar Media en Francia, la compañía lanzará a mediados de 2026 Watch, que unificará el estudio de audiencias.

Miguel Ángel Pizarro 16 diciembre 2025

Si en España es Kantar Media el referente en la medición del consumo multivídeo, su contraparte en Francia es Médiamétrie. La compañía ambiciona revolucionar el sistema de medición de televisión en 2026. Será a mediados del año que viene cuando lancen Watch, que aspira a unificar audiencias tanto de cadenas generalistas como de plataformas en streaming.

Fundada en 1985, Médiamétrie ha cumplido 40 años decidida a iniciar una nueva etapa como medidora de audiencias. Su intención es publicar cifras semanales de plataformas como Netflix, Prime Video o Disney+.

"Queremos tener cifras similares a las de la audiencia televisiva", declaraba Julian Rosanvallon, subdirector general de la empresa de medición en una entrevista para Le Parisien el pasado 5 de octubre.

El instituto de medición se veía obstaculizado por la reticencia de las OTT, especialmente de las SVOD. Sin embargo, la irrupción de servicios de suscripción con publicidad ha eliminado esa barrera.

Se trata de un paso más en el análisis de datos cross-media. Hasta el momento, en Francia las audiencias de televisión se basaban en las cifras recogidas por Médiamat, centrado especialmente en la televisión tradicional.

Durante varios años, Médiamétrie realizaba sus estudios cross-media con TV 4 écrans (televisor, ordenador, móvil y tablet) uniendo varias fuentes. Eran el panel de Médiamat, el de vídeo ordenador, la medición site-centric (enfoque de análisis web que se centra en medir y entender la actividad dentro de un sitio web específico) de eStat Streaming y el de Google como fuente única.

Con Watch, esta lógica se reorganiza en un sistema continuo y unificado de audiencias, pensado para ofrecer una única foto TV+streaming comparable. Su objetivo a medio plazo es servir de base para una medida publicitaria híbrida.



Mando a distancia Pixabay

Dicho de otra manera, pasar de cross-media a un análisis cruzado que convierta esta nueva fórmula en una moneda única para estudiar la audiencia en el mercado galo.

Un movimiento que lleva a Francia a la vanguardia en Europa respecto a la medición unificada de televisión y streaming como moneda única para el mercado. Su vocación es ser la referencia común para dos modelos parecidos, pero diferentes.

El modelo, inicialmente, iba a implantarse a mediados de este 2025, pero se optó por llevarlo a mediados del año siguiente. Eso sí, el pasado mes de octubre se publicaron los primeros resultados de una prueba piloto.

Médiamétrie reunió 13 marcas, contando con televisiones generalistas y de pago (TF1, France Télévisions, M6, Canal+, RMC/BFM, etc) y plataformas OTT (Netflix, Prime Video, Disney+, YouTube, Dailymotion, Twitch y Pluto TV).

Resultados prometedores

Los resultados tuvieron buena recepción, con Canal+ aplaudiendo el sistema y Dailymotion difundiendo sus cifras, citando a Watch como estudio de mediación.

Esto ha hecho que Médiamétrie lleve la delantera frente a otros mercados europeos. En España, Kantar Media realiza estudios cross-media desde finales de 2023.

Lo hace a partir de Cross-Platform View, una "solución que ofrece una visión de todo el consumo audiovisual que se realiza dentro del hogar desde cualquier dispositivo".

España está al mismo nivel que sus competidores europeos. No obstante, hay diferencias destacables entre Watch y Cross-Platform View. Si bien, ambas tienen el mismo objetivo, juegan en ligas distintas.



Imagen con los logos de las principales plataformas de streaming. Reuters

Watch aspira a ser la fórmula oficial de televisión y streaming, con el objetivo de que cadenas, agencias y anunciantes lo adopten como referencia única. Cross-Platform View es una solución de análisis con la que dar una radiografía del consumo audiovisual y no sustituir formalmente a ningún medidor.

De ahí que Watch posicione a Francia como el país que busca innovar en la búsqueda de un medidor híbrido único y de referencia. El mercado más cercano respecto a un estudio de audiencia híbrido y unificado sería el de Barb Audiences del Reino Unido.

