RESUMEN DE MEDIOS **MARTES, 30 DE DICIEMBRE DE 2025**

TEMAS DEL DÍA

Rosauro Varo deja sus cargos en Movistar+ y Telefónica España (VARIOS)

Rosauro Varo decidió renunciar a todos sus cargos en Telefónica tras el fichaje del ex líder del PNV, Andoni Ortuzar (El Mundo)

Telefónica abrió ayer el plazo de adhesión voluntaria al ERE en las tres filiales regidas por el Convenio de Empresas Vinculadas (Cinco Días, El Mundo)

Movistar aclara si sus clientes podrán ver la ACB y la NBA en DAZN y detalla sus próximos pasos (Adslzone.net)

Roche Farma y TBS reinventan el *branded content* con el documental "Ensayo sobre la mirada" (Movistar Plus+) (Ctrl)

CINE ORIGINAL

Las revelaciones internacionales del año en cine y televisión (Alauda Ruiz de Azúa, *Querer, Los domingos*) (Variety)

Los XIII Premios Días de Cine (RTVE) consagran 'Los domingos' y 'Valor sentimental' como las mejores películas del año (Rubik Audiovisual)

Las diez películas que nos llevaron a los cines en 2025 (El Diario Vasco/Vocento)

"Valor sentimental", la mejor película de 2025, y otros grandes estrenos de cine que deberías haber visto este año (Expansión)

SIRÂT

Mauro Herce, director de fotografía de Sirât: "Queríamos que el espectador viviese en primera persona la experiencia del desierto y del viaje" (Rubik Audiovisual)

"Sirât" se cuela en el Top 3 de las películas favoritas de los críticos de Screen Daily

Oliver Laxe: filmar el desierto para recordar que estamos vivos (Rolling Stone en español)

LOS DOMINGOS

La taquilla de "Los domingos" sube un 19% en su décimo fin de semana en cartelera (El Blog del Cine Español)

Blanca Soroa y Llúcia García se encuentran por primera vez en 'Vogue': "Tener a más gente alrededor que ha pasado por esta experiencia es genial" (VOGUE)

NO FICCIÓN ORIGINAL

CUANDO NADIE ME VE

Siri descoloca a Alejandro Sanz en el primer tráiler de su documental "Cuando nadie me ve" (Europa Press)

"Cuando nadie me ve", la serie documental de Movistar Plus+ sobre Alejandro Sanz, se estrena el 27 de enero (VARIOS)

FICCIÓN ORIGINAL

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

Yolanda Piña, responsable de maquillaje y peluquería, y Nacho Díaz, de maquillaje FX, repasan el rodaje de la serie que narra el golpe del 23F (Kinótico)

Juanma Navas: "Ha sido absolutamente maravilloso crear un personaje tan rico de matices como Alfonso Armada" (BarnaFotoPress)

MARBELLA. EXPEDIENTE JUDICIAL

Así es la temporada 2 de 'Marbella' en Movistar Plus+: imágenes, reparto completo y el nuevo caso al que se enfrenta Hugo Silva (Vertele)

YAKARTA

Montoya, Melody, Juan del Val y otros rostros televisivos de 2025 (Carla Quílez, en EL PAÍS)

SILENCIO

Un viaje en el tiempo y en el espacio (ABC / Grupo VOCENTO)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Luces y sombras para la televisión lineal en 2025: caída en los espectadores diarios y remontada en el total de televidentes (Panorama Audiovisual)

Antena 3 consolida su liderazgo en audiencia por cuarto año consecutivo (La Vanguardia)

Atresmedia Cine anticipa más de diez rodajes en 2026 tras un año lleno de éxitos (Panorama Audiovisual)

Montoya, Melody, Juan del Val y otros rostros televisivos de 2025 (EL PAÍS)

Lo que se viene en televisión en 2026: los programas que no te puedes perder (ABC)

Giro en la estrategia de Telecinco con su voz corporativa: Mediaset aplica cambios para anunciar su batería de estrenos (Vertele)

La invasión publicitaria de Netflix con 'Stranger Things' en Madrid llega hasta las uvas de Nochevieja en la Puerta del Sol (ElDiario)

DEPORTE Y TV

La hora de la verdad para el baloncesto (AS)

DAZN amplía su oferta de contenidos en abierto y emitirá las competiciones de la Kings League a partir de 2026 (DAZN, 2Playbook)

LaLiga pone a prueba la realidad inmersiva con cámaras de Blackmagic Design durante El Clásico (Panorama Audiovisual)

Relevent Sports promociona a Boris Gartner como CEO tras liderar la alianza con LaLiga (2Playbook)

Sky renueva los derechos audiovisuales de MotoGP en Italia hasta 2027 (2Playbook)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

No habrá un final feliz para las salas de cine, gane quién gane la batalla por Warner (The Wall Street Journal)

El regreso a las salas que no fue tal: por qué 2025 fue un fracaso para los cines en dificultades (Variety)

Hollywood en jaque: Larry Ellison ofrece a Trump el control de la industria del entretenimiento (El Mundo)

David Zaslav es de Marte; los Ellison son de Venus (Puck)

Los *torrents* de series más descargados en 2025: Netflix y Apple TV, las plataformas más 'pirateadas' (Cinemanía)

El final de 'Stranger Things' amplía su estreno en cines con nuevas ubicaciones; más de 1,1 millones de confirmaciones de asistencia hasta la fecha (Deadline)

El *streaming* vive un punto de inflexión en el Reino Unido: la mayoría de los abonados opta por los anuncios (The Guardian)

Recurre al período de prueba, comparte suscripción, amenazar con cancelar: cómo conseguir una buena oferta de *streaming* en el Reino Unido (The Guardian)

La cultura británica disfrutó de un éxito global en 2025: ¿durará? (The Guardian)

Qué significa el acuerdo Disney-OpenAI para el contenido generado con AI por el usuario (Luminate)

WikiFliks, la plataforma gratuita creada por varios responsables de Wikipedia con más de 4.000 películas (Infobae)

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ pone fecha de estreno de "Más que rivales", la inesperada serie más exitosa de 2025 (Mundo Deportivo)

Movistar Plus+ inicia el año con dos estrenos directos protagonizados por Samuel L. Jackson, Pierce Brosnan, Zoey Deutch y Jonah Hauer-King (Neeo)

"Doce citas, cero sorpresas" (Crítica en SEGRE)

Quedan 2 días para ver en Movistar Plus+ esta imaginativa ciencia ficción, que mezcla vikingos con extraterrestres ("Outlander")

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 6936 €
ÁREA: 243 CM² - 48%

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

30 Diciembre, 2025



El empresario Rosauro Varo renuncia a sus cargos en Telefónica

Era miembro del consejo de administración de la filial Movistar+ y del consejo asesor de Telefónica de España

R. MUÑOZ
MADRID

El empresario sevillano Rosauro Varo ha decidido renunciar de forma voluntaria a sus cargos de responsabilidad en el grupo Telefónica, abandonando de forma inminente su puesto en el consejo de administración de Movistar+ (Telefónica Audiovisual Digital) y en el consejo asesor de Telefónica de España. Varo ha comunicado esta decisión personalmente a Marc Murtra, presidente de la operadora, y a Javier de Paz, máximo responsable de la filial audiovisual, argumentando la necesidad de dedicar todos sus esfuerzos a sus proyectos profesionales privados en los sectores del ocio y el inmobiliario, principalmente localizados en Andalucía, según publicó *El Confidencial* y ha confirmado este diario.

La salida de Varo pone fin a una etapa de tres años en el consejo asesor de la filial española y de más de un año y medio como consejero de la dueña de Movistar+, cargos a los que llegó bajo la presidencia de José María Álvarez-Pallete. Tras el relevo en la cúpula de Telefónica el pasado enero, el nuevo presidente, Marc Murtra, decidió mantenerlo en ambos órganos de gobierno –pese a la directriz de evitar duplicidad de cargos en consejos– debido a su valiosa aportación y a su condición de uno de los mayores inversores individuales de la compañía, donde controla cerca de tres millones de acciones valoradas originalmente en más de 20 millones de euros.

A pesar de abandonar la gestión, las fuentes aseguran que la relación con Murtra y De Paz sigue siendo excelente, como demostró su apoyo público al plan estratégico presentado el pasado noviembre. No obstante, la intensa actividad de su *holding* GAT Inversiones ha sido el detonante de su dimisión. Rosauro Varo, que mantiene su cargo como consejero de Acciona Energía tras ser renovado por la familia Entrecanales, y su posición como inversor destacado en Cabify, se centrará ahora en el desarrollo de ambiciosos proyectos turísticos, según detalla la información.

Entre ellos destacan la segunda fase del *beach club* Salduna Beach en la Costa del Sol y la promoción Residencial Zahara Luxury Paradise en Cádiz, donde invierte 85 millones de euros junto a José María Pacheco (Konecta). Además, el empresario seguirá gestionando sus activos en Sevilla, como el hotel Lobby Room, el restaurante Río Grande y la terraza Ático, mientras mantiene su faceta académica como profesor del Máster en Finanzas y Banca de la Universidad Pablo Olavide.



Rosauro Varo, en una imagen de archivo. CARLOS ROSILLO

Varo fue vicepresidente y consejero del grupo Prisa (editor de *El País*/**Cinco Días)**, cargos que abandonó en 2023 para asumir sus nuevas responsabilidades en el área audiovisual de Telefónica.

El consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital ha experimentado una renovación casi total durante el presente ejercicio. Con la excepción de María Yolanda Barcina Angulo (en el cargo desde 2016) y Rosauro Varo, la totalidad de los vocales del máximo órgano de decisión de la filial han sido nombrados en 2025. Esta transformación se aceleró tras la llegada de Marc Murtra a la presidencia de Telefónica a mediados de enero, lo que derivó en cambios clave como el nombramiento de Javier de Paz como presidente del consejo en marzo, sustituyendo a Sergio Oslé, y la designación de Daniel Domenjó como consejero delegado en lugar de Cristina Burzako.

A este nuevo organigrama se han sumado figuras de relevancia política y empresarial, como el expresidente del PNV, Andoni Ortuzar, y el vocal de CriteriaCaixa, Marcos Contreras. Asimismo, se ha incorporado recientemente Daniel Clivillé en sustitución de Verónica Pascual. La entrada de Clivillé refuerza la estructura de confianza de Murtra, ya que ambos han compartido trayectoria profesional en proyectos anteriores como la empresa de paquetería sostenible Karibou, donde ambos formaron parte del consejo de administración en periodos recientes.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 5014 €
ÁREA: 66 CM² - 25%

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

30 Diciembre, 2025



Rosauro Varo deja sus puestos en el grupo Telefónica

Expansión. Madrid

Rosauro Varo ha comunicado formalmente su decisión de renunciar voluntariamente a sus cargos en Telefónica España y Movistar+. El empresario ha justificado su salida de la compañía en que quiere una mayor dedicación a sus proyectos y en la conveniencia de dar por finalizada su etapa en la multinacional española, según adelantó *El Confidencial*. Así, Varo deja la vicepresidencia y el consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital, la sociedad que opera Movistar Plus+. También el consejo asesor de Telefónica España. El empresario ha comunicado su decisión de abandonar ambos cargos tanto al presidente ejecutivo de Telefónica, Marc Murtra, como al presidente de Movistar+, Javier de Paz.

Telefónica aún no ha decidido quién sustituirá a Varo y la salida del consejero todavía no ha sido oficializada por parte de la empresa.

Rosauro Varo fue elegido para estos cargos en la etapa de José María Álvarez-Pallete, quien fue sustituido por Marc Murtra hace un año. Se incorporó al consejo asesor de Telefónica España a finales de 2022, mientras que se unió al máximo órgano de decisión de Telefónica Audiovisual Digital, que concentra la actividad de Movistar+, a finales de junio de 2023.



Europa Press

Rosauro Varo.

Inversiones

El empresario es presidente de GAT Inversiones, una sociedad de inversión privada a través de la cual desarrolla iniciativas empresariales en diversos sectores. Asimismo, forma parte de varios consejos de administración, entre ellos, el de Acciona Energía.

Además, ha tenido asiento en los máximos órganos de decisión de medios de comunicación de empresas como el grupo Prisa (editor del diario *El País*) y del periódico online *El Español*, y fue vicepresidente del operador móvil PepePhone (que ahora pertenece a Masorange).

El consejo de Telefónica Audiovisual Digital se ha renovado casi por completo este año, dado que salvo María Yolanda Barcina Angulo (nombrada en julio de 2016) y el propio Rosauro Varo, el resto de vocales del máximo órgano de decisión de la filial han sido nombrados en 2025. El cambio más importante ha sido el nombramiento de Javier de Paz como presidente del consejo de administración a comienzos del pasado marzo, cuando sustituyó en el puesto a Sergio Oslé (nuevo presidente ejecutivo de Mediapro).

Abierto el plazo para acudir al ERE

Telefónica ha abierto el plazo de adhesión voluntaria al Expediente de Regulación de Empleo (ERE) en siete filiales del grupo. En concreto, comienza el periodo de inscripción para las desvinculaciones en las tres filiales regidas por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV) –Telefónica de España, Telefónica Soluciones y Telefónica Móviles– y en las tres filiales conocidas como GBU (Innovación Digital, Global Solutions y Telefónica SA), según el calendario acordado por la dirección y la representación sindical. El plazo estará abierto hasta el 29 de enero en el caso de las empresas CEV y hasta el 26 de enero para las GBU. Por lo que se refiere a la séptima sociedad afectada por el ajuste, Movistar Plus+, los empleados podrán solicitar la salida del 7 de enero al 6 de febrero. El siguiente paso en el proceso de ajuste será la comunicación por la empresa de las aceptaciones de marchas voluntarias y de posibles salidas forzosas, entre el 12 y el 16 de febrero.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 44570 €
ÁREA: 361 CM² - 58%

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

30 Diciembre, 2025





Marc Murtra, presidente de Telefónica, en una comparecencia en el Congreso el pasado mes de junio. E. P.

Varo deja sus cargos en Telefónica tras llegar Ortuzar

El inversor amigo de Pallete ve «conveniente» no seguir en la operadora

CARLOS SEGOVIA MADRID

El inversor y empresario Rosauro Varo ha decidido dejar todos sus cargos en Telefónica después de la entrada este mes del ex líder del PNV, Andoni Ortuzar en Movistar Plus y tras otros nombramientos politizados en el grupo con personas próximas al Gobierno y a sus socios catalanes de investidura. Varo se limitó a explicar este lunes su marcha, adelantada por El Confidencial, alegando «motivos profesionales» y que era ya conveniente salir. «Esta decisión responde a una reflexión de carácter profesional orientada a una mayor dedicación a mis proyectos actuales [fundamentalemten el grupo GAT] y a la conveniencia de dar por finalizada esta etapa en la Compañía»,asegura en un escueto comunicado.

Este empresario, amigo personal del expresidente de Telefónica, José María Álvarez Pallete, no explica por qué esa «conveniencia» de salir, pero la secuencia de los hechos apunta a creciente incomodidad de Varo con los nombramientos realizados por Marc Murtra en su primer año como presidente de Telefónica con el desembarco de Ortuzar -clave en las investiduras de Pedro Sánchez- como colofón.

Murtra, a las pocas semanas de llegar, situó a Javier de Paz -el ex líder de las Juventudes del PSOE y consejero más cercano al Gobierno durante los años de Álvarez Pallete- como presidente de Movistar Plus. Sustituyó así a Sergio Oslé, de perfil profesional, con el que Varo, vicepresidente de Movistar Plus desde 2023, mantenía particular sintonía así como con la también cesada entonces como consejera delegada de esta empresa audiovisual, Cristina Burzako.

DESREGULACIÓN

LLAMADAS FIJAS. (la CNMC) aprobó ayer desregular el mercado mayorista de terminación de llamadas fijas. El análisis del mercado realizado por la CNMC constata, por un lado, que el uso de las llamadas de voz fija está perdiendo peso de «manera sostenida».

CUOTA. Desde 2020 el tráfico ha descendido cerca de un 65% en el segmento residencial y casi un 35% en el empresarial. la CNMC señala que el operador con mayor cuota de mercado en términos de tráfico de telefonía fija es Telefónica, con un 41%, seguida por MasOrange con un 29%.

La salida de Varo es relevante porque está actualmente a la cabeza de los accionistas individuales de Telefónica con unos 25 millones de euros en acciones. Entró en cargos de la operadora hace tres años de la mano de Álvarez-Pallete, pero éste fue destituido en Moncloa el pasado 18 de enero. Varo ha continuado en sus pues-

Es importante accionista de Telefónica con 25 millones en títulos

Afirma que se va de la operadora «por motivos profesionales»

tos durante estos meses en que ha decidido ya renunciar. En su comunicado, Varo no da apoyo expreso al polémico nuevo plan estratégico presentado por Murtra el mes pasado y se limita a «expresar sus mejores deseos para el futuro de la compañía y de su equipo directivo». Tampoco incluye en la nota si tiene previsto mantener sus acciones en la operadora, aunque fuentes próximas a Varo aseguran a este diario que ésa es su intención.

Actualmente arrastra minusvalías puesto que empezó a comprar títulos en la operadora en 2016, cuando cotizaba a cerca de nueve euros por acción. Este lunes Telefónica siguió en niveles mínimos por debajo de los 3,5 euros tras el mazazo de los mercados al plan de Murtra de recorte de dividendos para sanear la compañía.