El referente de Barb

Considerado moneda común del sector televisivo británico, su actual funcionamiento es, de facto, muy similar a la apuesta de Médiamétrie con Watch. La compañía ha convertido su sistema tradicional de medición de audiencias en una versión híbrida que incluye a televisiones generalistas y plataformas.

Desde 2021 ofrece rankings que mezclan en la misma lista programas de BBC, ITV y Channel 4 con títulos de Netflix o Disney+. Desde 2022 Netflix y Disney+ se han integrado formalmente en el sistema como servicios medidos bajo estándares Barb.

En este 2025, Barb ha comenzado a reportar visionado en TV de unos 200 canales de YouTube, usando tecnología de Kantar (ACR + router meters) e integrándolo en los datos diarios.

Pero mientras que Barb es una evolución del propio sistema tradicional, Watch reordenará completamente la medición de audiencias en el país galo.



Logos de plataformas en streaming gratuitas.

Realmente, Francia no es el primer país del mundo en apostar por la medición híbrida como indicador de referencia. A finales de 2024, Australia apostaba por el sistema VOZ (Virtual Australia en inglés), gestionado por OzTAM y Regional TAM con Nielsen.

VOZ ha unificado la audiencia de la televisión lineal y en diferido de todas las generalistas en una sola base, con datos diarios y reportes semanales.

Contrapunto a EEUU

Por otro lado, la irrupción de Watch de Médiamétrie también supone un contrapunto para los modelos que se están llevando a cabo en Estados Unidos. En el país norteamericano, la medición híbrida está muy avanzada, pero se ha optado por tener multimoneda (varios medidores comerciales conviviendo) en lugar de una sola.

Entre las más destacadas están Nielsen ONE, iSpot.tv y VideoAmp, todas ellas aprobadas por el JIC (Comité Conjunto de la Industria). Las tres aplican la medición híbrida.

2026 será el año en el que se verá cómo comienza a funcionar este sistema en el país vecino. Será también la prueba de si Watch puede consolidarse como estándar de medición híbrida para cadenas y plataformas. Su éxito (o no) abrirá un nuevo debate sobre el futuro del análisis de audiencias.

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,61
AVE: 36915 €
ÁREA: 630 CM² - 80%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: PORTADA

16 Diciembre, 2025



«El Dentista», que llega este jueves a Movistar Plus+, traslada al mítico asesino en serie del Londres victoriano a México

El **World Tour** de Jack El Destripador

Adrián Cámara. MADRID

No solemos tener la mejor imagen de los dentistas. Son seres casi sádicos, que nos hacen esperar en salas llenas de revistas del corazón para luego practicar métodos de tortura con nuestra boca. Verlos como héroes del cuento es raro, y más aún verlos como investigadores al más puro estilo «CSI» intentando cazar a un asesino en serie. En «El Dentista», serie mexicana que llega este jueves a Movistar Plus+, esto es exactamente lo que ocurre.

Basada en una novela de su propio creador, Julio Rojas —«El visitante extranjero», ambientada en este caso en Chile— la serie plantea la posibilidad de que el conocidísimo asesino serial Jack el Destripador hiciese las Américas para seguir actuando al otro lado del Atlántico. En esta adaptación televisiva, cambiamos la Valparaíso original de la novela por Veracruz, en México. Encabezando todo, tenemos a un mexicano con pedigrí como Demian Bichir («Los odiosos ocho», «Che: El argentino», «Alien: Covenant»), que interpreta al Doctor Eduardo Nolasco, un odontólogo forense cuyo conocimiento fascinante le permite interpretar miles de datos sólo a través de un diente humano. Nolasco se va a ver envuelto en la investigación de una serie de asesinatos ocurridos en la ciudad, de los que inicialmente él mismo va a ser sospechoso para posteriormente ser liberado y pasar a colaborar con las autoridades. Acompañando a Bichir estarán Camila Sodi, que da vida a Sofía, una química que colaborará con el Doctor Nolasco en la investigación, y «nuestro» Alberto Ammann —al hispanoargentino le recordamos por «Celda 211», «Upon Entry» o «Narcos», entre otras muchísimas más—, de cuyo papel es mejor no comentar mucho por el bien de la trama. Todos ellos compondrán este juego del gato y el ratón por las calles de Veracruz, intentando descubrir la identidad del misterioso asesino antes de que acabe con su siguiente víctima.

Pese al viaje transoceánico, «El Dentista» es clara heredera de esa atmósfera del gótico victoriano. Autopsias en salas oscuras, espiritismo, sordidez e incluso bailes de máscaras son los elementos que pueblan la serie, en su gran mayoría en secuencias nocturnas o con poca iluminación. La parte científica, derivada de la profesión de Nolasco, también es ampliamente aprovechada para establecer el tono, frecuentando las consultas, los restos humanos, los bocetos de cuerpos y los cadáveres casi como si estuviésemos en el «Frankenstein» de Mary Shelley. Sin embargo, esta estética gótica no termina de relucir, y el resultado visual no saca todo el partido que podría a la idea, abusando de los efectos digitales y de esa imagen —a la que sólo nos queda acostumbrarnos cada vez más— tan típica de las plataformas de streaming.

Aunque la serie se ambiente en México, bebe mucho del gótico victoriano británico

La historia, pese a su planteamiento francamente interesante, comete un error capital desde su arranque, que es el que la diferencia de ser un «whodunit» clásico, en el que el espectador sabe lo mismo que el investigador al que sigue. Aquí tenemos todas las cartas sobre la mesa desde el piloto, y aunque la intriga por saber si Nolasco conseguirá dar con el asesino que ya conocemos funcione, es inevitable pensar el golpe sobre la mesa que habría supuesto tener esta revelación al final, por mucho que los más avispados ya se oliesen la tostada. Desde ese punto y hora, «El Dentista» peca de algo predecible, y de dispersarse con subtramas que podrían ser interesantes de por sí —las tensiones internas del país, el machismo inherente a la época, las oscuridades del personaje de Bichir—, pero que acaban resultando añadidos a una trama criminal a la que el espectador tiene casi pleno acceso, sin dobleces ni giros.

En cuanto al reparto, la serie agradece tener ese tándem formado por Bichir y Ammann. Ambos son dos intérpretes consolidados, carismáticos, y aunque el segundo tenga un papel más jugoso —y a su vez más envenenado, porque el riesgo de caer en la caricatura está ahí—, ambos están sólidos y dan caché a una producción que, de no ser por ello, volaría peligrosamente cerca de la telenovela. A falta de saber cómo acabará esta persecución límite para detener una sangría, se puede decir que «El Dentista» es una serie solvente, que en un ecosistema de plataformas dominado por EEUU ha metido a México en el mapa y que hace un esfuerzo por ambientar la producción dentro de unos referentes muy claros. Siempre será menos doloroso verla que irse a hacer un empaste, eso seguro.

MOVISTAR PLUS+



Ya no quedan dentistas que vistan así en el trabajo. Igual cambiaría su fama si lo volviesen a hacer

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘El dentista’ – estreno 18 de diciembre en Movistar Plus+

Por Marco Sánchez Sequera -15 diciembre, 2025

El próximo jueves, 12 de diciembre, llegarán a Movistar Plus+ los ocho episodios de la serie ‘El dentista’, creada por Julio Rojas y dirigida por Israel Adrián Caetano.

Demián Bichir (‘Déjame entrar’) y Alberto Ammann (‘Upon Entry’) son los protagonistas de esta caza de Jack el Destripador en América. En la ficción, el primer dentista forense de América ayudará a la policía a investigar retorcidos crímenes en el puerto de Veracruz.



Sinopsis

A través de la odontología forense, Nolasco Black analizará las circunstancias del asesinato de varias mujeres: una prostituta que cautiva a sus clientes; una enfermera con los ojos de distinto color, una curandera considerada santa; y una equilibrista ciega.