Un portavoz de Telefónica declinó, por su parte, hacer comentarios sobre la salida de Varo, aunque los hechos apuntan a que Murtra no quería su salida.Pudo relevarle en las última semanas dentro de los cambios que ha introducido en Movistar Plus y Telefónica España, incluida la entrada de Ortuzar, pero no lo hizo. Finalmente, Varo sólo ha coincidido en una reunión del consejo de administración con el nacionalista vasco, puesto que su renuncia es ya efectiva.

Varo cierra así una etapa que incluye que tuvo que testificar el pasado mayo en el llamado 'caso Begoña', al ser el que recibió la sugerencia de la esposa del presidente del Gobierno de que Telefónica participara en el *software* de su cátedra.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 29
AVE: 10100 €
ÁREA: 11 CM² - 10%

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

30 Diciembre, 2025



Rosauro Varo renuncia a sus cargos de consejero en Telefónica

R. M.
Madrid

El empresario sevillano Rosauro Varo ha renunciado de forma voluntaria a sus cargos de responsabilidad en el grupo Telefónica, abandonando de forma inminente el consejo de administración de Movistar+ (Telefónica Audiovisual Digital) y el consejo asesor de Telefónica de España. Varo ha comunicado esta decisión a Marc Murtra, presidente de la operadora, y a Javier de Paz, máximo responsable de la filial audiovisual, argumentando la necesidad de dedicarse a sus proyectos profesionales privados en los sectores del ocio y el inmobiliario, según adelantó ayer *El Confidencial* y ha confirmado EL PAÍS.

La salida de Varo pone fin a una etapa de tres años en el consejo asesor de la filial española y de más de un año y medio como consejero de la dueña de Movistar+, cargos a los que llegó bajo la presidencia de José María Álvarez-Pallete. Tras el relevo en la cúpula del grupo el pasado enero, Murtra decidió mantenerlo en ambos órganos de gobierno —a pesar de la directriz de evitar duplicidad de cargos en consejos— debido a su aportación y a su condición de uno de los mayores inversores individuales de la compañía, donde controla cerca de tres millones de acciones valoradas originalmente en más de 20 millones de euros.

Pese a salir de la gestión, las fuentes señalan que la relación de Varo con Murtra y De Paz sigue siendo excelente, como demostraría su apoyo al último plan estratégico de la teleco.

ABC

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,31
AVE: 31370 €
ÁREA: 312 CM² - 59%

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

30 Diciembre, 2025



Rosauro Varo renuncia a sus cargos en Telefónica para dedicarse a sus negocios

▸ Era vicepresidente y consejero de Movistar Plus, y miembro del consejo asesor de Telefónica España

DANIEL CABALLERO
MADRID



Rosauro Varo, hasta ahora consejero de Telefónica y Movistar Plus+ // EP

Rosauro Varo, vicepresidente y consejero de Telefónica Audiovisual Digital (Movistar Plus+) y miembro del consejo asesor de Telefónica España, ha comunicado a la operadora de bandera española su renuncia a todos sus cargos en la compañía, como ha adelantado El Confidencial y ha confirmado ABC. Abandona los puestos que venía desempeñando desde mayo de 2023 y diciembre de 2022, respectivamente, por «motivos profesionales».

El andaluz ha presentado su dimisión tanto al presidente Marc Murtra como al presidente de Movistar Plus+, Javier de Paz. Rosauro Varo ha expresado su agradecimiento por la confianza y el apoyo recibidos durante este periodo y ha dado por concluida su etapa en la compañía: «Esta decisión responde a una reflexión de carácter profesional orientada a una mayor dedicación a mis proyectos actuales y a la conveniencia de dar por finalizada esta etapa en la compañía». La figura de Varo siempre se la ha vinculado al Partido Socialista ya que su madre es una histórica del PSOE de Andalucía, Amalia Rodríguez Hernández.

Así las cosas, el empresario andaluz desembarcó en la operadora de la mano de José María Álvarez-Pallete. Varo convirtió en un hombre de su máxima confianza que, tras el relevo en la presidencia, ahora sale del grupo. Muy sonada fue, además, la carta que hizo pública Varo en enero para ensalzar la figura del cesado Álvarez-Pallete. «Nunca me hubiera imaginado que llegara el momento de escribir unas líneas para hablar en pretérito de tu paso por Telefónica. Por muchas vueltas que le doy, lo primero que me aflora es una eterna gratitud por estos casi nueve años que he podido disfrutar y aprender a tu lado. Tu capacidad para guiar, inspirar y tomar decisiones sabias han dejado una huella imborrable a todos los 'telefónicos'. Porque no solo has liderado con estrategia y determinación, sino también con empatía, ética y unos fuertes valores, demostrando que el verdadero liderazgo consiste en servir a los demás con humildad y compromiso», señaló en la misiva entonces, mostrando su fidelidad al presidente saliente.

Como recoge EP, Rosauro Varo es presidente de GAT Inversiones, sociedad a través de la cual desarrolla distintas iniciativas empresariales en diversos sectores, y forma parte de varios consejos de administración, como el de Acciona Energía, entre otros. Asimismo, ha tenido asientos en máximos órganos de decisión de medios de comunicación como el diario 'El País' y su grupo editor, Prisa. También fue vicepresidente del operador móvil virtual PepePhone.

Renovación profunda

Este es el último cambio que se produce dentro de Telefónica y suma y sigue a la renovación en Movistar Plus+ desde que Marc Murtra asumió la presidencia del grupo de telecomunicaciones. En lo que va de año, el consejo de administración de Telefónica Audiovisual Digital se ha renovado casi por completo; solo queda María Yolanda Barcina Angulo (nombrada en julio de 2016), dado que el resto de vocales han salido ya.

Desde que llegó Murtra se ha renovado casi por completo el consejo de Movistar Plus+, con Javier de Paz de presidente

Vauro forma parte de varios consejos de administración, como el de Acciona y ha tenido asiento en grupos como Prisa

La presidencia de Movistar Plus+ la asumió hace varios meses ya el histórico socialista Javier de Paz, el hombre de José Luis Rodríguez Zapatero en Telefónica, a quien por otra parte han sacado del consejo de administración de la matriz. Sustituyó en el puesto a Sergio Oslé, ahora nuevo presidente ejecutivo de Mediapro.

Asimismo, Daniel Domenjó ha sido nombrado este año consejero delegado de Movistar+, un puesto en el que sustituyó a Cristina Burzako, que tras su salida fichó por el fondo estadounidense Providence.

Sonado también ha sido el fichaje del expresidente del PNV Andoni Ortuzar, cuyo nombramiento se anunció junto al de Marcos Contreras, vocal independiente de Criteria Caixa, accionista con un 10% de Telefónica. En el sector de las telecomunicaciones señalaron en su nombramiento que la llegada de Ortuzar permitirá a Movistar Plus+ reforzar sus lazos con las Administraciones e intensificar las relaciones institucionales. Nadie oculta que su llegada está trufada de la búsqueda de mayor influencia si cabe de la plataforma de televisión en el sector público.

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 1794 €
ÁREA: 55 CM² - 23%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11478
OTS: 53000
SECCIÓN: ECONOMIA

30 Diciembre, 2025



Rosauro Varo renuncia a sus cargos en los consejos de Telefónica España y Movistar+

El empresario sevillano, muy cercano a Álvarez-Pallete, es uno de los mayores inversores individuales de la operadora

EDURNE MARTÍNEZ

MADRID. La etapa de José María Álvarez-Pallete como presidente de Telefónica terminó hace casi un año –el 18 de enero, para ser exactos– pero su personal más próximo ha ido dejando la compañía de forma voluntaria o impuesta a lo largo de estos meses. Una de las últimas personas de máxima confianza de Pallete era el empresario sevillano Rosauro Varo, que ha renunciado de manera voluntaria a sus cargos de responsabilidad en la operadora y le ha comunicado su decisión directamente a Marc Murtra, según se confirmó ayer.

El empresario, muy cercano a Pallete pero también a Javier de Paz, máximo responsable de Movistar+, abandona su puesto en el consejo de administración de Movistar+ y en el consejo asesor de Telefónica España. Sus argumentos han sido la necesidad de dedicarse plenamente a sus proyectos profesionales privados en los sectores del ocio e inmobiliario en Andalucía.



Rosauro Varo

Varo llevaba tres años en el consejo de la filial española y año y medio en la parte audiovisual, y con el relevo de presidente a Murtra éste decidió mantenerlo en ambos órganos. Hay que tener en cuenta que Varo además de consejero es uno de los mayores inversores individuales de la compañía, con cerca de tres millones de acciones valoradas actualmente en 10,5 millones de euros y que, en principio, no tiene intención de vender pese a su salida.

Desde la operadora aseguran que la comunicación entre Varo y Murtra es muy fluida, pero el empresario ha decidido centrarse más aún en sus negocios. Es dueño de GAT, un holding inversor en hostelería, ocio, turismo y promociones inmobiliarias. Es también inversor destacado de Cabify y consejero de Acciona Energía.

Con la salida de Varo del consejo de Movistar+ se renueva casi por completo el órgano de gobierno de la parte audiovisual de la operadora. El mayor cambio fue la llegada de Javier de Paz como presidente de la filial el pasado mes de marzo en sustitución de Sergio Oslé.

Estos movimientos se producen en pleno proceso de despido colectivo. El ERE se firmó con los sindicatos el lunes 22 de diciembre, con una afectación mínima que se consiguió reducir de las 6.088 personas propuestas inicialmente a 4.525. Y ayer comenzó el proceso de solicitud de adhesión voluntaria para las filiales Telefónica España, Telefónica Móviles, Telefónica Soluciones, Global Solutions, Innovación Digital y Telefónica S.A., hasta el 26 o 29 de enero dependiendo de la sociedad. Para Movistar+ el periodo comienza el 7 de enero y se extenderá hasta el 6 de febrero.

LA CLAVE

MOVIMIENTOS EN MITAD DEL ERE

El periodo de adhesión voluntaria al ERE para más de 4.500 empleados comenzó ayer

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 5
AVE: 1734 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

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

30 Diciembre, 2025



Abierta la inscripción voluntaria al ERE de la operadora

CINCO DÍAS
MADRID

Telefónica abrió ayer el plazo de adhesión voluntaria al expediente de regulación de empleo (ERE) puesto en marcha en siete filiales del grupo en España. En concreto, comienza el periodo de inscripción para las desvinculaciones en las tres filiales regidas por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV) (Telefónica de España, Telefónica Soluciones y Telefónica Móviles), y en las tres filiales conocidas como GBU (Innovación Digital, Global Solutions y Telefónica SA), según el calendario acordado por la dirección y la representación sindical.

El plazo para apuntarse estará abierto hasta el 29 de enero en el caso de las empresas CEV y hasta el 26 de enero para las GBU. Por lo que se refiere a la séptima sociedad afectada por el ajuste, Movistar Plus+, los empleados podrán solicitar la salida del 7 de enero al 6 de febrero.

El siguiente paso en el proceso de ajuste será la comunicación por la empresa de las aceptaciones de marchas voluntarias y de posibles forzosos, entre el 12 y el 16 de febrero.

Telefónica ha pactado con los sindicatos UGT, CC OO y Sumados-Fetico un umbral mínimo de salidas de 4.525 bajas (un 25,6% menos de las 6.088 que planteó la empresa antes del inicio de las negociaciones y el 26,2% de los 17.248 empleados que componen la plantilla total de las siete filiales afectadas). No obstante, la compañía ha dejado abierta la puerta hasta un total de 5.500 salidas, en función del volumen de peticiones.

La operadora ha provisionado unos 2.500 millones antes de impuestos para hacer frente a este ERE, 2.300 millones para Telefónica España y Movistar Plus+ y 200 millones para las unidades corporativas. El coste por empleado que deje la empresa se situaría en unos 454.000 euros, por encima de los 380.000 euros del ERE de 2024, en el que se fueron 3.420 trabajadores.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 9990 €
ÁREA: 18 CM² - 13%

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

30 Diciembre, 2025



La operadora abre el plazo voluntario para su ERE

Provisiona 2.500 millones para la salida de al menos 4.525 trabajadores

E. M. MADRID

Telefónica abrió ayer el plazo de inscripción voluntaria para empleados que decidan salir de las siete filiales del grupo: tres de ellas están regidas por el Convenio de Empresas Vinculadas (CEV) (Telefónica de España, Telefónica Soluciones y Telefónica Móviles), y en las tres filiales conocidas como GBUs (Innovación Digital, Global Solutions y Telefónica SA). El plazo para apuntarse estará abierto hasta el 29 de enero en el caso de las empresas CEV y hasta el 26 de enero para las GBUs. En la séptima sociedad afectada por el ajuste, Movistar Plus+, los empleados podrán solicitar la salida del 7 de enero al 6 de febrero. A mediados de este mes se hará un balance de las marchas voluntarias y posibles despidos forzosos. Telefónica ha pactado con los sindicatos un umbral mínimo de salidas de 4.525 bajas (el 25,6% de las 6.088 que planteó la empresa antes del inicio de las negociaciones y el 26,2% de la los 17.248 empleados que componen la plantilla total de las siete filiales afectadas). No obstante, la compañía ha dejado abierta la puerta hasta a un total de 5.500 salidas, en función del volumen de peticiones.

Telefónica ha provisionado unos 2.500 millones de euros antes de impuestos para hacer frente a este ERE, de los que 2.300 millones están asignados a Telefónica España y Movistar Plus+ y 200 millones para las unidades corporativas.

El coste por empleado que deje la empresa se situaría en unos 454.000 euros, por encima de los 380.000 euros del anterior ERE de 2024, en el que se fueron 3.420 trabajadores. La cotizada cuenta con lograr unos ahorros anuales cercanos a los 600 millones de euros a partir de 2028, unos 500 en Telefónica España y Movistar Plus+, y cerca de 60 millones de euros en Unidades Corporativas.

MOVISTAR

Movistar aclara si sus clientes podrán ver la ACB y la NBA en DAZN y detalla sus próximos pasos



Hay canales premium de Movistar Plus+ que son gratis para todos los abonados por tiempo limitado. Fuente: ADSLZone

Carlos Zapatero 29 de diciembre, 2025 · 10:03

La llegada del mejor baloncesto a Movistar Plus+ supuso una excelente noticia para todos los usuarios de la compañía, que recuperaban uno de los deportes históricos de la firma. Ahora, sus usuarios se preguntan si podrán verlo a través de la app de DAZN o si únicamente se emitirá a través del descodificador.

El pasado 2 de diciembre, Movistar anunciaba que recuperaba la ACB y la NBA. Un movimiento que permitía enriquecer su oferta deportiva y que, además, llegaba con dos de los deportes que siempre han estado en su parrilla y que mueven a millones de personas en nuestro país. Para conseguirlo, la firma azul llegó a un acuerdo con DAZN, que le permitía licenciar parte de las dos ligas.

La integración del servicio ha sido excelente y apenas hemos visto a usuarios con problemas a la hora de poder acceder a ellos a través de sus canales dedicados, lo que habla muy bien del trabajo que han hecho ambas compañías. Coincidiendo con los días de la Navidad, uno de los usuarios de la operadora se puso en contacto con la misma a través de X para informarse de si era posible acceder a estos encuentros en la app de DAZN, en vez de en las plataformas de Movistar. La firma ha aprovechado para confirmar todos los detalles al respecto.

Movistar trabaja con DAZN para seguir mejorando el servicio

Movistar no se ha convertido en una de las operadoras de referencia del ámbito deportivo por casualidad. La compañía se ha esforzado durante los últimos años en no solo tener los derechos de los deportes más populares, sino en innovar constantemente en la forma en la que transmite el contenido con el objetivo de asegurar en todo momento una experiencia a la altura de las expectativas de sus clientes.



Ahora, como respuesta a la pregunta realizada por el usuario mencionado previamente, hemos podido conocer que la compañía continúa trabajando en mejorar la retransmisión del baloncesto. A través de X, ha contestado explicando que actualmente los partidos de la ACB y de la NBA se pueden ver a través de miMovistar y en el desco. Sin embargo, no acaba ahí. La compañía también explica que se está trabajando con DAZN para ofrecer estos contenidos a través de la app de la plataforma de streaming.

Llegará, pero todavía se desconoce la fecha

La noticia ha sido bien recibida por parte de los seguidores de ambas ligas, que añadirán una opción más a la hora de poder acceder a todo el contenido que incluyen sus suscripciones.

Sin embargo, la mala noticia es que todavía no sabemos una posible fecha de cuándo llegará esta nueva integración. Por lo tanto, todo apunta a que tendremos que esperar un poco más hasta poder añadir la app de DAZN a nuestro ecosistema de aplicaciones.

¿Merece la pena DAZN teniendo Movistar Plus+?

El hecho de que todavía no se puedan acceder a los partidos a través de DAZN no quiere decir que no podamos disfrutar de todos los encuentros desde Movistar. De hecho, como ya hemos mencionado, podemos hacerlo por medio de miMovistar y el desco.