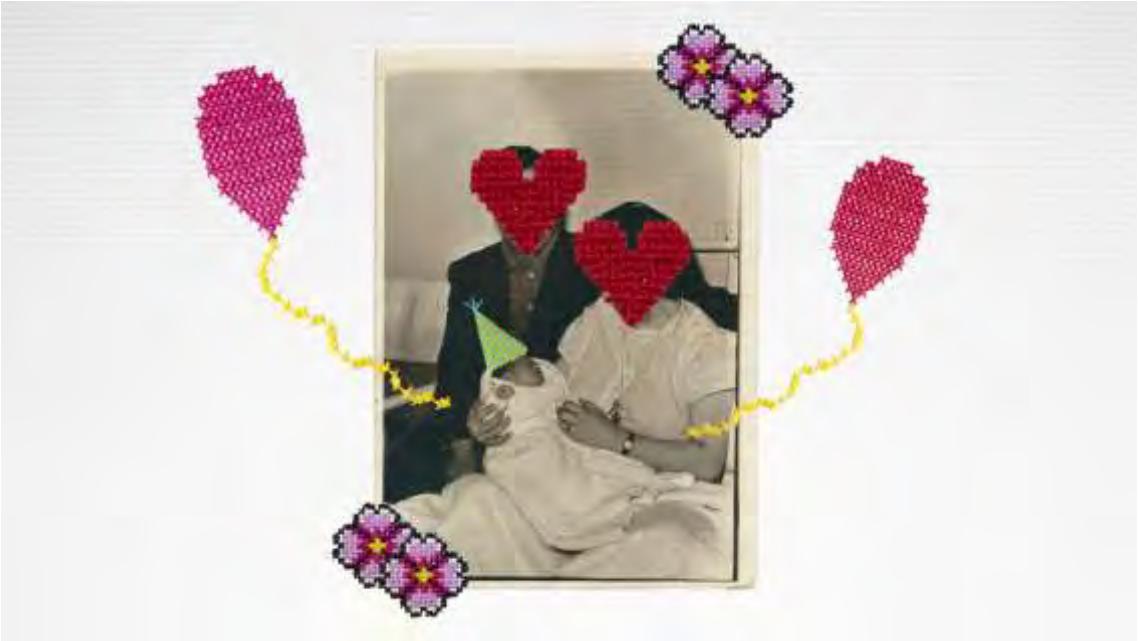
El dentista se enfrentará así a John Williams, o como le han denominado: Jack el Destripador. La lucha de estas dos inteligencias se convertirá en una partida de ajedrez en la que no solo están en juego las muertes de mujeres inocentes, sino una violencia y una locura que podrían dar pie a oscuridades monstruosas.

Movistar Plus+ estrena ‘El dentista’ el jueves 18 de diciembre.

Cine

«Azkena», cortometraje de animación preseleccionado para los Premios Goya 2026, disponible en Movistar Plus+ y próximamente en Primeran

14 de diciembre de 2025



Dirigido por Ane Inés Landeta y Lorea Lyons, y producido por Izaskun Arandia, el film se podrá ver en dos proyecciones especiales para Académicos/as, en Madrid y Barcelona

Partiendo de la premisa de que «lo personal es político», las directoras han optado por narrar esta historia desde su experiencia más cercana: la de sus propias madres, abuelas y su propia vivencia. Utilizando técnicas de documental como el found footage y material de archivo fotográfico y de vídeo familiar, el cortometraje se centra en el personaje de Lorea, quien transita por las dudas sobre si ser madre o no, convirtiendo una reflexión privada en una cuestión global.

El objetivo final de Azkena es exponer, plantear y cuestionar la maternidad impuesta, invitando al espectador a hacer lo mismo. Las directoras confían en que la obra pueda impulsar, aunque sea un pequeño cambio, en la percepción de este tema. Utilizando el arte como un motor de transformación, Azkena busca abrir un espacio para la reflexión sobre un tema universal.

Sinopsis

Lorea tiene como referencia a su madre y a su abuela. A través de estas dos generaciones, observa el vínculo que la mujer ha vivido en torno a la maternidad. Ahora le toca a ella tomar la decisión de si ser madre o no y buscar respuestas a preguntas pendientes.

La opinión de la prensa

Azkena fue considerada dentro de los mejores cortometrajes de 2024 por la revista Caimán Cuadernos de Cine. Como reseñó su directora, Jara Yáñez: «(…) La línea divide el espacio como forma simbólica de representar lo que la pieza persigue: plantear la posibilidad de un cuestionamiento en torno a las ideas preconcebidas, las presiones heredadas o los prejuicios asociados al hecho de ser madre. Landeta y Lyons se centran en el paso previo: el de tomar la decisión de serlo, a partir de una mirada hacia el legado familiar (como institución) que las coloca como 'azkena': las últimas. Lo 'real' (las fotos) se modifica a través de la manipulación (el dibujo, el recorte o el coloreado) para dar forma y conectar con otras identidades posibles, con otros modos de ser mujer que no pasan necesariamente por la maternidad".

Por su parte, las directoras Ane Inés Landeta y Lorea Lyons, reconocen que «Azkena nace de una reflexión íntima sobre la maternidad y las presiones sociales que la rodean. A medida que nos acercábamos a la edad en la que la sociedad a menudo espera que las mujeres sean madres, comenzamos a cuestionar la naturaleza de esta decisión: si es una elección verdaderamente libre o una imposición. Inspiradas por autoras como Lina Meruane, Elisabeth Badinter y Orna Donath, y reconociendo que la maternidad sigue siendo un factor clave en la discriminación social y laboral de las mujeres, decidimos plasmar estas inquietudes a través del lenguaje audiovisual".

Trayectoria en festivales

Desde su estreno en la Sección Oficial de Zinebi, Azkena ha recorrido un amplio circuito de festivales nacionales e internacionales, consolidándose como una de las producciones vascas más reconocidas del año.

El cortometraje ha recibido importantes galardones, entre ellos el Premio de la Crítica – Caimán Cuadernos de Cine en Aguilar Film Festival, el Primer Premio en La Mirada Tabú, el Premio al Mejor Documental en el China International New Media Shorts Festival, el Premio del Jurado Joven en el Festival Eszena, el Premio al Mejor Guion en Euskal Zine Bilera, el Premio a Mejor Joven Realizadora en Cortos Soria y el 3er Premio Global en FCLH.

Asimismo, ha sido seleccionado en festivales de referencia como Zinebi, Festival de Málaga, D'A Film Festival Barcelona, Alcine, Aguilar de Campoo, Beijing International Short Film Festival, In the Palace, Queer CINEMAD y Festival de Cine de Madrid – PNR, entre otros.

EL CORTOMETRAJE DE ANIMACIÓN “AZKENA”, QUE ESTÁ EN LA SHORT LIST GOYA, YA DISPONIBLE EN MOVISTAR+

Redaccion December 13, 2025 Cortometrajes



El cortometraje de animación “Azkena”, codirigido por Ane Inés Landeta y Lorea Lyons, está en la short list de los Goya en su categoría y también está ya disponible para su visionado en Movistar+. Esta producción de Izaskun Arandia ha recibido importantes galardones en festivales, entre los que destacan el Premio de la Crítica – Caimán Cuadernos de Cine en Aguilar Film Festival y el Premio a Mejor Joven Realizadora en Cortos Soria.

Partiendo de la premisa de que “lo personal es político”, las directoras han optado por narrar esta historia desde su experiencia más cercana: la de sus propias madres, abuelas y su propia vivencia. Utilizando técnicas de documental como el found footage y material de archivo fotográfico y de vídeo familiar, el cortometraje se centra en el personaje de Lorea, quien transita por las dudas sobre si ser madre o no, convirtiendo una reflexión privada en una cuestión global.

El objetivo final de Azkena es exponer, plantear y cuestionar la maternidad impuesta, invitando al espectador a hacer lo mismo. Las directoras confían en que la obra pueda impulsar, aunque sea un pequeño cambio, en la percepción de este tema. Utilizando el arte como un motor de

transformación, Azkena busca abrir un espacio para la reflexión sobre un tema universal.

¿De qué va?

Lorea tiene como referencia a su madre y a su abuela. A través de estas dos generaciones, observa el vínculo que la mujer ha vivido en torno a la maternidad. Ahora le toca a ella tomar la decisión de si ser madre o no y buscar respuestas a preguntas pendientes.

Diario de Ávila

16 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 11
AVE: 1582 €
ÁREA: 197 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 877
OTS: 7000
SECCIÓN: AVILA



‘El Día más corto’ vuelve a invitar al cine a toda la sociedad

Colectivos y particulares pueden disfrutar de una cuidada selección de cortometrajes de forma gratuita

D. CASILLAS / ÁVILA



Cedro

Una de las sesiones de ‘El Día más Corto’ del pasado año.

‘El Día más Corto [ED + C]’, una iniciativa europea que invita a disfrutar de los mejores cortometrajes de estreno reciente de forma gratuita y que desde 2013 se celebra en España gracias a la Coordinadora del Cortometraje Español, invita de nuevo este año a todos los amantes del séptimo arte en formato breve a que puedan sumarse al proyecto en esos tres días en los que las horas de luz son más breves: 19, 20 y 21 de diciembre.