Si tenemos en cuenta todas las opciones que ofrece Movistar a través de sus dispositivos, la realidad es que no hay razón de peso para exigir que la llegada a la app de DAZN se tenga que producir en tiempo récord. Escoger entre una opción u otra dependerá de cuáles son las necesidades y preferencias de cada usuario, pero lo que está claro es que desde ya podemos estar disfrutando de algunos de los mejores jugadores de baloncesto del mundo a través de nuestra Smart TV o en nuestros dispositivos móviles.

ctrl
CONTROL Publicidad

Campañas

Roche Farma y TBS reinventan el branded content



lunes, 29 de diciembre 2025

Disponible en Movistar Plus+, el documental experiencial "Ensayo sobre la mirada" convierte a diecinueve oftalmólogos y dos farmaceúticos hospitalarios en sujetos de un experimento de empatía, poniéndoles en la piel de seis pacientes de enfermedades de baja visión.

¿Cómo se puede sensibilizar sobre una enfermedad sin recurrir a los formatos tradicionales? **Roche Farma y la productora creativa TBS** han encontrado la respuesta con **"Ensayo sobre la mirada"**, un documental en formato de experimento que rompe esquemas en la divulgación médica y eleva el branded content a una nueva dimensión.

El reto: concienciar desde la empatía

La ceguera es una discapacidad visual que afecta a un 0,7% de la población mundial, según el "Informe sobre la ceguera en España", elaborado por la Fundación Retinaplus + y Ernest & Young. Entre las principales **causas de la ceguera** se encuentran, además del glaucoma, enfermedades propias de la retina, como la degeneración macular asociada a la edad (DMAE), la retinopatía diabética y la miopía patológica o alta miopía. Cualquier persona puede desarrollar estas enfermedades, ya que entre los principales factores de riesgo para padecerlas se encuentran la edad, la herencia y el tabaco.

Los fármacos y la innovación son clave para mejorar la vida de los pacientes con enfermedades de la visión. Por eso, **Roche Farma buscaba generar conciencia sobre las enfermedades de la retina** (DMAE, edema macular diabético) y destacar la importancia de la innovación en oftalmología. Pero la marca tenía un desafío: ¿cómo conectar emocionalmente con la audiencia sin caer en el discurso médico tradicional?

La idea: un experimento convertido en documental

Para llevar a cabo un proyecto novedoso que tuviera un impacto real en la sociedad, Roche Farma confió en la productora creativa TBS, que no dudó en apostar por un proyecto disruptivo que huye del formato documental tradicional y se inspira en el método científico: observación, hipótesis, experimentación y resultados. Así nació "Ensayo sobre la mirada", un documental disponible en Movistar Plus+ que **convierte a 19 oftalmólogos y a dos farmacéuticos hospitalarios en sujetos de un experimento de empatía**, poniéndoles en la piel de seis pacientes de enfermedades de baja visión. La película documental se estructura en cuatro fases que corresponden con algunos de los síntomas que sufren estos pacientes:

- Las caras: la dificultad para interpretar gestos y expresiones.
- Las letras: la imposibilidad de leer por distorsión visual.
- Las monedas: el reto de diferenciar billetes y monedas.
- Los recuerdos: la vida reducida a memorias previas a la enfermedad.

El cierre del documental es un epílogo emotivo que en el que pacientes y doctores se reúnen para reflexionar sobre la importancia del trabajo conjunto y la dimensión emocional de estas patologías.

El trabajo detrás del documental

Más de 60 profesionales del equipo de TBS participaron en el proyecto, en el que destaca un intenso trabajo de preproducción y edición. La **documentación sobre las patologías** también fue clave en el proceso. El equipo de guionistas junto a la

directora del documental, Noelia Bodas, llevó a cabo entrevistas en profundidad con los pacientes que ayudaron a entender sus limitaciones, pero también con los doctores, que no solo explicaron el origen científico de las enfermedades, sino que también compartieron horas de vivencias personales y profesionales con ellos. Esto permitió construir una experiencia única, auténtica y personalizada.

El rodaje se realizó en el plató que TBS tiene en su sede de Tres Cantos. Para esta ocasión, el equipo de la productora diseñó un **escenario inmersivo** en el que construyó una cámara de Gessel con un espejo gigante. Gracias a esta escenografía, los pacientes pudieron observar en directo cómo los doctores experimentaban, por primera vez, lo que ellos sufren en su día a día. Por su parte, los oftalmólogos, que desconocían las pruebas a las que se enfrentarían y que estaban siendo observados, demostraron una gran valentía participando en un proyecto que, para muchos, ha sido "la experiencia más bonita de sus vidas".

Tras horas de grabación, el proyecto se condensó en un documental de 42 minutos gracias a un minucioso trabajo de edición que refleja los momentos más destacables de la experiencia. "Ensayo sobre la mirada" no solo **recoge los testimonios de los pacientes y la participación de los oftalmólogos**, sino que cuenta también con el respaldo científico de la Sociedad Española de Retina y Vítreo, Acción Visión España y la Federación Española de Diabetes (FEDE). El resultado final, que combina rigor, emoción y creatividad, ya está disponible en Movistar Plus+ y en el canal de YouTube de Roche Farma.

Una nueva era para el branded content

"Ensayo sobre la mirada" marca un punto de inflexión en la forma en que las marcas abordan la comunicación en salud. La apuesta de Roche Farma por un formato inmersivo y experimental no solo refuerza el posicionamiento de la marca como líder en innovación, también demuestra que **la autenticidad y la experiencia real son un auténtico valor diferencial**.

Beatriz Lozano, directora de comunicación de Roche Farma, apunta: "En Roche estamos firmemente comprometidos con transformar la vida de las personas que conviven con enfermedades de la retina. Con el documental 'Ensayo sobre la mirada', hemos buscado ir más allá de los formatos de divulgación tradicionales, apostando por la empatía y la innovación como herramientas clave para la concienciación. Con este documental estamos liderarando una nueva era de branded content en salud, demostrando que la autenticidad, el rigor científico y la emoción pueden combinarse para generar un impacto real en la sociedad".

Por su parte, **María Cubero, directora de servicios al cliente de TBD**, destaca el privilegio que es poder trabajar con marcas como Roche Farma, que se atreven, que confían y que se remangan para trabajar codo con codo con su agencia. Además,

subraya la importancia de apostar por formatos sostenidos por la calidad de la historia y con un criterio editorial claro: el interés genuino de la audiencia en lo que se está contando, mientras la marca acompaña con naturalidad y sin tomar protagonismo.

VARIETY

Dec 29, 2025 6:55am PT

International Film and TV Breakouts of the Year: Owen Cooper, Lisa and More

By **Alex Ritman, Naman Ramachandran, John Hopewell, Nick Vivarelli, Ellise Shafer**



Netrlix, Neon, HBO, Netflix

Another year, another crop of hugely impressive talents across film and TV who will look back at the last 12 months as having marked a major turning point for their careers.

2025 didn't just catapult several brand-new faces — in front of and behind the camera — into the limelight, but gave some already highly promising creatives a much greater platform to showcase their abilities and in one case, offered a globally recognizable pop star her first crossover moment.

In alphabetical order, here are *Variety*'s international breakouts of the year.

Fujimoto Akio — 'Lost Land'



Japanese filmmaker Fujimoto Akio broke decisively onto the international stage in 2025. His third feature, "Lost Land" (Harà Watan), premiered in the Horizons section of the Venice Film Festival, where it won the special jury prize, immediately putting him on the global radar. The film — shot entirely in the Rohingya language and centered on the lives of young Rohingya refugees — went on to secure the Golden Yusr for best feature at the Red Sea International Film Festival, confirming its cross-regional impact. Earlier works such as "Passage of Life" and "Along the Sea" had already attracted attention at major festivals, but "Lost Land" elevated Fujimoto from a programmer favorite to a filmmaker with genuine international traction. *Naman Ramachandran*

Owen Cooper — 'Adolescence'

Before "Adolescence," nobody had seen Owen Cooper on screen. Quite literally. Netflix's one-shot mini-series phenomenon — in which he played a teenage boy accused of murdering a classmate — didn't simply mark his breakout moment, but was the youngster's first professional acting role. Such was Cooper's astonishing performance, applauded for its raw emotion and maturity, that few could believe it was his debut. The nine months since have been nothing short of life-changing for the teenager from the north English town of Warrington. "Adolescence's" awards run is still ongoing, but he's already become the youngest male actor to win a Primetime Emmy (he was just 15 at the time) and with the SAGs, Golden Globes and BAFTA TV Awards on the horizon, many more major honors are no doubt incoming.



Thankfully, while Cooper is now working out how to juggle school work with awards ceremonies, fashion shows and all the other trappings of being arguably TV's most talked-about newcomer of the year, his meteoric success doesn't look like a flash-in-the-pan moment. Next up, he's appearing in Emerald Fennell's "Wuthering Heights" as a young Heathcliff, while he was recently announced as part of the all-star cast for Tom Ford's hotly-anticipated next feature. The future looks very, very bright. *Alex Ritman*

Jeanne Goursaud — 'Exterritorial'



As the formidable Germanic tribal noblewoman Thusnelda, Goursaud made an impression in Netflix German epic "Barbarians," hacking her way through multiple body parts of any poor Roman soldier who crossed sword with her. It was really in 2025's "Exterritorial," however, that the German-French actor not only underscored her action moves in some brutal fight scenes but showed subtler acting and star power, playing ex-soldier Sara. The sole survivor of an ambush in Afghanistan, still suffering from PTSD, her young son vanishes in thin air from a playroom at the U.S. consulate in Frankfurt. Sara will do anything — and punch anyone — to get him back. Released April 30 to become Germany's biggest hit ever on Netflix, scoring 91.7 million views, "Exterritorial" is also the biggest non-English non-franchise title from anywhere in the world for the U.S. streaming service this year. *John Hopewell*

Julia Jackman — `100 Nights of Hero'



After gaining buzz with her directorial debut "Bonus Track" in 2023, Canadian director Jackman broke through this year with the indie fantasy "100 Nights of Hero." The film's impressive cast — including Emma Corrin, Maika Monroe, Nicholas Galitzine, Charli xcx, Richard E. Grant, Felicity Jones and Amir El-Masry — and dystopian take on Middle Eastern folklore propelled it to Venice Critics' Week in September and as the closing film of the BFI London Film Festival the next month. Reviews praised Jackman's distinctive world-building and voice, while nearly every actor involved gushed about the film's collaborative set and boots-on-the-ground ethos. "100 Nights of Hero" is currently screening in U.S. theaters via IFC and will be debuting in U.K. cinemas in February. *Ellise Shafer*

Ishaan Khatter — 'Homebound,' 'The Royals'



Photo : Getty Images

Ishaan Khatter's international breakout has been years in the making, but it finally snapped into focus over the past year. After first drawing global attention with Mira Nair's BBC/Netflix adaptation "A Suitable Boy" (2020), Khatter reached a wider mainstream audience with Netflix's glossy murder mystery "The Perfect Couple" (2024) opposite Nicole Kidman, showcasing a fluency in English-language material that few South Asian actors manage so smoothly. He followed that in 2025 with Netflix India's contemporary series "The Royals," reinforcing his commercial pull at home, while Neeraj Ghaywan's Cannes-bowed "Homebound" pushed him firmly back into prestige territory and landed on the Oscars best international feature shortlist. Comfortable toggling between streamer-friendly spectacle and festival-caliber drama, Khatter now looks less like a crossover experiment and more like a genuinely international leading man in the making. *NR*

Inga Ibsdotter Lilleaas — 'Sentimental Value'

Joachim Trier helped turn Renate Reinsve into a major star (and a Palme d'Or winner) with "The Worst Person in the World," and it looks like he's doing something similar for fellow Norwegian Inga Ibsdotter Lilleaas with his follow-up. "Sentimental Value," about the fractured relationship between a famed director and his two estranged daughters, was a critical hit in Cannes and has comfortably set sail into awards season.



But despite the presence of established names such Stellan Skarsgard, Elle Fanning and Reinsve, for many critics it was the quiet strength that Lilleaas offered in her supporting role that gave the film its most moving elements. The accolades have already begun piling up for the 36-year-old, with honors from the National Board of Review and Palm Springs Film Festival, plus a sizable haul of pending nominations (including from the Globes Globes). Awards pundits already have her down as a near-certainty for the Oscars. *AR*

Lalisa Manobal — 'The White Lotus'



Lalisa Manobal, better known simply as Lisa, made one of the most high-profile crossovers of the year with her leap from global pop stardom to scripted television. The Blackpink superstar made her acting debut in HBO's "The White Lotus," joining the third season of Mike White's satirical comedy-drama, which shifted the franchise's focus to Thailand. Her role was small within the ensemble, prompting some fan disappointment over limited screen time, but it placed her inside one of television's most scrutinized prestige series and offered a low-risk entry point into acting. Her casting broadened the show's global reach and marked a notable step outside Hollywood's usual casting playbook. Lisa is next set to appear opposite Don Lee in Netflix's "Tygo," a standalone film set within the "Extraction" action universe, cementing her move from music icon to emerging screen presence. *NR*

Louis Partridge — 'House of Guinness,' 'Jay Kelly'



Thanks largely to "Enola Holmes," not to mention "Pistol," "Disclaimer" and — going much further back — "Paddington 2," Louis Partridge is hardly a newcomer. But 2025 definitely marked a turning point for the fast-rising British actor. "House of Guinness," Steven Knight's 19th-century cocktail of "Peaky Blinders" and "Succession" for Netflix, saw the 22-year-old take on one of his chunkiest roles to date as the real-life boss of the Irish brewing giant. Meanwhile, Noah Baumbach's Venice-bowing Hollywood saga "Jay Kelly" added George Clooney to his growing list of co-stars. And while all this was going on, Partridge was mostly vaulting about the British countryside in a red army uniform, playing Jane Austen's notorious knave George Wickham in "Pride & Prejudice" alongside Emma Corrin, Jack Lowden and Olivia Colman.

Alauda Ruiz de Azúa — 'Querer,' 'Sundays'



Can she do nothing wrong? In 2022, Pedro Almodóvar endorsed her first feature, "Lullaby," calling it "undoubtedly the best debut in Spanish cinema for years." Three years later, Basque writer-director Ruíz de Azúa has made good on that promise, scoring a remarkable double. In March, she scooped the biggest prize at Series Mania, Europe's most important TV festival, for her first series "Querer." And this September, she walked off with the top Golden Shell at San Sebastián for feature "Sundays." Set in her native Basque Country, "Sundays," a suspense drama portrait of failing family dynamics, has also achieved the holy grail of any feature these days selling on the open market: a powerful performance in its home territory, reaching around €4.0 million ($4.7 million) to date in Spain and rapid early major market sales accounting for half the world. Few European auteurs have emerged so fast. *JH*

Mascha Schilinski — 'Sound of Falling'

When "Sound of Falling" premiered in Cannes on May 14, 41-year-old Berliner Mascha Schilinksi became an instant sensation with her meditation on history, memory and inherited trauma that traces the lives of four generations of women across a century in a remote German farmhouse. *Variety*'s Guy Lodge hailed the movie as a "shattering" epic that sends its director "into the big leagues" thanks to an "astonishingly poised and ambitious second feature." After scoring the jury prize in a tie at Cannes, "Sound of Falling" played at high-profile international events, including the New York Film Festival, and is Germany's shortlisted Oscars contender in the best international feature category. Mubi is releasing the film in the U.S. in January. *Nick Vivarelli*



Francesco Sossai – 'The Last One for the Road'

This year at Cannes, then under-the-radar director Francesco Sossai, 36, pulled Italy's biggest cinematic coup by landing in the Un Certain Regard competition with his boozy road movie "The Last One for the Road." Praised by *Variety*'s Tomris Laffly as a "pleasant Italian gem on drinking buddies, aging and wistful flavors of life" this fresh film — about two broke petty-criminals who pick up a young architecture student and embark on a journey filled with hangovers and philosophical conversations — subsequently traveled widely, including to the Toronto and New York Film Festivals.



The low-budget “Last One for the Road” has also scored a relatively robust $1.5 million at the Italian box office and sold to a slew of territories via Paris-based sales company Lucky Number.

NV

RUBiK
AUDIOVISUAL

CINE · NOTICIAS

Los XIII Premios Días de Cine consagran 'Los domingos' y 'Valor sentimental' como las mejores películas del año

diciembre 29, 2025 por Admin

El programa de RTVE reconoce lo más destacado del cine español e internacional de 2025 en una edición marcada por el peso autoral, la mirada contemporánea y la excelencia interpretativa. La gala de entrega se celebrará el 21 de enero en el Museo Reina Sofía de Madrid.



Los domingos © BTEAM

Ya se ha dado a conocer el palmarés de la XIII edición de los Premios Días de Cine, los galardones que concede el veterano programa cinematográfico de La 2, dirigido por Gerardo Sánchez.

La ceremonia tendrá lugar en el Auditorio 400 del Museo Reina Sofía, con la presencia de los galardonados y de numerosas figuras del sector audiovisual y cinematográfico.

El fallo se anunció en el último programa del año y es fruto de la votación interna de la redacción, que cada temporada selecciona las obras y trayectorias más relevantes del panorama cinematográfico nacional e internacional.

Mejor película española: Los domingos

La gran vencedora en el apartado nacional es Los domingos, dirigida por Alauda Ruiz de Azúa, que encabeza la lista de las cinco mejores películas españolas de 2025 según Días de cine. El reconocimiento consolida la posición de la cineasta como una de las voces más sólidas del cine español contemporáneo, gracias a una mirada autoral atenta a los conflictos íntimos y sociales del presente.

Completan la selección de mejores películas españolas:

Sirat, de Oliver Laxe

La furia, de Gemma Blasco

Popel, de Oier Plaza Gartzia

Maspalomas, de José Mari Goenega y Aitor Arregi

Mejor película internacional: Valor sentimental

En el apartado internacional, el máximo reconocimiento recae en Valor sentimental, del director noruego Joachim Trier, una obra que también ha destacado en las categorías interpretativas. La elección confirma el interés del programa por un cine de autor europeo, de proyección internacional y con una fuerte carga emocional y narrativa.

El Top 10 internacional incluye títulos de marcado carácter artístico y político como Un simple accidente, de Jafar Panahi; Aún estoy aquí, de Walter Salles; Vida en pausa, de Alexandros Avranas; The brutalist, de Brady Corbet; La semilla de la higuera sagrada, de Mohammad Rasoulof; La chica de la aguja, de Magnus Von Horn; La voz de Hind, de Kaouther Ben Hania; Kontinental 25, de Radu Jude; y Una batalla tras otra, de Paul Thomas Anderson.

Reconocimientos interpretativos

En el apartado de interpretación española, el premio a Mejor Actor es para Álvaro Cervantes por su trabajo en Sorda. En categoría femenina, Ángela Cervantes es distinguida como Mejor Actriz Española del año por sus interpretaciones en La furia y Lo que queda de ti, confirmando un año especialmente relevante en su trayectoria.

En el ámbito internacional, el galardón a Mejor Actor recae en Stellan Skarsgård por Valor sentimental, mientras que Fernanda Torres obtiene el reconocimiento a Mejor Actriz Internacional por su trabajo en Aún estoy aquí.

Premios del público y galardones especiales

A estos reconocimientos se suman los premios ya anunciados en semanas anteriores, otorgados tras la votación del público, en la que participaron 2.480 personas. Entre ellos destacan el Premio del Público para Ciudad sin sueño, de Guillermo García López; el galardón a Mejor Documental para Popel; el premio a la Mejor Banda Sonora para Guille Galván por Madrid, Ext., de Juan Cavestany; y el reconocimiento a la Mejor Película de Animación para Decorado, de Alberto Vázquez.

Otros galardones especiales han recaído en títulos y profesionales como Flores para Antonio, Miocardio u Objeto de estudio, así como en cineastas e intérpretes emergentes y consolidados del panorama nacional.

Con trece ediciones a sus espaldas, los Premios Días de Cine se han consolidado como un referente para el sector audiovisual, funcionando como un termómetro cualificado del cine de autor y poniendo el foco en obras que destacan por su riesgo creativo, su compromiso con el presente y su relevancia cultural. La gala del próximo 21 de enero volverá a ser un punto de encuentro clave para la industria cinematográfica y cultural.

EL DIARIO VASCO

30 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 58
AVE: 7399 €
ÁREA: 684 CM² - 81%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 36497
OTS: 163000
SECCIÓN: CULTURA



Las diez películas que nos llevaron a los cines



Jade Oukid y Joshua Liam Henderson, en un fotograma de 'Sirât', de Oliver Laxe. DV

Cine. La pantalla grande logró despertar la fe a un buen número de espectadores y trasladó a otros muchos a una sensorial 'rave'

El cine ha vuelto a dar que hablar y esa es una buena noticia. A pesar de que la cifra de espectadores y la recaudación en taquilla continúen siendo preocupantes, la cosecha de títulos de 2025 ha acaparado la conversación social. Se volvió a debatir en torno a la fe, a la cultura de la cancelación o sobre la homosexualidad en la edad madura que aportó la guipuzcoana 'Maspalomas'. Y autores como Oliver Laxe o Guillermo del Toro convirtieron sus estrenos en eventos imprescindibles.

Guillermo del Toro
'Frankenstein'

Netflix ofreció a Guillermo del Toro realizar la película más deseada de su carrera y él no desaprovechó la oportunidad de volver a trasladar la obra de Mary Shelley. Esta vez con una puesta en escena impactante y con una mirada emotiva hacia el monstruo. Una superproducción que cuida todos y cada uno de los detalles y que parece estar hecha para volver a disfrutar de la magia del cine. Oscar Isaac y Jacob Elordi logran con sus interpretaciones estar a la altura de todo lo que hay a su alrededor. Que no es fácil entre tantos fuegos artificiales.

Ari Aster
'Eddington'

John Waters lo tiene claro: si no te gusta esta película, ¡te odia! El genio provocador detrás de 'Pink Flamingos', esa película que tiene escenas para ofender al 100% de las personas del planeta, recomienda 'Eddington', una cinta muy distinta pero con un efecto similar. Phoenix versus Pascal en un pequeño pueblo perdido al que le afecta, como a cualquiera, una polarización extrema en unas cabezas muy tocadas después del covid. Peli larga que tiene de todo, que se va agriando y emparanoiando sin parar de provocar, y encima termina en epopeya. Para quien se sepa reír es una joya, pero eso no siempre es fácil, y el trasfondo, eso sí, es tremendo.

Carla Simón
'Romería'

La tercera de Carla Simón tiene lo mejor de las dos anteriores, y además aporta innovaciones formales que impactan con fuerza en la recepción de la historia. Y es que esa historia, en gran medida autobiográfica, desde luego tiene que ser contada. Contada de mil maneras en la misma película, en esa familia extensa y sobre todo esos dos actores desconocidos y ya inolvidables. También en esas sábanas al ritmo de Siniestro Total, la fiesta, la muerte, la droga, la infección... pero también esos abuelos con un bloqueo, con ese dinero, con esos cuidados secretos. Una experiencia plena y llena de tramas que siempre han estado ahí, pero de las que hemos hablado poco.

Yorgos Lanthimos
'Bugonia'

Hay que reconocer más que nunca a Yorgos Lanthimos sus virtudes autorales en tiempos difíciles para la libertad creativa. Es de las pocas voces independientes que quedan en el marco del negocio hollywoodiense. Sigue haciendo lo que quiere, con rostros conocidos. Aquí se permite el lujo de firmar un remake de un filme coreano de culto, 'Salvar el planeta Tierra', fusionando el thriller, la ciencia-ficción y la comedia negra con un tono cinematográfico mayúsculo. Pura diversión, a ratos inquietante.



Blanca Soroa y Patricia López Arnaiz son sobrina y tía en 'Los domingos', de Alauda Ruiz de Azúa. DV

Brady Corbet
'The brutalist'

Una película en la que la aparición de una biblioteca hace que se salten las lágrimas solo puede rozar el milagro. Desde la belleza del brutalismo y la emoción profunda, Brady Corbet relata el viaje de un genio de la arquitectura que huye del nazismo atroz para zambullirse en el capitalismo salvaje, decidido siempre a poner por encima de todo su honestidad artística. Entre medias, la lucha entre el poder y el talento, encarnados por Guy Pearce y Adrien Brody, que mantienen una relación tan turbia como inquietante. Con esos cimientos, Corbet levanta un edificio cinematográfico extraordinario, complejísimo y fascinante.

Alberto Vázquez
'Decorado'

Una de las mejores películas que pudo verse en el Festival de Cine Fantástico y de Terror. 'Decorado' es un milagro, una obra única que eleva el cine de animación para adultos. La nueva propuesta animada del dibujante de cómic y cineasta Alberto Vázquez visitó discretamente las salas de cine, pero tiene un largo recorrido en otros espacios fílmicos. El salto cualitativo en la estética y el movimiento, respecto a la igualmente recomendable 'Unicorn Wars', su anterior trabajo, es más que notable.

Óliver Laxe
'Sirât'

La última película de Óliver Laxe es una experiencia sensorial apabullante en la que la trama, el guion y el desarrollo de los personajes apenas tienen importancia o interés. Baste plantear su argumento: Luis y su hijo pequeño llegan a una 'rave' perdida en el sur de Marruecos. Buscan a su hija y hermana, que desapareció hace unos meses en una de esas fiestas, pero al no encontrarla deciden seguir a un grupo de raveros hasta otra celebración en el desierto. Con una fotografía excepcional y un sonido y una música vibrantes, esta atípica cinta de aventuras tiene ecos de películas como 'Carga maldita' o 'Mad Max' y nos recuerda que el cine también es eso: imágenes poderosas, llenas de fuerza y, por qué no, un pelín efectistas.

Luca Guadagnino
'Caza de brujas'

Guadagnino se atreve a abordar la cultura de la cancelación en esta película que lejos de alinearse con un relato pretende despertar debates. Y lo hace. En temas como el consentimiento, el abuso de poder o la revictimización. Aunque los parámetros que se plantean posiblemente no hagan sentir cómodo a todo el mundo. Julia Roberts hace una interpretación soberbia que le va a llevar a optar a todos los premios del próximo año.

Paul Thomas Anderson
'Una batalla tras otra'

Las películas de Paul Thomas Anderson desconciertan en un primer visionado. ¿Qué diantres es esta gamberrada con DiCaprio corriendo en albornoz como si fuera el Gran Lebowski? Solo cuando la ves por segunda vez eres consciente de su grandeza y hondura, de cómo el autor es capaz de aprehender el estado de su tiempo, en este caso una América histérica en manos de un loco. 'Una batalla tras otra' es a ratos un thriller paranoico y otros una comedia sobre revolucionarios que se quedaron colgados en otra época. También es una historia de amor entre un padre y su hija, una road movie que remite a los dibujos del Coyote y el Correcaminos y desborda energía y vitalidad. ¿Quién da más?

Alauda Ruiz de Azúa
'Los domingos'

Es una obra maestra llena de sensibilidad y con un guion tan sutil como rico en detalles. Con una puesta en escena pensadísima y un trabajo actoral excepcional, 'Los domingos' es una bomba emocional que explota cuando Ainara (Blanca Soroa), una adolescente de 17 años, cuenta en casa que va a iniciar un proceso de discernimiento para ser monja. Prueba de su sutileza es que, pese a que Ruiz de Azúa sí toma partido, hay quien ha visto en 'Los domingos' una película bellísima y no una cinta de terror.

HAN RECOMENDADO PELÍCULAS MIKEL LABASTIDA, IKER CORTÉS, BORJA CRESPO, CARLOS G. FERNÁNDEZ, ROSA PALO Y OSKAR BELATEGUI

QUÉ VER EN CINE

Valor sentimental, la mejor película de 2025, y otros grandes estrenos de cine que deberías haber visto este año

JAVIER ESTRADA @javi.estrada_ 29 DIC. 2025 - 09:36



Se acerca el final de año y es hora de hacer balance en cuanto los estrenos de cine. En esta ocasión toca hacer un repaso de las mejores películas estrenadas en 2025. Sin desdeñar otros criterios más allá de lo cinematográfico, aquí vamos a introducir algunas películas que han gozado de los favores del público y que han arrasado en la taquilla.

Los tigres (Alberto Rodríguez)

Una vez más, Alberto Rodríguez aparece con un thriller oculto bajo la apariencia de drama con personajes torturados para entregarnos una de las grandes películas del año (junto a la serie Anatomía de un instante) en España.

La brillante interpretación de un Antonio de la Torre transmutado en un buzo que repara barcos, junto a una Barbara Lennie creíble como una hermana sufridora y un genial Joaquín Núnez (¿segundo Goya a la vista?) son aspectos a tener en cuenta en una cinta que guarda otro as en la manga: la tensión que se respira en las escenas submarinas.

Frankenstein (Guillermo del Toro)

En Guillermo del Toro muchos aprecian su gusto por exhibir lo grotesco y colocarlo en situaciones 'normales'. Otros, que su amor al cine le permite lucirse en proyectos llenos de detalles a nivel de producción. Pero en este Frankenstein se respira respeto a la novela y a las adaptaciones al cine anteriores cuando observamos el cariño con el que trata al monstruo. Un lujoso producto con el que el oscarizado director pretende cerrar un glorioso ciclo dedicado a lo fantástico.



Los domingos (Alauda Ruiz de Azúa)

Está en todas las quinielas como la mejor película del año en nuestro país. Y no es de extrañar. Porque, tras un gran debut con Cinco lobitos, Alauda Ruiz de Azúa vuelve a confirmar que el futuro es suyo. La Concha de Oro a la Mejor Película en San Sebastián. Su disección de los recovecos de una familia en la que una niña (y su fe que le conduce a su ingreso en un monasterio de clausura) ponen patas arribas el status quo de sus miembros es digna de elogio, tanto de los espectadores creyentes como de los que no por su sutilidad y respeto.



F1: la película (Joseph Kosinski)

Para quienes minusvaloren esta película dos datos. El primero, que un grande como Hans Zimmer firma la banda sonora y eso es razón más que suficiente para acudir a una sala de cine. Y, dos, que el mismísimo Aaron Sorkin ha colaborado en el guion. Pero, si eso no fuera suficiente, ver este espectáculo frenético y adrenalínico es puro espectáculo y ha cambiado la imagen de la Fórmula 1 de muchos espectadores, con Brad Pitt incrustado en mitad del rodaje entre Carlos Sainz, Max Verstappen y Lewis Hamilton.630 millones de dólares recaudados y un golpe de efecto de Apple en términos de imagen como gran estudio.



Sirat (Oliver Laxe)



Definida por algunos como 'cine-experiencia', el fenómeno Sirat está lejos de finalizar en 2025. En el horizonte se atisban no sólo las nominaciones a los Globos de Oro, sino otras más que probables a los Oscar. Dicho esto, la vivencia de un padre y su hijo en busca de su hija perdida tras una rave en el desierto ha encendido los debates sobre si su calidad reside en la fuerza de lo inesperado que persigue la historia, en el ritmo fuera de lo cotidiano que exhibe o a que no se parece a nada antes visto. Lo cierto es que lo raro, lo diferente y lo único siempre se agradece.

Una batalla tras otra (Paul Thomas Anderson)

Monumental, exagerada y con una profunda carga de profundidad hacia las injusticias y la rebeldía que muchos exhiben ante el poder. Así se presenta este drama de Paul Thomas Anderson donde brillan gigantes como Leonardo DiCaprio, Sean Penn o Benicio del Toro junto a Teyana Taylor o Chase Infiniti. Si a ello le sumamos que hasta Spielberg se ha rendido a ella estamos de acuerdo en que el director de Pozos de ambición ha jugado fuerte una apuesta que incluye una persecución memorable y muchísimo humor negro.



La voz de Hind (Kaouther Ben Hania)

Dura, muy dura es esta producción tunecina galardonada con el Gran Premio del Jurado en Venecia y que aspira a todo en los Globos de Oro y Oscar. Nada menos que la triste y cruel historia de Hind Rajab, una niña que asiste atónita a un hecho terrible: su próxima muerte en una situación en Gaza que ha acabado con la vida de su familia y cuya única ayuda viene de la mano de los voluntarios de la Media Luna Roja. Lo que asistimos es a un drama en el que escuchamos la voz real de Hind. Ojalá nunca más sucedieran hechos así en la vida real.



Valor sentimental (Joachim Trier)



La película que ha sido galardonada con el Gran Premio del Jurado y que se posiciona (y de qué manera) ante los Globos de Oro y los Oscar aparece como un drama muy familiar que nos recuerda al mejor Bergman. Cine, familia y sentimientos son el triángulo de cuestiones que toca un drama noruego donde brilla un Stellan Skarsgård que huele a Oscar y una Elle Fanning que, atentos, algún día conseguirá ganar una estatuilla. Y todo, con una sensibilidad a la hora de retratar un personaje lleno de ego que no ha sabido/querido cuidar a sus hijas como debía.

Zootropolis 2 (Jared Bush y Byron Howard)

Más allá de sesudos análisis cinematográficos merece un hueco en esta selección la película más taquillera del año en todo el mundo. Con más de 1.100 millones de dólares recaudados se ha ganado estar aquí esta fábula en la que los animales son un trasunto de nuestras bajezas y grandezas humanas. Lo que pudiera parecer como una cinta sólo para niños esconde una oda a la solidaridad entre pueblos que viene muy bien en este maremagnun geopolítico que nunca deja de retorcerse.

Un simple accidente (Jafar Pahani)

Lleva años luchando contra lo imposible (y la sinrazón de quienes rigen su país teocrático) y, no por ello, Jafar Pahani deja de entregarnos cintas memorables. En este caso, la Palma de Oro en Cannes de este año aparece ante nosotros como una buena

muestra de cine sencillo en lo técnico pero grande en la profundidad. Un drama del que conviene saber poco más allá de que es una historia que nos posiciona delante de quienes hacen el mal y a los que debemos (o no) respetar como seres humanos.



RUBiK
AUDIOVISUAL

ENTREVISTAS

Mauro Herce: "En 'Sirat' queríamos que el espectador viviese en primera persona la experiencia del desierto y del viaje"

diciembre 29, 2025 por Admin

Sirat, dirigida por Oliver Laxe, ha sido preseleccionada en cinco categorías de los premios Oscar y cada vez suena con más fuerza para 'dar la campanada' en alguna de ellas. Conversamos con Mauro Herce, director de fotografía del film, sobre los principales retos del rodaje, poniendo el foco en la monumental rave que inaugura la cinta. Nos zambullimos en las particularidades de una filmación en la que lo planificado y lo imprevisible caminaron juntos de la mano. *Por Miguel Varela.*



Rubik: ¿Cómo recibisteis la noticia cuando la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España eligió a *Sirat* para representar al país en la 98.ª edición de los Premios Oscar?