Cualquier entidad, empresa, biblioteca, ayuntamiento, instituto, restaurante, hotel o particular que quiera organizar una proyección, no tiene más que registrarse de forma gratuita en la web del evento y recibirá antes del 19 de diciembre un acceso a una *showcase* de Vimeo para emitir, en streaming, cualquiera de los programas de cortometrajes seleccionados para la edición 2025.

Esta edición, que se presentó oficialmente en el Festival Internacional de Cine de Gijón, ofrece quince bloques temáticos de cortometrajes que están a libre disposición de todos los demandantes, grupos de películas que sus organizadores definen como «una herramienta perfecta para explorar temáticas de puro entretenimiento o con carácter educativo y concienciador gracias a bloques temáticos infantiles, juveniles, animación, sobre la mujer, LGTB, tercera edad o capacidades especiales». El catálogo de cortometrajes, «todos ellos de primer nivel y muchos de ellos seleccionados en festivales especializados y ganadores de numerosos premios, estará a libre disposición de todos».

Más de 330 proyecciones se realizaron el pasado año en nuestro país dentro de esta iniciativa, materializada en España gracias al Ministerio de Cultura, EGEDA y la Coordinadora del Cortometraje Español, y cuenta con la colaboración de Movistar Plus+, el Instituto Cervantes y la Federación Española de Municipios y Provincias.

El objetivo de la iniciativa es «acercar el cortometraje al público general y dar una visión de conjunto lo más amplia posible de la dimensión real del sector del cortometraje en nuestro país y visibilizar la gran cantidad de agentes, entidades, profesionales e instituciones que lo conforman y lo hacen prosperar», así como reivindicar «la inmensa calidad del cortometraje español, protagonista y ganador de más de 10.000 premios en festivales internacionales en la última década, lo que posiciona a España como un potencia mundial en este formato cinematográfico».

En esta edición ‘El Día más Corto’ vuelve a contar con el apoyo de las CC.AA que gestionan catálogos o cuentan con una Academia para visibilizar y potenciar el cine que se realiza en su territorio, con la ayuda de los festivales especializados repartidos por todos los rincones del país y asimismo con la colaboración de las diferentes distribuidoras y agentes de ventas que hay en nuestro país «para cerrar un variado programa que agrupa las películas disponibles en esta edición».

«El Día + Corto»: los mejores cortometrajes de 2025 llegan a Movistar Plus+



15 de diciembre de 2025

El 21 de diciembre, la plataforma celebra el evento europeo con un maratón de títulos destacados y el programa especial Hablemos de cortos, conducido por María Gómez.

Movistar Plus+ se suma un año más a la celebración de El Día + Corto (ED+C), el evento anual de carácter europeo que en España organiza la Coordinadora del Cortometraje Español. La cita contará con una programación especial en los canales Estrenos por M+, Indie por M+ y Cine Español por M+, además de una colección específica en la interfaz con los mejores cortos de 2025. Todas las películas estarán también disponibles bajo demanda.

Títulos destacados

Entre los cortometrajes seleccionados figuran Estoy contento de que estés muerto, Mi vida maravillosa, ¡Qué bruja!, Las botas de la noche, Muerte de un actor, O, Vida ordinaria, Club de cine Pequeños Rebeldes, El ascenso y caída de Zara Zilverstein y Um. Estos trabajos, junto con el programa especial Hablemos de cortos, representan lo más relevante del cortometraje reciente y subrayan el compromiso de Movistar Plus+ con la difusión del formato corto.

La programación se completa con una amplia lista de títulos como El drama de época de Jane Austen, Un día este chico, Plan de jubilación, Virus estomacal, El cuerpo de Cristo, La sangre, Carmela, El cuento de una noche de verano, Buffet Paraíso, Cólera, Pipiolos, Capibaras, La leyenda del colibrí, Más allá, Chicken Jazz, Maleza, Insalvable, Ángulo muerto, Pálpito, Está por venir (y tendrá tus ojos), Agonía, Viaje de negocios, Azkena o Sexo a los 70, entre muchos otros.