Mauro Herce: No nos lo esperábamos, ni por asomo, mientras hacíamos la película, la montábamos… Ni siquiera cuando la estrenamos y fuimos a Cannes, que también fue una gran sorpresa llevarnos el premio. No pensábamos que pudiera tener relación con ser seleccionada posteriormente para los Oscars.

Pero es cierto que luego la película está yendo muy bien en salas, haciendo mucha taquilla en España y Francia. Recibes muchos elogios y felicitaciones y empiezas a soñar con cosas como esta.

Va a ser muy difícil pasar a la shortlist definitiva, pero ya nos han inoculado la semilla de la esperanza, estamos muy ilusionados.

Rubik: La rave inicial de *Sirat* ya es un icono de la cinematografía española ¿Cómo se planificó una secuencia tan desbordante y dinámica sin perder su espontaneidad desde la dirección de fotografía?

M. H.: Lo primero que queríamos evitar era recrear una fiesta falsa, como ocurre en muchas películas de ficción. Ahí no hay música, la gente simula bailar y el resultado es poco creíble. Para nosotros era fundamental que la música sonara de verdad y que quienes aparecieran en pantalla pertenecieran realmente a ese mundo, que se sintiera en sus rostros y en su forma de vestir y bailar. Partiendo de esa premisa, era evidente que teníamos que organizar una rave real e implicar a colectivos *raveros* para que participaran en la fiesta.

Rubik: Esa apuesta por la búsqueda de lo real marca también vuestra manera de trabajar…

M. H.: Sí, Oliver y yo tenemos una filmografía muy ligada a esa búsqueda de verdad. Nuestra primera película juntos, *Mimosas*, fue un rodaje durísimo. No nos conocíamos mucho entonces, yo había rodado algunas películas de ficción y él estaba en su segunda. Fue un proyecto complejo, con varios idiomas, una coproducción internacional y localizaciones muy inaccesibles en Marruecos. Constantemente aparecían problemas imprevistos y nosotros éramos todavía bastante inexpertos. Fue un rodaje caótico que nos dejó agotados.

De ahí aprendimos que la única manera de sobrevivir a rodajes tan extremos era llegar mucho más preparados. En *O que arde* y en *Sirat* trabajamos con esa lección en mente: planificar lo máximo, pero al mismo tiempo dejar un margen para lo imprevisto. En la rave, por ejemplo, había una serie de narrativas que queríamos desarrollar. Y a la vez, estaba la fiesta real, con miles de personas bailando durante dos días.



Mauro Herce, director de fotografía de Sirat.

Así, nuestro trabajo consistía en adaptarnos a ese flujo, como si filmáramos un documental. Y a la vez dirigir algunas acciones que nos permitieran desarrollar la trama.

Rubik: ¿Cómo se conjuga esa planificación con lo azaroso?

M. H.: A veces decimos que vamos en modo “caza” y otras en modo “pesca”. En la rave trabajamos con ese espíritu: grabamos muchísimo material adaptándonos totalmente a lo que pasaba, sin intervenirlo, conscientes de que en montaje se lograría restituir la atmósfera, y a la vez intentamos, en otros momentos, asegurar algunos pilares esenciales de la trama. Muchas de estas mini-tramas han quedado fuera en el montaje o no se han podido filmar por cuestiones de seguridad.

Rubik: ¿Recuerdas hallazgos que surgieron de esa improvisación?

M. H.: Constantemente. Uno de los momentos más poderosos fue un bailarín extremadamente delgado y fibrado, muy nervioso, que se pegaba a los altavoces. En cuanto lo vi lo seguí bastante tiempo; disfrutaba de la cámara. También hubo imágenes inesperadas de gran potencia, como la cabeza de una chica rubia platino enmarcada dentro de un altavoz y asociaciones visuales que solo aparecen cuando dejas espacio al azar.

Rubik: ¿Y sobre las intervenciones más controladas, como la llegada de los militares?

M. H.: Sí, ahí planteamos una "puesta en situación". Les pedimos que entraran cogidos de la mano, como un cordón, avanzando sin parar. Los raveros reaccionaban a esa energía sin saber lo que iba a pasar. Fue más intervenido que el resto de la rave, pero sin perder verosimilitud. Me gusta más hablar de "puesta en situación" que de "puesta en escena"para ese tipo de escenas: creas una situación y dejas que los demás reaccionen a ella.

Rubik: A nivel de lenguaje cinematográfico, ¿qué recursos fueron clave para trasladar la experiencia física y sensorial de los personajes bailando en *Sirat*?

M. H.: Creo que es decisiva la relación entre corte y no-corte. Si hubiéramos fragmentado la rave en miles de planos, la sensación habría sido distinta. Lo que más influye en la inmersión es dejar que las acciones sucedan en plano y encontrar la alquimia entre cortar y no cortar. Eso genera una impresión de verdad muy fuerte.

A final lo esencial es no interrumpir demasiado la duración de las cosas, su ritmo interno, para que el espectador sienta que está allí, respirando el mismo aire.

Rubik: Entrar en una rave a rodar exige también decisiones técnicas específicas. ¿Qué equipos usasteis?

M. H.: Grabamos casi toda la película en exteriores día, con un sol muy duro, y ahí el analógico Super16 ofrece un resultado más atractivo y sugerente que el digital, que sufre mucho con ese tipo de luz. Además, trabajar con película es trabajar con una imagen latente: nunca sabes del todo cómo quedará, y eso estimula la imaginación durante el rodaje. Esas imágenes te acompañan cuando te vas a descansar sin saber muy bien lo que has visto en realidad.

Para la rave nocturna, en cambio, usamos digital con la Alexa 35, porque la sensibilidad más alta que existe en analógico es de 500 ASA y habría requerido iluminar demasiado, destruyendo la atmósfera. Con la Alexa 35 podíamos rodar con muy baja luz, sin alterar el comportamiento de la gente, y después igualar las texturas en postproducción.



Equipo técnico de la película durante el rodaje, con Mauro Herce a la derecha y el director Óliver Laxe, sentado al frente. © Fotografía de Quim Vives

Rubik: ¿Y en cuanto a ópticas?

M. H.: Al principio pensamos en rodar en 35 mm anamórfico, pero por seguridad y presupuesto tuvimos que acabar filmando 16 mm con lentes esféricas Ultra Prime, más resistentes. Las anamórficas son delicadas y temíamos que sufrieran con tanto movimiento.

Al final usamos ópticas fijas y un zoom puntual. En digital recurrimos al mismo juego, para unificar la textura después en posproducción.

Rubik: ¿Cómo favoreció el Super16 a esa sensación inmersiva?

M. H.: No creo que el soporte determine por sí mismo la inmersión, pero sí facilita conseguir una imagen atractiva y sugerente en condiciones difíciles, como un exterior día con sol vertical. Con muy poco se consiguen resultados atractivos y sensuales. Eso, sumado al sonido, los cuerpos, la textura, el color, el polvo y el movimiento adecuado de la cámara genera esa experiencia sensorial e inmersiva. En *Sirat* queriamos que el espectador viviese en primera persona la experiencia del desierto y del viaje.

Rubik: ¿La cámara fue realmente un bailarín más dentro de la fiesta?

M. H.: Sí, ese era el objetivo. Decidimos trabajar con muy poca gente alrededor de la cámara, solo el operador y un ayudante. En algunos momentos había dos unidades rodando en paralelo, integradas en la pista. Queríamos que la cámara fuese una persona más en el dance floor, para captar la esencia del momento y no romper la energía colectiva.

Rubik: Me has comentado sobre tu método de "montaje en tiempo real". ¿Cómo lo describirías?

M. H.: Cuando grabas en situaciones que no controlas, es decir, que te tienes que adaptar a lo que pasa sin poder volver atrás o repetir una toma, es esencial reconocer en tu interior lo que está bien y mal de lo que has conseguido registrar. Estar montando todo el tiempo en tu cabeza para saber qué más te hace falta para completar la secuencia.

En este tipo de situaciones no hay tiempo para hablar con el director porque se escaparía todo lo que tienes delante. El director tiene que confiar plenamente en ti. Con Óliver hemos hecho ya cuatro películas juntos (en una de ellas él era productor) y me escogió, supongo, porque le gusta mi manera de pensar y de posicionarme ante la realidad… espero (risas).

Rubik: Yéndonos al conjunto del metraje final, ¿El montaje se corresponde con lo que te imaginabas en rodaje?

M. H.: No exactamente. Siempre digo que se rueda contra el guion y se monta contra el rodaje. Muchas cosas que imaginas previamente no funcionan cuando las ponas en escena, y muchas cosas que filmas no funcionan en el montaje. La clave es ser crítico en cada etapa. Cuando grabamos en modo pesca estamos en modo de supervivencia, se trata de registrar el máximo de cosas que podemos con variedad de sabores y de tonos. Y ya en edición, con más distancia y tiempo para reflexionar, se decide con qué nos quedamos.

Rubik: ¿Qué aprendizajes te llevas de un rodaje tan particular?

M. H.: Siempre aprendes. Yo llego siempre a cada película como si no supiera nada. Con la misma sensación de inquietud y de incertidumbre. Luego descubres que tienes reflejos adquiridos de tu trayectoria para solucionar los inconvenientes que van surgiendo, pero esa inseguridad inicial forma parte del proceso.

En *Sirat* evolucioné mucho en mi nivel de planificación porque nos tocó resolver cosas muy difíciles a nivel narrativo y técnico. Y también de la importancia de trabajar en equipo cuando las condiciones son complicadas. Cuando estás al límite de fuerzas, con calor y cansancio, lo más importante es cuidar lo humano y comunicarse de manera fértil para que el rodaje sea saludable y creativo.

SCREENDAILY

FEATURES

Team Screen's top films of 2025

BY SCREEN STAFF | 28 DECEMBER 2025

***Screen*'s editorial team has selected their top five films of the year plus their favourite scene.**

In order to be eligible for the list, a film must have had a festival premiere and/or theatrical release in the past 12 months. There are five points for first place; four for second; three for third; two for fourth; and one for fifth, with these scores tallied to produce an overall top five (seen at the bottom).

Matt Mueller (editor-in-chief)



SOURCE: WARNER BROS. PICTURES

MICHAEL B JORDAN AS THE SMOKESTACK TWINS IN 'SINNERS'

1. *Sinners*
2. *Sirāt*
3. *Sentimental Value*
4. *Marty Supreme*
5. *Sorry, Baby*

Favourite scene: The 'River of Hills' sequence from *One Battle After Another*.

Louise Tutt (deputy editor)



SOURCE: WARNER BROS

'ONE BATTLE AFTER ANOTHER'

1. *One Battle After Another*
2. *Sinners*
3. *Lollipop*
4. *Dragonfly*
5. *Belen*

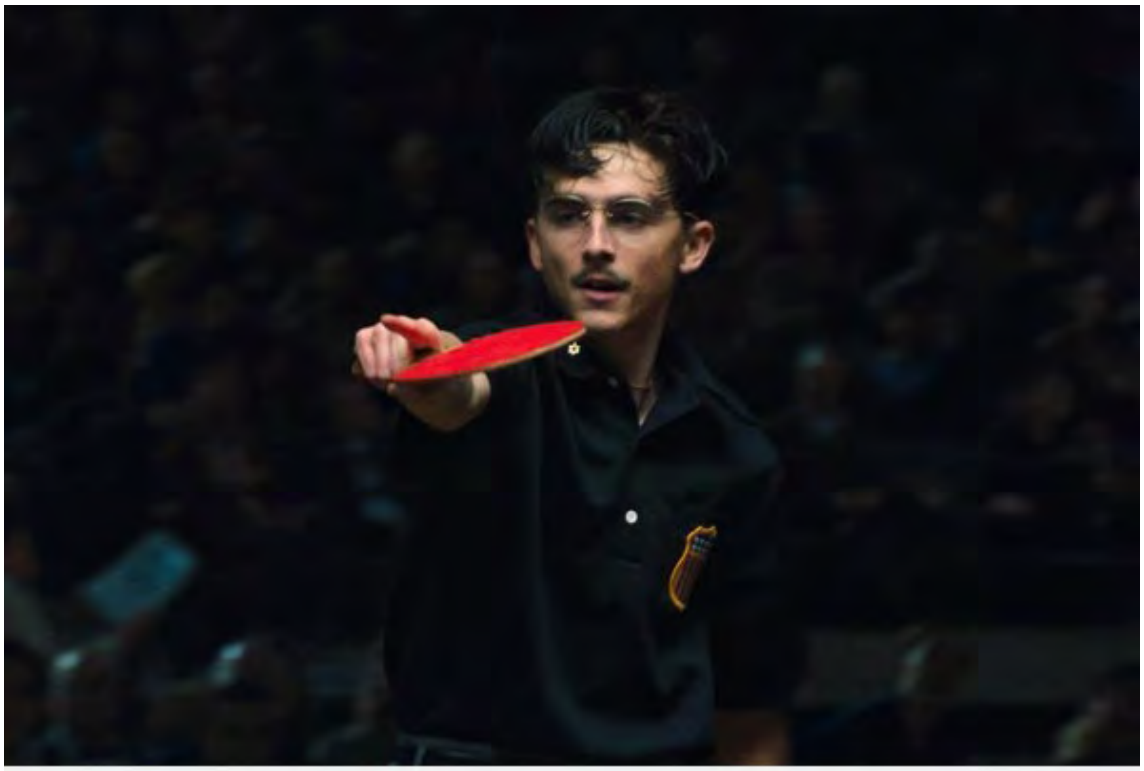
Favourite scene: I was going to say *that* car chase in *One Battle*...but then I watched the documentary *Cutting Through Rocks* and it can only be the very final scene of the girls riding their motorcycles through the Iranian countryside. Visually, it is strangely reminiscent of PTA's desert dash but emotionally it packs a very different punch. As recommended by Wendy Mitchell on The Screen Podcast.

Jeremy Kay (Americas editor)

1. *One Battle After Another*
2. *Sound Of Falling*
3. *The Secret Agent*
4. *The Testament Of Ann Lee*
5. *If I Had Legs I'd Kick You*

Favourite scene: Leo DiCaprio (in *One Battle After Another*) on the public pay phone, forgetting the password to his clandestine group.

Charles Gant (awards/box office editor)



SOURCE: A24
'MARTY SUPREME'

1. *Sirāt*
2. *Marty Supreme*
3. *Wasteman*
4. *One Battle After Another*
5. *The Perfect Neighbor*

Favourite scene: In *Hamnet*, Agnes Shakespeare (Jessie Buckley) watches *Hamlet* performed at the Globe theatre – emotionally supercharged by the casting of a certain actor in the title role. Nice casting coup, Chloe Zhao and Nina Gold.

Michael Rosser (Asia & Middle East editor)





SOURCE: WARNER BROS. PICTURES

'WEAPONS'

1. *No Other Choice*
2. *A Useful Ghost*
3. *It Was Just An Accident*
4. *Left-Handed Girl*
5. *Weapons*

Favourite scene: The scene in *No Other Choice* when three people are clumsily fighting over a gun is equal parts funny, violent and inventive, as director Park uses diegetic music to almost drown out the chaos. A standout moment in a standout film.

Tim Dams (Europe editor)



SOURCE: ATSUSHI NISHIJIMA
JESSE PLEMONS AND EMMA STONE IN 'BUGONIA'

1. *The Ballad Of Wallis Island*
2. *The Testament Of Ann Lee*
3. *Splitsville*
4. *Bugonia*
5. *Sinners*

Favourite scene: The long, crazy and funny fight scene between two middle-aged men in romantic comedy *Splitsville*. Their frenetic brawl rivals anything in the biggest action films.

Ben Dalton (senior reporter, UK and International)



SOURCE: VENICE FILM FESTIVAL

'THE VOICE OF HIND RAJAB'

1. *The Voice Of Hind Rajab*
2. *One Battle After Another*
3. *Sinners*
4. *The Testament Of Ann Lee*
5. *My Father's Shadow*

Favourite scene: In a year of bombastic music on film, it is the reunion of Herb McGwyer and Nell Mortimer around the kitchen table in *The Ballad Of Wallis Island* that lingers longest, for Tom Basden and Carey Mulligan's harmonies, but also for Tim Key's bittersweet reaction as Charles relives the songs that represent his lost love. It's not rock; it's art as memory in all its beauty and pain.

Mona Tabbara (senior reporter, UK and Ireland)

1. *Sinners*
2. *Pillion*
3. *Put Your Soul On Your Hand And Walk*
4. *Christy* (dir, Brendan Canty)
5. *Sorry, Baby*

Favourite scene: Alexander Skarsgård finally giving Bromley High Street a big screen moment in *Pillion* is what the magic of cinema is all about.

Ellie Calnan (reporter and video producer)



SOURCE: A24
'SORRY, BABY'

1. *One Battle After Another*
2. *Sinners*
3. *Sorry, Baby*
4. *A House Of Dynamite*
5. *The Perfect Neighbor*

Favourite scene: It's been a strong year for memorable endings but that final scene of *It Was Just An Accident* will haunt me forever. So simple but so effective.

Mark Salisbury (contributing editor)

1. *Sinners*
2. *One Battle After Another*
3. *Weapons*
4. *Blue Moon*
5. *F1* and *Nouvelle Vague*

Favourite scene: In *One Battle After Another*, when Bob (Leonardo DiCaprio) is on the phone trying to get the rendezvous point to meet his daughter. Unable to remember the password, Bob loses his shit and asks to speak to a supervisor.

Wendy Mitchell (contributing editor and host of The Screen Podcast)



SOURCE: LOGAN WHITE

ROSE BYRNE IN 'IF I HAD LEGS I'D KICK YOU'

1. *Sirāt*
2. *If I Had Legs I'd Kick You*
3. *Sound Of Falling*
4. *Sentimental Value*
5. *Pillion*

Favourite scene: It was already moving to walk into the realm of Shakespeare's Globe – and when Hamlet (Noah Jupe) walks on stage looking like the dearly departed Hamnet (Jacobi Jupe, real-life brothers, of course), I actually gasped.

Silvia Wong (Asia editor)

1. *A Foggy Tale*
2. *Lucky Lu*
3. *Palimpsest: The Story Of A Name*

Favourite scene: The 2025 extended 4K version of Wong Kar Wai's *In The Mood For Love* has additional footage that reunites Maggie Cheung and Tony Leung in a new romance, only in a parallel time and space.

Rebecca Leffler (France correspondent)



SOURCE: CHRISTIAN-BELGAUX

RENATE REINSVE IN 'SENTIMENTAL VALUE'

1. *Sentimental Value*
2. *Nouvelle Vague*
3. *Arco*
4. *Train Dreams*
5. *The Little Sister*

Favourite scene: *Sentimental Value* — this film moved me like no other this year and its underlying message of art as a vehicle for connection and reconciliation is so timely: "tenderness is the new punk". The final scene is particularly incredible because it is mostly dialogue-free, yet we can feel the emotions of the main characters thanks to the actors' superb performances (Stellan Skarsgard, Renate Reinsve and Inga Ibsdotter Lilleaas). It manages to be optimistic without being saccharine. And I think I speak for the world when I say we could all use a happy-ish ending right now, oui?

Sandy George (Australia correspondent)

1. *Sirāt*
2. *If I Had Legs I'd Kick You*
3. *Every Little Thing*
4. *The Golden Spurtle*
5. *Lesbian Space Princess*



SOURCE: QUIM VIVES
'SIRAT'

Favourite scene: It's not one scene in *Every Little Thing*, it's different versions of tiny hummingbirds – made inspectable with exquisite cinematography – bodies still and mid-air, wings flapping madly, feathers shining in the sunlight.

Matt Schley (Japan correspondent)

1. *Two Seasons, Two Strangers*
2. *Nouvelle Vague*
3. *The Mastermind*
4. *Jinsei*
5. *Eephus*

Favourite scene: It's not on my list because I wanted to highlight some smaller films, but the desert car chase in *One Battle After Another*. I mean, come on.

Geoffrey Macnab (UK, Benelux correspondent)

1. *The Secret Agent*
2. *Orwell: 2+2=5*
3. *Left-Handed Girl*
4. *Sirāt*
5. *The Six Billion Dollar Man*

Favourite scene: Concert on the beach in *The Ballad Of Wallis Island*.



SOURCE: SCREEN FILE

'THE SECRET AGENT'

Overall Top 5:

1. *Sinners*
2. *One Battle After Another*
3. *Sirat*
4. *Sentimental Value*
5. *Nouvelle Vague*

RollingStone en ESPAÑOL

Oliver Laxe: filmar el desierto para recordar que estamos vivos

Oliver Laxe reflexiona sobre el desierto, la espiritualidad y el cine como experiencia de transformación interior.

POR ANDRÉ DIDYME-DÔME

DICIEMBRE 29, 2025

ESPAÑA



Oliver Laxe

El cine de Oliver Laxe no busca explicar el mundo sino desencantarlo de su falsa evidencia. Desde sus primeras obras (*Todos vosotros sois capitanes, Mimosas, Lo que arde*) hasta *Sirat* (producida por Pedro Almodóvar), su filmografía ha sido un gesto persistente contra la anestesia de la mirada, una invitación a percibir lo visible como umbral y no como superficie. En su cine, la naturaleza no es paisaje sino fuerza activa; los cuerpos no son personajes psicológicos sino presencias atravesadas por algo que los excede.

Con *Sirat*, Laxe se adentra en el desierto no como escenario simbólico sino como experiencia límite. Un territorio que no concede distracciones, que obliga a la atención radical y que confronta al ser humano con su fragilidad esencial. La película avanza entre la contemplación y la rudeza, entre la epifanía y el peligro, construyendo un cine de tránsito que dialoga tanto con el western como con la experiencia espiritual.

En esta conversación, el director habla del desierto como lugar de sufrimiento y revelación, del ritmo como acto de resistencia frente a la claridad impuesta, y del cine como una forma de psicoterapia profunda, capaz de provocar catarsis, muerte simbólica y renacimiento. Lejos de cualquier discurso decorativo, Laxe piensa el cine como una práctica ética y sensorial, donde confiar en la imagen y en el espectador se vuelve un acto político.

Sirat dialoga con el desierto como un espacio de revelación. ¿Qué hallazgo personal o cinematográfico surgió en usted al trabajar en este territorio?

El desierto te da quitando. Es un territorio que yo he sufrido, porque he vivido allí cinco años. Y el secreto de la existencia está en el sufrimiento. Es en la muerte —en nuestra muerte— cuando más conectamos con la vida.

Yo conocí ese secreto allí. En el desierto estás todo el tiempo calculando, muy concentrado. Primero, no te puedes distraer: no hay nada, no hay rocas, no hay árboles. Y segundo, tu ser sabe que, si te equivocas, mueres. Entonces hay un nivel de concentración y de conexión con tu ser muy fuerte.



Eso te conecta con tu esencia, con algo más profundo. Y entonces todo se vuelve una epifanía, una revelación. Sientes el mundo habitado, mágico. El desierto está vivo. Lo sientes vivo.

La película transita entre la contemplación de ese desierto y su rudeza extrema. ¿Cómo definió el ritmo interno de *Sirat*?

Vivimos en un momento donde hay un fascismo de la luz. Todo tiene que ser claro. Todas las películas son claras. Y eso es un problema, porque los directores ponen demasiado peso en las imágenes: las instrumentalizan para decir cosas, para ser claras.

Al final, esas imágenes llegan al montaje muertas. No dicen nada, no evocan nada. La clave está en el equilibrio entre decir y evocar. Cuando quieres decir demasiado, no dices nada. No hay sombra, no hay misterio, no hay trascendencia, no hay extrañamiento.

Para mí, la clave es sospechar de mí mismo. Confiar mucho en las imágenes, pero también protegerlas de mí. Yo no soy más sensible que otros directores; simplemente sospecho más de mí mismo. Confío en la complejidad de la imagen: de dónde viene, qué capas tiene, qué está trabajando sin que yo la controle.

Y lo segundo es confiar en el espectador. Incluso cuando la imagen parece decir cosas muy claras, confío en que está operando en otros niveles. *Sirat* es una prueba de eso.

De hecho, la gente a la que no le gusta la película confirma que he hecho bien mi trabajo. Cuando los escucho hablar, cuando veo cómo necesitan compartir la experiencia con otros, cómo necesitan integrar lo que les pasó… eso sucede mucho en psicoterapia.

Yo estoy estudiando psicoterapia, y para mí es una confirmación: la película está tocando donde tiene que tocar. Está removiendo donde tiene que remover. Está provocando catarsis.

Déjame decirte que yo soy psicoterapeuta y durante la conversación surgió una conexión muy clara entre *Sirat* y la psicoterapia. Usted incluso habla de la película como una experiencia de choque. ¿Cómo entiende esa relación?

A mí me interesa mucho el trabajo de Fritz Perls, que comenzó en el psicoanálisis y luego desarrolló la Terapia Gestalt. También me interesa profundamente Stanislav Grof, y todo su trabajo en torno a la psicoterapia con LSD.

En ese sentido, *Sirat* es un poco psicoterapia con LSD. Es terapia de choque. Es un proceso de muerte y de renacer. Es una muerte perinatal: mueres viendo la película. Y eso es bueno, es positivo, como bien sabes. El espectador atraviesa algo. No sale intacto.

La película no está hecha para tranquilizar, sino para activar procesos internos profundos.

En su cine, los personajes parecen enfrentarse siempre a fuerzas que los trascienden, muy a menudo ligadas a la naturaleza. ¿Qué aspecto de esa confrontación le interesaba explorar específicamente en *Sirat*?

Vivimos en un momento de una fuerte desacralización del mundo. Todo se ha vuelto plano, utilitario, despojado de misterio. Y mi deseo, mi verdadera intención como cineasta, es transmitir al espectador que vive en un mundo encantado, mágico, habitado.

Me interesa que el espectador sienta que detrás del mundo material hay un mundo sutil, espiritual, que vibra, que está ahí y que es benéfico. Son palabras grandes, lo sé, pero si tuviera que resumir mi intención sería esa. Que el espectador diga: "Esto es un desierto, sí, pero siento que es algo más que un desierto". "Esto es un tren, pero es algo más que un tren". "Estos seres humanos son cuerpos, pero son algo más que cuerpos".

Ojalá pueda lograr eso poco a poco. Que el cine vuelva a ser una puerta hacia lo invisible, no solo un reflejo de lo evidente.



¿Considera *Sirat* una *road movie*, un rito de pasaje?

Sí, completamente. Es una *road movie* espiritual. También es un *western* espiritual. O incluso un *eastern*, porque no van hacia el oeste, sino hacia el este. Hay un oriente físico y un oriente metafísico. El género está tratado de una manera contemporánea.

El viaje no es solo geográfico, es interior. El proceso espiritual del ser humano es una *road movie*: está en permanente movimiento. La vida misma es una prueba. El flujo del ser humano y del universo es movimiento. Por eso no hay que mirar atrás. Hay que mirar adelante. Con acelerador.

Tráiler:



El Blog del Cine Español

“LOS DOMINGOS” SUBE UN 19 % EN SU DÉCIMO FIN DE SEMANA EN LA TAQUILLA

Redaccion December 29, 2025



Excelente fin de semana para los cines en estas fiestas navideñas gracias al éxito de “Avatar 3” que recauda 5,4 millones en su segundo finde en la cartelera. Sin embargo, el cine español no está aprovechando estas fiestas y la única buena noticia es ver que “Los domingos”, de Alauda Ruiz de Azúa, sube un 19 % en su décimo fin de semana en la cartelera y añade 50.000 euros para un acumulado de 3,9 millones. Esta producción de Buena Pinta Media, Colosé Producciones, Encanta Films y Sayaka Producciones ya tiene asegurados terminar por encima de los 4,1 millones su carrera comercial después de la temporada de premios.

¿De qué va?

Ainara (Blanca Soroa), una joven idealista y brillante de 17 años, ha de decidir qué carrera universitaria estudiará. O, al menos, eso espera su familia que haga. Sin embargo, la chica manifiesta que se siente cada vez más cerca de Dios y que se plantea abrazar la vida de monja de clausura. La noticia pilla por sorpresa a toda la familia, provocando un abismo y una prueba de fuego para todos.

VOGUE
SPAIN



De izda. a dcha., Llúcia Garcia con camisa y falda, ambos de No 21 POR ALESSANDRO DELL'ACQUA, y zapatos de LOEWE; y Blanca Soroa luce camisa con guantes, de MM6 MAISON MARGIELA.

Los caminos de **Blanca Soroa** (A Coruña, 2008) y **Llúcia Garcia** (Barcelona, 2006) estaban destinados a cruzarse en algún momento. Gracias a *Vogue* España lo hicieron –la primera de probablemente muchas veces– la última mañana soleada de noviembre en la capital y en un edificio singular: el Ilustre Colegio Oficial de Médicos de Madrid. La historia de ambas parece haberse construido en paralelo y solo las separan dos años de edad. **Blanca está estudiando segundo de bachillerato; Llúcia, el primer año de la carrera de Antropología**. Son protagonistas absolutas de dos de los estrenos de cine más mediáticos del año en España, *Los domingos*, de Alauda Ruiz de Azúa; y *Romería*, de Carla Simón. Y ninguna de ellas tenía formación alguna en el mundo de la interpretación, pero ambas se han colado en todas las quinielas de los grandes premios cinematográficos de la temporada.

Dos chicas jovencísimas que se embarcaron en la aventura de dar vida a los personajes centrales de las historias que idearon dos de las cineastas más relevantes de la cinematografía española en la actualidad, a las que las directoras de *casting* encontraron tras arduas búsquedas de meses en los lugares más insospechados y que, además, presentaron sus trabajos en dos de los festivales de cine más importantes del mundo. Llúcia, en Cannes; Blanca, en San Sebastián.



Ambas, con 'total looks' de CELINE

El de Llúcia Garcia podría considerarse un fichaje de calle de manual. "Venía de unos campamentos con el *cau* [un grupo *scout* de Cataluña] de cinco días. Llegaba sin haberme duchado prácticamente y con la mochila. **En una plaza de mi barrio, Gracia, dos chicas del equipo de *casting* me dijeron que si conocía a Carla Simón, que estaba buscando a la próxima protagonista de su película**", rememora. "Me preguntaron si quería hacer la prueba y acepté". De aquella plaza de Barcelona a Vigo para encarnar a Marina en la

mencionada *Romería*, la tercera entrega de la trilogía familiar oficiosa de Simón. Un papel ligeramente autobiográfico para la directora sobre el que recae todo el peso de una cinta que ha supuesto un salto en la filmografía de la catalana y que se ha visto, además de en Cannes, en el Festival de Nueva York o en el de Sídney.

"Con todo lo que tengo que* ESTUDIAR *no estoy para ponerme nerviosa por estas cosas", admite Blanca Soroa.

Blanca Soroa, por el contrario, curiosa por naturaleza, llevaba algunos años husmeando en las posibles pruebas para chicas de su edad que se realizaban en Bilbao y sus alrededores. **"Yo me presento a todo"**, admite entre risas. "De hecho también hice una prueba para extra para otra película y no me cogieron". El papel que sí consiguió fue el de Ainara, esa adolescente que, mientras sus compañeras de clase están con las cosas típicas de su edad, cree recibir la llamada de la vocación religiosa tras pasar unos días de retiro en una congregación. Uno de los fenómenos de público y crítica de 2025. "Le habían enviado un *mail* a mis padres desde el colegio en el que nos decían que se iban a hacer unas entrevistas, no era ni *casting* ni nada. Pensaba que sería de figurante o para un papel enanísimo", recuerda. "Mi intención era ir solo un día a un rodaje para ver qué tal y de repente me empezaron a dar separatas y separatas de guion. Pensé que ya era demasiado para una figurante", admite divertida.



Camisa de seda y falda, ambos de FENDI; y bailarinas de ZARA.

Carla Simón y Alauda Ruiz de Azúa firman dos de las películas más estimulantes del año. Dos obras mayúsculas que tratan, además, temáticas profundas y delicadas. Mientras que la catalana ahonda en los orígenes de la crisis de la heroína y el sida que acabó con la vida de una parte reseña- ble de una generación, la de sus propios padres, en los 80 y 90; la bilbaína hace una disección de la institución familiar, la fe cristiana y las motivaciones de una adolescente que ha abierto un debate social pocas veces visto. **"Yo no sabía lo fuerte que había sido el momento que se cuenta. Conocía que mucha gente fue adicta a la heroína, lo que fue el sida entonces o lo que supuso la Transición, pero para nada con esa profundidad. Ahora que mucha gente ha visto la película he entendido todavía más la importancia de lo que narra"**, reflexiona Llúcia. **"Me llama mucho la atención el debate. Mientras hacía la película yo no era consciente de que la gente la iba a ver y alucino cuando en TikTok de repente me sale el análisis de alguien que ha ido a ver *Los domingos*"**, comparte Blanca antes de añadir: "Me gusta que me escriba la gente con *feedbacks* superguais, con opiniones superdiferentes entre ellas. Me encanta que la gente se acerque a preguntar después de los coloquios: hay quienes parecen que han visto una película completamente diferente a la que otros tienen en la cabeza".

La jornada continúa entre confidencias y estilismos de dos chicas que perfectamente podrían estar en las antípodas la una de la otra, al menos en apariencia, pero que comparten mucho. Blanca y Llúcia saben que se van a encontrar en repetidas ocasiones a lo largo de la temporada de premios, también que estos compromisos los tendrán que compaginar con sus obligaciones estudiantiles. Las dos han tenido que viajar a la capital para acudir a varias citas en las que estarán juntas. **"Me hace ilusión, ya no solo estar inmersa en la promoción de la película, sino también conociendo a personas que están pasando por lo mismo que yo. Con las actrices revelación me entusiasma. Ha sido muy guay conocer a Blanca, que tiene una historia similar a la mía"**, comparte Llúcia. "Me ha pasado en estos meses el sentirme sola alguna vez. Mis amigos están flipando como yo, pero no lo han vivido. Tener a más gente alrededor que ha pasado por esta experiencia es genial".