Camino a los Premios Goya 2026

Movistar Plus+ es la casa del mejor cine español y ya cuenta en su programación con varios cortos preseleccionados a los Premios Goya 2026, que se celebrarán en Barcelona el próximo 28 de febrero.

- Ficción: Cólera, Insalvable, La sangre, Pipiolos, Sexo a los 70, Solo Kim, Una cabeza en la pared, La mort, Ángulo muerto, Pálpito, Donde se quejan los pinos y El cuento de una noche de verano.
- Animación: Buffet Paraíso, Carmela, Está por venir (y tendrá tus ojos), One Way Cycle, Pietra, El corto de Rubén, Un placer, Azkena, El estado del alma, Baile con la muerte y Maleza.

Proyecto Corto

Desde 1997, Movistar Plus+ impulsa la producción de cortometrajes españoles a través del Proyecto Corto, con el que se han realizado ya 218 trabajos. Desde 2024, la iniciativa otorga diez ayudas anuales de 9.000 euros, vinculadas a festivales como Medina del Campo, Cinema Jove de Valencia, Weird Market, Mianima Market, Seminci de Valladolid y el Festival de Cine de Gijón.

Un avance de 2026

La programación continuará en 2026 con títulos premiados en los principales festivales internacionales:

- Enero: La soledad de los lagartos (San Sebastián), Sin Kelly (Venecia), Más allá del silencio (Tribeca y Palm Springs).
- Febrero: retrospectiva completa de los cortos de Alauda Ruiz de Azúa.
- Marzo: Caminé a través de la pared (Alcalá de Henares), Perro solitario y ¡No patinar! (Seminci), Casi septiembre (Seminci) y Una fuga (Toronto).

El Día + Corto se celebra el 21 de diciembre en Movistar Plus+, con maratones, estrenos y el programa especial Hablemos de cortos



'Los Domingos', triunfadora en los premios Forqué y favorita en para los Goya, ya tiene fecha de estreno en Movistar Plus+

Movistar Plus+ ha revelado los grandes estrenos nacionales e internacionales para los dos primeros meses de 2026, enero y febrero



Crítica de 'Los domingos': Creer o no creer ★★★ y 1/2X

Javier Corpas Madrid Creada: 15.12.2025

'Los domingos' se estrenará el 27 de febrero de 2026, convirtiéndose en uno de los lanzamientos más esperados del calendario cinematográfico de Movistar Plus+ para el inicio del año. La plataforma ya ha desvelado una programación ambiciosa para enero y febrero de 2026, en la que combina grandes producciones internacionales, cine de autor, propuestas premiadas en festivales y una fuerte presencia del cine español. Todas estas películas estarán disponibles en streaming por 9,99 euros al mes, reforzando el posicionamiento de Movistar Plus+ como uno de los grandes referentes cinematográficos en España. El mes de enero arranca con fuerza con 'Los pecadores' (1 de enero), la esperada cinta vampírica dirigida por Ryan Coogler, seguida de 'Romería' (2 de enero), con la que Carla Simón cierra su trilogía tras Verano 1993 y Alcarràs. El cine familiar llega con 'Campamento Garra de Oso' (5 de enero), mientras que la música protagoniza 'Back to Black' (8 de enero), el biopic de Amy Winehouse. El suspense nocturno se intensifica con 'Mads' (10 de enero), dando paso a una primera quincena marcada por la variedad de géneros y miradas.



Photocall de premiados en la 31 edición de los Premios José María ForquéAlberto Ortega Europa Press

Durante la segunda mitad de enero, Movistar Plus+ continúa ampliando su oferta con 'El banquete de boda' (13 de enero), 'The Last Showgirl' (15 de enero), con Pamela Anderson, y '28 años después' (16 de enero), el regreso de la saga apocalíptica rodada con un iPhone 15 Pro Max. A estos títulos se suman 'Maspalomas' (22 de enero), 'Mi amiga Eva' (23 de enero) y 'La ley de Jenny Pen' (29 de enero), premiada en Sitges. Febrero mantiene el listón alto con 'Diamanti' (4 de febrero), 'Destino final: Lazos de sangre' (6 de febrero) y 'Gru 4: Mi villano favorito' (12 de febrero). El cine español cobra protagonismo con 'La cena' (13 de febrero), 'La deuda' (17 de febrero), 'Sé lo que hicisteis el último verano' (19 de febrero), 'Los tigres' (20 de febrero) y el citado estreno de 'Los domingos' (27 de febrero), dirigida por Alauda Ruiz de Azúa. Completan el mes 'Köln 75', 'Un simple accidente', 'Decorado' y 'Devuélvemela', cerrando un catálogo diverso y especialmente sólido.