A pesar de que sus rostros han abierto telediarios y han ocupado marquesinas a lo largo y ancho de la geografía española (y de parte del extranjero), la pérdida del anonimato es algo que ambas llevan con una entereza admirable. "**Soy una persona muy tranquila. Me lo tomo todo con mucha calma. Me pongo nerviosa antes de un examen importante. Antes de una prueba de Selectividad me puedo inquietar porque no sé si voy a tener un 9,5.** Lo otro no me cuesta nada, cambio el chip. Con todo lo que tengo que estudiar en el colegio no estoy para ponerme nerviosa por estas cosas", afirma tajante Blanca. "Hay quien me reconoce o quien me pide un abrazo al terminar la película. Me llega y me hace muy feliz porque de momento nadie me ha cogido para decirme que le ha empeorado la vida. Si leo algún mensaje de enhorabuena la sensación que tengo es de que habla de una cosa que se llama *Los domingos* y nada tiene que ver conmigo".

"Estaba nerviosa por este tema desde antes de que saliera la película. No sabía si me iba a sentir observada por todos lados y no me ha pasado para nada. Por la calle, solo dos veces", reconoce Llúcia con cierta timidez.



Bodi y 'culotte' de lana, ambos de MAX MARA; medias de EMILIO CAVALLINI; y bailarinas de piel, de CELINE.

"De hecho, una fue antes de que se estrenara, que oí un comentario de un hombre que se lo dijo a su hijo. La semana en la que se lanzó no había empezado las clases y salía mucho de fiesta, y sí me dijeron cosas por ahí, pero fueron chicos de mi edad. **No tengo nunca presente que la gente me puede reconocer. También creo que como tengo el flequillo y el pelo más corto que en la peli igual ya no me identifican**". El pico de esa atención

que ambas reconocen no sentir como apabullante, tuvo lugar en los estrenos mundiales de *Romería*, en el Festival de Cannes; y *Los domingos*, en el Festival de San Sebastián. Llúcia lo recuerda así: "No te sabría describir cómo viví el momento porque tampoco fue una cosa muy del otro mundo. Era surrealista, no había forma de encajarlo ni emocional ni racionalmente. Además, fue un momento de reencuentro con toda la familia, también con Carla y Mitch", cuenta quitándole importancia a aquella alfombra roja que tuvo que cruzar el pasado 21 de mayo. "Fui con una amiga y tuve mi mundo muy presente. No me dio miedo".

"Todo lo que está pasando ahora me ha hecho valorar que la* TRANQUILIDAD *está muy bien", reconoce Llúcia Garcia.

Sí existe una diferencia abismal entre las dos debutantes. Mientras que Blanca tiene claro que quiere seguir explorando las opciones que el mundo de la interpretación le pueda ofrecer, Llúcia no sabe si continuará trabajando como actriz y ni siquiera tiene representante. "Sí, sí, me encantaría seguir trabajando", cuenta la más joven quien, además, tiene una extensísima formación musical y pensaba en convertirse en médica –estudia el bachillerato de ciencias de la salud– hasta que Alauda Ruiz de Azúa se encontró con ella."Todavía estoy pensando cómo. Mucha gente que se quiere formar lo hace porque nunca ha trabajado antes como actor, pero yo vengo de un rodaje en el que he tenido el curso intensivo de interpretación. Disfruto de esto e iba a los *castings* tranquila porque sabía que si no me cogían, iba a llegar a mi casa, mis padres me iban a alimentar y todo bien", continúa antes de añadir: "**Me gusta saber que lo hago porque es algo que me apasiona y no lo necesito para vivir**. Estudio otra cosa y me gusta tener un suelo. No me gustaría ser una actriz que hace trabajos para ganar dinero; a lo mejor hago una película cada tres años, no sé si como *Los domingos*, pero sí con un propósito".

"Todo lo que está pasando ahora me ha hecho valorar que la tranquilidad está genial", introduce la catalana. "Me siento a gusto no dándome tanta importancia a mí misma. Estoy con mis amigos porque me caen bien, les escucho hablar y en esos momentos no tengo que pensar tanto en mi imagen o en lo que digo", razona. "No he tomado ninguna decisión al respecto. En este momento, con toda la vorágine, tengo la mente menos clara que antes. Mi instinto es escaparme. Mi tía me dice que inconscientemente me estoy haciendo tatuajes para no poder ser actriz porque es una putada luego para los equipos de maquillaje. Es todo un poco abrumador y me sale huir. Quiero reflexionar y no tener prisa para tomar ninguna de las dos decisiones".

En el momento de la realización de estas fotos y esta entrevista, las nominaciones a los grandes premios todavía se adivinan lejanas en el tiempo, pero tanto una como otra saben que si están aquí (y en todo lo que tienen programado en su agenda durante la jornada) es porque suman muchas papeletas para hacerse con alguna.



Ambas, con 'total look' de MAISON MARGIELA.

"No me he preparado de un modo particular, pero creo que todo lo que llevo ya encima me ayuda, tanto a estar más tranquila a la hora de hacer una entrevista como cuando voy disfrazada de gala", admite Llúcia. "Mi forma de prepararme, tanto para la promoción como para esto, ha pasado por el hecho de quitarle importancia, pensar que no es mi mundo. Es mejor no sentir la presión de tener que ganar un premio si decides que no quieres hacer nada más".

"Estaría muy guay si gano porque así podría agradecer a toda la gente a la que tengo que agradecer. En cualquier caso, si no gano, no me sentiría perdedora en absoluto. He visto muchas otras películas con protagonistas que pienso que ojalá se lo lleven. No soy una actriz que está compitiendo por un premio, soy una espectadora que todos los años ve la gala de los Goya", reconoce Blanca. **"Si no me llevo nada, se lo agradeceré igualmente a todos por, no sé, un mensaje de *WhatsApp*"**, concluye con un risa tímida.

Créditos de equipo:

Maquillaje y peluquería: Lucas Margarit (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudante de fotografía: Lora Somova. Ayudante de estilismo: Diego Serna.

EUROPA PRESS

Siri descoloca a Alejandro Sanz en el primer tráiler de su documental Cuando nadie me ve



MADRID, 29 Diciembre 2025 (CulturaOcio)

Cuando nadie me ve, serie documental sobre Alejandro Sanz, llega a Movistar Plus+ el próximo 27 de enero. El proyecto, que ya ha lanzado su primer teaser tráiler, promete mostrar al Alejandro "que nadie conoce".

En el avance, de poco más de medio minuto de duración, el cantante aparece haciendo preguntas al asistente virtual Siri. Cuando alguien del equipo del documental le inquiere si alguna vez le ha preguntado sobre sí mismo, Sanz se apresura a hacerlo, a lo que Siri, para su estupefacción, le contesta: "No sé qué responder a eso".

Cuando nadie me ve: Teaser oficial | Movistar Plus+Falta un MES. ‘Cuando nadie me ve’, serie documental original Movistar Plus+, llega el el 27 de enero. Los programas completos de Movistar Plus+,...

Dirigido por Álvaro Ron, el documental gira en torno a la búsqueda del artista de un equilibrio entre su amor por la música y el precio personal y familiar que conlleva su profesión. Además, incluye más de 200 horas de grabaciones y material de archivo, así como testimonios de artistas como Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, entre otros.



La serie, "filmada en un momento de transformación personal y creativa" del artista, promete "un viaje emocional en el que Alejandro 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".

Cuando nadie me ve es una serie documental original de Movistar Plus+, producida por Sony Music Vision. Se estrenará en la plataforma de streaming el 27 de enero de 2026.

NOTICIAS SERIES

[Noticias] Alejandro Sanz como nunca lo has visto: la serie que revela al hombre detrás del mito

Mario Cerdeño Salinero 29 diciembre, 2025



Cuando nadie me ve de Movistar | Estreno, tráiler | Alejandro Sanz

'Cuando nadie me ve', el documental íntimo que desnuda el precio del éxito y el renacer creativo de una leyenda

Alejandro Sanz se abre en canal. Sin focos, sin poses y lejos del escenario. 'Cuando nadie me ve' es la serie documental que rompe el relato habitual y muestra al Alejandro que casi nadie conoce: el artista que lucha por mantener el equilibrio entre su amor por la música y el impacto personal y familiar que ha tenido su carrera.

Bajo la dirección de Álvaro Ron ('La caza. Monteperdido'), esta producción original de Movistar Plus+, en colaboración con Sony Music Vision, se adentra en uno de los momentos más decisivos de la vida del cantante madrileño, una figura clave de la música internacional que sigue reinventándose sin perder su esencia.

Más de 200 horas de material exclusivo y nunca visto

'Cuando nadie me ve' se filma en pleno proceso de cambio. Alejandro Sanz revisita su historia, conecta con sus raíces flamencas y se enfrenta a nuevos desafíos con una honestidad poco habitual. El resultado es un viaje emocional que mezcla reflexión, búsqueda artística y una mirada sincera hacia el futuro.

Con más de 200 horas de grabación, archivo personal inédito y escenas jamás compartidas, el documental construye un acceso privilegiado al día a día del artista. Rutinas cotidianas, silencios reveladores y confesiones íntimas dibujan el retrato de un Alejandro vulnerable, cercano, generoso y con un agudo sentido del humor.

Voces clave que marcaron su vida y su carrera

El relato de 'Cuando nadie me ve' se completa con testimonios de algunas de las figuras más influyentes de la música actual y de su trayectoria personal y profesional. Nombres como Rosalía, Shakira, Juanes, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso aportan contexto, emoción y una mirada única sobre el impacto artístico y humano de Alejandro Sanz.

La serie documental no es solo un regalo para sus seguidores de Alejandro Sanz. Es una historia universal sobre el talento, la fragilidad, el éxito y el precio que se paga por vivir para el arte, capaz de conectar con un público amplio y diverso.



'Cuando nadie me ve' de Alejandro Sanz en Movistar Plus+

Fecha de estreno en Movistar Plus+

La serie documental se estrenará en exclusiva en Movistar Plus+ el 27 de enero de 2026, convirtiéndose en uno de los lanzamientos más esperados del año para los amantes de la música y los documentales de autor.

EL PALOMITRÓN



REDACTORES SERIES

‘CUANDO NADIE ME VE’, LA SERIE DOCUMENTAL DE MOVISTAR PLUS+ SOBRE ALEJANDRO SANZ SE ESTRENA EL 27 DE ENERO.

Claudia Banqueri 29 diciembre, 2025

Movistar Plus+ estrenará el 27 de enero de 2026 ‘Cuando nadie me ve’, una serie documental original centrada en uno de los nombres más consagrados de la música de nuestro país: Alejandro Sanz. Enfocado en uno de los momentos más significativos de su vida personal y creativa. Un retrato íntimo de uno de los artistas españoles más influyentes del panorama internacional.

Rodada durante un periodo de transformación vital y artística, la serie ofrece un viaje emocional en el que Alejandro revisita su propia historia, se reconecta con sus orígenes flamencos y se enfrenta a nuevos desafíos desde la honestidad. Mostrando una recopilación de imágenes cotidianas, el documental descubre al hombre detrás del icono.



‘Cuando nadie me ve’ muestra a un Alejandro Sanz vulnerable, cercano, generoso y con sentido del humor, en permanente búsqueda personal y creativa. Una mirada que se aleja del personaje público para centrarse en la persona, con todas sus contradicciones y preguntas abiertas.

El proyecto se apoya en más de 200 horas de grabación, material de archivo personal y exclusivo, y testimonios clave de figuras determinantes en su vida y carrera artística. Entre ellos destacan Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra y Nathy Peluso, entre otros.

Dirigida por Álvaro Ron, la serie documental ofrece una oportunidad única para conectar tanto con los millones de seguidores de Alejandro Sanz como con un público más amplio interesado en historias universales sobre grandes artistas y los procesos creativos que los definen.

Cuando nadie me ve se estrenará en exclusiva en Movistar Plus+ el 27 de enero de 2026.

‘Cuando nadie me ve’, la serie documental original Movistar Plus+ sobre Alejandro Sanz – estreno el 27 de enero



‘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 Alejandro 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.

‘Cuando nadie me ve’ se estrenará en la plataforma el 27 de enero de 2026.

‘Cuando nadie me ve’, la serie documental original Movistar Plus+ sobre Alejandro Sanz – estreno el 27 de enero



Texto – Redacción.

‘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 Alejandro 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.

‘Cuando nadie me ve’ se estrenará en la plataforma el 27 de enero de 2026.

OTRAS SERIES

Primer teaser de ‘Cuando nadie me ve’: Alejandro Sanz se muestra sin filtros en la nueva serie documental de Movistar Plus+

Por **J Vallejo** 29 diciembre, 2025

Alejandro Sanz da el primer paso para abrir su mundo más íntimo con el primer teaser de 'Cuando nadie me ve', la serie documental original de Movistar Plus+ que se estrenará el 27 de enero de 2026.



Un adelanto breve pero cargado de significado que deja clara la intención del proyecto: mostrar al artista lejos del personaje público y cerca, muy cerca, de la persona.

El teaser funciona como una declaración de intenciones. No hay grandes escenarios ni artificios. Hay miradas, silencios, fragmentos de rutina y una sensación constante de introspección. En apenas unos segundos, la serie apunta a un relato construido desde la vulnerabilidad, la reflexión y el momento vital que atraviesa el músico, inmerso en una etapa de transformación personal y creativa.

Rodada a lo largo de un proceso largo y muy meditado, 'Cuando nadie me ve' se apoya en más de 200 horas de grabación y en un valioso archivo personal nunca visto hasta ahora. El teaser deja entrever esa mezcla de presente y memoria, de camino recorrido y de preguntas abiertas, en la que Sanz revisita su historia, conecta con sus raíces flamencas y se enfrenta a nuevos desafíos con una honestidad poco habitual en este tipo de producciones.

El avance también anticipa el peso que tendrán los testimonios clave de figuras determinantes en su vida artística y personal. A lo largo de la serie aparecerán voces como Rosalía, Juanes, Shakira, Luis Fonsi, Laura Pausini, Juan Luis Guerra o Nathy Peluso, aportando contexto y nuevas miradas sobre su trayectoria y su forma de entender la música y la vida.

Una nueva vida - La amenaza continúa

Dirigida por Álvaro Ron, la serie está producida por Sony Music Vision con la colaboración de Movistar Plus+. El teaser confirma un enfoque sobrio, cercano y emocional, alejado del tono promocional clásico y más próximo al retrato humano de un creador en constante búsqueda.

Con este primer adelanto, Movistar Plus+ empieza a calentar motores para uno de sus estrenos documentales más destacados de 2026. 'Cuando nadie me ve' promete ser mucho más que una serie sobre un artista de éxito: un relato íntimo sobre identidad, memoria y la necesidad de mirarse por dentro… justo cuando nadie está mirando.



Álvaro Morte, en el papel de Adolfo Suárez, en una imagen promocional de 'Anatomía de un instante' · Fotografía: Movistar Plus+

REPORTAJE

La nariz de Álvaro Morte, la calva de Manolo Solo y la mandíbula de Eduard Fernández que dieron forma a 'Anatomía de un instante'

Yolanda Piña, responsable de maquillaje y peluquería, y Nacho Díaz, de maquillaje FX, repasan cómo fue el rodaje y preparación de la serie que narra el golpe del 23F

MARIAJO ARIAS 30.12.2025

Estrenada hace poco más de un mes, 'Anatomía de un instante' está teniendo una larga y fructífera vida más allá de desembarco en Movistar Plus+ y de las críticas a favor. La serie que adapta el libro de Javier Cercas y recrea el golpe de estado del 23F está inmersa en la temporada de premios seriéfilos española. Por algunas alfombras rojas se ha paseado ya su equipo –léase, por ejemplo, los Forqué y los ASECAN– y a otras está aún por ir –es el caso de los Feroz en enero-. Entre unos y otros y mientras se mantiene en la conversación, en Kinótico nos hemos acercado a conocer de primera mano cómo fue la construcción de Adolfo Suárez, Santiago Carrillo, Tejero y Gutiérrez Mellado de la mano de Yolanda Piña, responsable de

maquillaje y peluquería en la serie, y Nacho Díaz, responsable de maquillaje FX. Sin su trabajo y el de sus equipos, el de Álvaro Morte, Eduard Fernández, David Lorente y Manolo Solo no habría lucido igual. El primero y el último están nominados a los Feroz. Lorente también lo está, pero por 'Yakarta', no por la serie escrita a seis manos entre Rafael Cobos, Fran Araújo y Alberto Rodríguez.

"Lo que tenía muy claro Alberto [Rodríguez] es que no fuera nada pintoresco, caricaturesco, que fuera lo más realista posible. Y si no tenían que parecerse tanto al personaje, no hacía falta. No teníamos que llegar al extremo si no nos lo íbamos a creer". Esa era, en palabras de Yolanda Piña, la máxima que les dio el director de 'Anatomía de un instante' de lo que quería para la serie en lo que a maquillaje y peluquería se refería.

A su favor, el de la ganadora del Goya por 'Modelo 77', jugaba el hecho de conocer muy bien al director de 'Los Tigres' y llevar años trabajando codo con codo con él. Para Nacho Díaz esta era su primera vez, pero sí había trabajando antes con Piña. En su caso, la indicación que recibieron sobre el uso de las prótesis fue la de no pasarse, "tirar por algo muy realista que no despistase al espectador de la historia que estaban contando y de las interpretaciones".



David Lorente como el coronel Tejero · Fotografía: Movistar Plus+

Con eso en mente, el reto con esta serie, basada en un periodo tan cercano en la historia de España, era conseguir hacer creíbles a unos personajes que, de una manera u otra, son parte del imaginario colectivo. "Esa era la complicación, pero no ya por el espectador, sino por Alberto Rodríguez. Para mí, mi reto era que Alberto Rodríguez se lo creyera. Lo conozco tan bien que cuando me miraba o estaba mirando al personaje, ya sabía yo que algo me sobraba.