vemosTV

Cine Noticias TV Entérate Programación

M+ THRILLER Y ROMANCE

Movistar Plus+ estrena las series "El dentista" y "Doce citas antes de Navidad": fechas, capítulos y tramas

Dos historias opuestas en tono y temática llegan a Movistar Plus+ listas para maratón: un caso criminal y una comedia navideña con ocho y seis episodios, respectivamente.



"Doce citas antes de Navidad" y "El dentista" - vemosTV

Por **Alicia Marín** 15/12/2025 11:44

Movistar Plus+ incorpora esta semana dos estrenos internacionales que amplían su oferta de ficción antes de las fiestas. El jueves 18 de diciembre llega a la plataforma "El dentista", un thriller criminal ambientado en el Veracruz de finales del siglo XIX que aborda la investigación de una serie de asesinatos a través de las primeras técnicas de odontología forense. Dos días después, el sábado 20, se suma "Doce citas antes de Navidad", una comedia romántica basada en el bestseller de Jenny Bayliss.

Ambas producciones aterrizan completas desde el día de su estreno y ofrecen propuestas muy distintas: por un lado, una historia centrada en la caza de un asesino cuyo método recuerda al de Jack el Destripador; por otro, un relato navideño sobre segundas oportunidades, vínculos familiares y nuevas formas de enfrentarse al amor.

"El dentista": un duelo entre ciencia forense y un asesino que aterroriza Veracruz

- Estreno completo el 18 de diciembre (ocho episodios)

Ambientada en el puerto de Veracruz, "El dentista" sigue a Nolasco Black, el primer dentista forense de América, cuya colaboración con la policía marca el inicio de una investigación decisiva.



Póster de *El dentista*, estreno en Movistar Plus+

Varias mujeres han sido asesinadas en circunstancias que apuntan a un patrón común: una prostituta muy popular entre sus clientes, una enfermera con heterocromía, una curandera venerada y una equilibrista ciega. La violencia y los detalles de cada crimen obligan a recurrir a métodos científicos poco habituales para la época.

Las pesquisas llevan a Black a enfrentarse a John Williams, un hombre que pronto adquiere otro nombre entre los investigadores: Jack el Destripador. La serie plantea la investigación como un choque entre dos mentes opuestas, en un contexto donde la misoginia, el racismo y la supuesta superioridad moral del hombre blanco condicionan cada decisión.

Protagonizan Demián Bichir ("Déjame entrar", "The Bridge") y Alberto Ammann ("Atrapados", "Upon Entry"). La ficción está creada por Julio Rojas y dirigida por Israel Adrián Caetano.

"Doce citas antes de Navidad": encuentros románticos y decisiones que cambian las fiestas

- Estreno completo el 20 de diciembre (seis episodios)

"Doce citas antes de Navidad" adapta la novela homónima de Jenny Bayliss y presenta a Kate, diseñadora de estampados textiles en Savile Row, que vive junto a su padre Mac en el pueblo inglés de Blexford.



"Doce citas antes de Navidad" - Movistar Plus+

El día a día está marcado por la rutina y la recuperación tras un accidente de moto de su padre, hasta que su mejor amiga, Laura, la inscribe por sorpresa en el programa "Las 12 citas de Navidad", que organiza encuentros temáticos para quienes buscan pareja en estas fechas.

Kate acepta participar y poco a poco se deja llevar por ese ambiente festivo, descubriendo que tal vez aún está a tiempo de reconstruir su vida emocional. Las cosas se complican cuando reaparece su madre y Mac empieza a acercarse a Evelyn, una viuda del pueblo que ha entrado en su vida casi sin proponérselo.

Mae Whitman ("Parenthood", "Chicas buenas") encabeza el reparto junto a Nathaniel Parker, Lucy Eaton, Julian Morris, Jane Seymour, Mary McDonnell y Toby Sandeman.