Pasando por el filtro de Alberto Rodríguez, lo demás iba a ser mucho más fácil", resume Yolanda Piña. Dicho esto, con algunos personajes, como apunta el ganador de tres Premios Goya, era más sencillo que con otros: "Con Gutiérrez Mellado teníamos más margen porque creo que la gente tiene una imagen más general. Con Suárez estábamos más pillados porque la gente lo tiene más en la cabeza".

A la hora de poner en práctica la creación de cada personaje entró en juego también otro detalle importante como el propio actor y su fisonomía. Cuenta Yolanda Piña que con David Lorente bastaron unas patillas y un bigote postizo, "cosas más pequeñas", para dar forma a tu coronel Tejero. "Con Suárez", continúa, "teníamos la historia de que Álvaro Morte tiene una cara especial, una nariz especial, que se aleja muchísimo de Suárez. Suárez era un tío anguloso, con la nariz superfina, y era muy complicado el parecido. Pero es verdad que Álvaro es una persona tan elegante que su forma de estar, de sentarse, era Suárez. Lo único que nos faltaba era un pequeño empujón para que se nos acercara un poquito más". Para ese empujón contaron con ese "acierto maravilloso" que es la nariz creada por Nacho Díaz y su equipo y le sumaron otros retoques como unos "ojos maquilladísimos, con ahumados, que parecen de pasarela, porque Suárez tenía los ojos agitanados, como rasgados, oscuros, y Álvaro es más clarito, con los ojos saltones".

> *"Para mí, cambiarle con prótesis parte de su fisonomía [a Álvaro Morte], sobre todo la nariz, fue el reto y lo que más me apetecía del proyecto" (Nacho Díaz)*

Para el responsable del maquillaje FX, que conoce al actor desde hace años, uno de los acicates para sumarse al proyecto fue el reto de cambiar la fisonomía y el aspecto de Morte, que habitualmente "suele salir muy parecido a nivel de pelo, barba y maquillaje" a su yo real. "A mí me encanta lo de cambiar la imagen de los actores, que te olvides que es Álvaro Morte el que está detrás del personaje", confiesa. Tardaron varios días en dar con la tecla adecuada en cuanto al pelo y el maquillaje, pero la clave fue la nariz: "Para mí, cambiarle con prótesis parte de su fisonomía, sobre todo la nariz, fue el reto y lo que más me apetecía del proyecto". Eso sí, llegar hasta ese punto fue una carrera de obstáculos. Cuánto tardaron, prefieren no decirlo, bromea Yolanda Piña, porque "si no, las productoras se van a pensar que se puede hacer".



Yolanda Piña le da unos retoques al maquillaje de Álvaro Morte durante el rodaje de 'Anatomía de un instante' · Fotografía: Julio Vergne

Desde Londres y con barba

El gran impedimento es que esa parte de su trabajo coincidió con el tiempo en el que Álvaro Morte estaba representando una obra en Londres, por lo que no podían contar con él para hacer las pruebas. Además, el rodaje de las escenas en el Congreso se adelantó varias semanas al resto por la disponibilidad del espacio. Tuvieron que acelerar, tenerlo todo listo antes y, además, mantenerlo tal cual dos meses después para que no se notase la diferencia. “Él llegó a Madrid a tres días de rodar en el Congreso, así que lo hicimos completamente a ciegas, tirándonos a la piscina. Realmente tuvimos muy poco [tiempo]. Luego sí que es verdad que fuimos afinando”, rememora la responsable del departamento de maquillaje y peluquería.

“Eso fue tremendo”, se suma Nacho Díaz. "Todo se aceleró” por la logística del Congreso. Fue “atropellado” para todos y se sacó adelante gracias al esfuerzo común. En su caso concreto, el del maquillaje FX, además, tuvieron que enfrentarse a una barba que no tiene el personaje de Suárez y que Morte no podía afeitarse. “Tuvimos que hacer un escaneado digital con unos compañeros que tenemos en Londres. Le hicieron el escaneado, le quitamos la barba digitalmente y ahí nos tiramos a la piscina, fuimos probando opciones, las sutilezas que buscábamos todos, y en las pruebas, a poquito de rodar, ya en el Congreso, ahí empezamos a verlo. Casi fue el primer día de rodaje cuando lo vimos completo y él mismo se vio con todos los elementos”, recuerda Díaz. Ese fue el momento de respirar, de darse cuenta de que lo tenían.



Manolo Solo como Gutiérrez Mellado · Fotografía: Movistar Plus+

Una vez encarrilado, la confianza entre ambos que da el haber trabajado juntos antes hizo que la colocación de la prótesis nasal recayese directamente en Yolanda Piña. “Nosotros delegamos la aplicación de la nariz, estuvimos unos días en el arranque del rodaje y luego ella misma ponían la prótesis y hacía todo el maquillaje completo. Llegamos a reducir los tiempos de aplicación, la poníamos en 30/40 minutos”, apunta Díaz. El proceso, explicado por la responsable de maquillaje y peluquería de ‘Anatomía de un instante’ era el siguiente: “Álvaro se sentaba y yo le afeitaba, lo peinaba para que se fuera secando el pelo, le ponía la nariz mientras que se secaba lo de la nariz, le maquillaba los ojos, terminaba la aplicación de color de la nariz y creo que no llegaba a la hora”. Era rápido, pero es que tampoco quedaba otra. “En este tipo de producciones, si tardas más, te lo tumban. No tienes la opción de poder hacerlo, porque es el prota, esta muchísimos días, y es una serie, no es una película. Están muchas semanas. No puedes tardar mucho tiempo porque entonces es inviable para el plan de rodaje”, valora Nacho Díaz.

Más allá de Suárez y Morte

La transformación de Álvaro Morte en Adolfo Suárez se ha llevado los mayores halagos por ser la más notable, en apariencia y en esencia. Pero no fue la única complicada. La de Manolo Solo en Gutiérrez Mellado también tuvo su enjundia y sus complicaciones, sobre todo en la parte del rodaje que transcurrió en el Congreso. Por aquel entonces el protagonista de ‘Una quinta portuguesa’, que recientemente ha estrenado la serie ‘Ciudad de sombras’, estaba rodando y no podía afeitarse la cabeza, así que eso complicó su caracterización. Luego, una vez que acabó con el otro proyecto, entonces “aceptó afeitarse parte de la cabeza” y aún así, como cuenta Yolanda Piña, “llevaba un tiempo bastante curioso, porque había que afeitarlo, igualarle, ponerle peluca, nariz… Manolo también tenía un trabajo”. Y a eso, suma

Nacho Díaz, había que añadir arrugas alrededor de los ojos, los pómulos… Para las escenas en el Congreso, ante la imposibilidad de afeitarse la cabeza, lo que hicieron Díaz y su equipo fue colocarle “una clava de silicona aplastándole todo su pelo y luego la nariz, el tema de las bolsas, las manchitas…”. Les llevaba alrededor de tres horas.



Eduard Fernando como Santiago Carrillo · Fotografía: Movistar Plus+

En este repaso personaje a personaje, recoge el testigo Yolanda Piña para contar cómo fue ayudar a convertir a Eduard Fernández en Santiago Carrillo: “Nacho le hizo unas pequeñas piezas en la mandíbula para que le bajara y le cambiara un poco la forma de hablar, el movimiento de boca, y es realmente lo que lleva. Lo otro son manchas y el pelo aplastado. Pero también es verdad que Eduard se mueve, habla y es Carrillo, tiene esa facilidad sin hacer nada más”. De hecho, como curiosidad y en este conocerse unos a otros dentro de la producción, cuanta Nacho Díaz que él y el actor de ‘Marco’ son amigos y que este le llama a veces para consultarle cosas y pedirle ayuda para construir personajes. Así se enteró de ‘Anatomía de un instante’ antes de ser parte del proyecto. Conocer a los actores tiene un doble punto positivo: se está familiarizado con su fisonomía y, además, “sabes cómo están de receptivos”.

> *"Cuando hay complicidad entre departamentos es espectacular, poder hablar sin miedo es maravilloso" (Yolanda Piña)*

Al final, es un trabajo en equipo al que suman todos y cada uno de los distintos departamentos. Desde la iluminación al vestuario pasando por fotografía. “Cuando hay complicidad entre departamentos es espectacular, poder hablar sin miedo es maravilloso”, sentencia Yolanda Piña. “En nuestro trabajo”, apunta Nacho Díaz, “la fotografía es imprescindible, cómo se retrate, en qué entorno, que se hagan buenas pruebas de luz, que nos ayuden. Porque cuando llevan postizos, prótesis, elementos y trucos, para que esto funcione y se retrate bien hay que ayudar, iluminarlo muy bien. Alex Catalán es un artista, tiene experiencia. Tanto Yoli como yo hemos currado en varios proyectos con él y sabe de qué va nuestra historia y ayudaba. La luz es muy bonita y es importantísimo”. Y añade la aludida: “El equipo de Alberto es una gran familia (…) Hay tanta confianza, son tantas películas, casi 30 años, que ayuda el poder pedir favores. Todos los departamentos. Llevamos toda la vida juntos”.



Yolanda Piña le da unos retoques al maquillaje de Miki Esparbé durante el rodaje de 'Anatomía de un instante' · Fotografía: Pedro Valdezate

Juanma Navas: “Ha sido absolutamente maravilloso crear un personaje tan rico de matices como Alfonso Armada”



Texto – Albert Roca. Fotografías–Aristóteles Jerez-Archivo Juanma Navas-Movistar Plus+. Entrevista realizada en Singular. Calle Carretas 14.

Una de las series que está dando mucho que hablar es “Anatomía de un instante” dirigida por Alberto Rodríguez que habla de uno de los momentos clave de la transición, el 23F. Uno de los personajes centrales de la trama golpista fue el general Alfonso Armada, que interpreta el actor Juanma Navas, con una gran trayectoria en la que por ejemplo es muy recordado por el personaje de Ramón Palacios en Acacias 38.



Uno de tus grandes personajes en televisión fue el de Ramón Palacios en Acacias 38. ¿Qué recuerdos tienes?

Fueron seis años, que dan para muchas cosas … estás tomando café día a día con millones de personas, formas pare de su día a dia ,tanto aquí como en Italia y te proporciona una enorme popularidad. Allí fue una serie muy vista, me dieron tres

premios: uno en Nápoles, otro en Venecia y otro en Alguero, una ciudad por cierto muy catalana, dentro de Cerdeña. Fue un personaje que me dio una oportunidad enorme de mostrar una gran variedad de emociones desde ese hombre bueno, honesto, buen padre y buen marido.

Tengo recuerdos de muchísima gente querida y cercana con la cual pasé mucho tiempo. Estuve cuatro años con Anita del Rey, que hacía de mi mujer y todavía nos seguimos llamando esposo, esposa. Sigo teniendo mucho contacto con dos buenos amigos que son Marc Parejo y Jorge Pobes. Son como mis hermanos pequeños, a pesar de que podía ser el padre por la edad, quedo mucho con ellos a comer, a tomar una cerveza. Y con uno de los guionistas también de la serie que se llama Joaquín Santamaría, que luego fue el responsable de La Moderna.

Cuando hay un personaje, hay una evolución. ¿La viste en tu personaje?

Cuando llevas tanto tiempo, los guionistas casi escriben para ti, literalmente. Ya escribían para Juanma, aunque yo no discutía con ellos demasiados puntos de vista, soy bastante fiel a lo que me ponen en los guiones. La situación del primer Ramón que se intenta suicidar en la primera semana de emisión, cambió totalmente hasta el último que se convierte en un personaje también bastante oscuro, porque le han matado a la mujer y a un hijo en un atentado con boma, O sea que la evolución es muy grande. Mientras tanto, hay temporadas en las que estaba más de apoyo y otras en las tenía más protagonismo.

En "Amar.,.." interpretaste a dos personajes en las dos etapas de la serie "Amar en tiempos revueltos" y luego "Amar es para siempre"

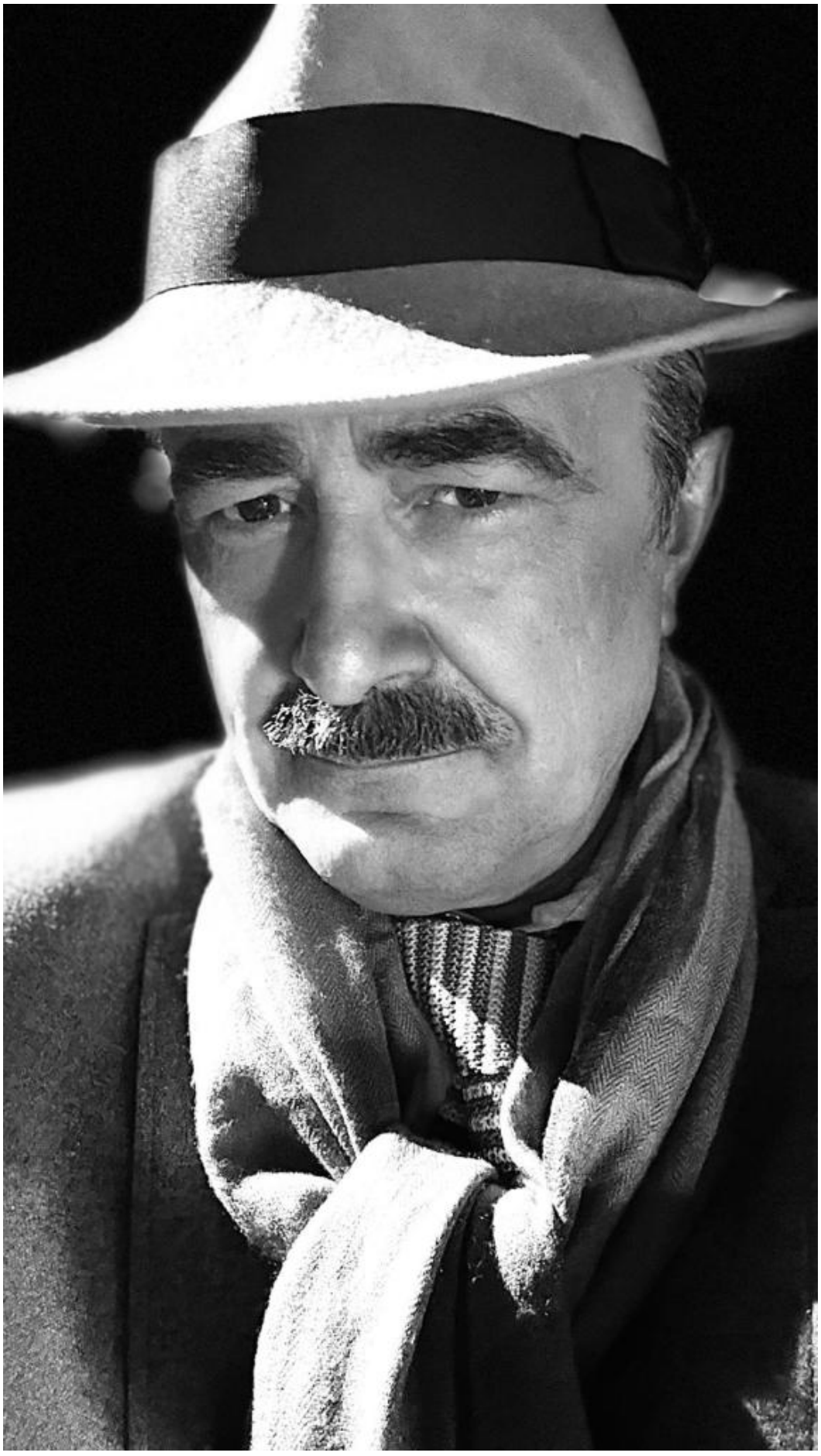
Estuve en las dos etapas si. Al principio de todo hice un médico. Y luego estuve haciendo un fascista del desarrollismo, y esto fue en el año 2013-2014.

Hablando de la serie Anatomía de un instante, al haber vivido esa época, ¿qué conocimientos tenías de tu personaje, el General Armada?

Le empecé a estudiar a partir de que supe que iba a encarnarle en diciembre del 20024, y lo que básicamente conocía era de haber vivido el golpe de estado con 19 años.

¿Qué recuerdos tienes?

Yo estaba en la universidad. Mi padre era un hombre bastante sindicalista y ese día sufrió bastante. Recuerdo que quedamos los amigos del barrio delante de Instituto y que todo lo habíamos seguido a través de la radio. Mi tío, que ahora tiene 100 años, el hermano mayor de mi padre, bajó a casa y le dijo: «Manuel, vete, que yo me quedo con tus hijos». El hombre aguantó hasta que llegó el discurso del rey. Todo se paró, pero durante unas horas fue realmente difícil.



Precisamente por ello otro recuerdo para enmarcar es que el primer día de rodaje de Anatomía, con el personaje del General Armada, que salía del Hotel Palace, pasaba delante de los leones y llegaba a la puerta en la que a través de la contraseña Duque de Ahumada le recibía Tejero. Cuando estaba pasando por ahí en los ensayos, paso delante de los leones, miré y pensé interiormente "Juanma, no te emociones que estás trabajando". Y es que me vino a la cabeza el recuerdo de mi padre con toda intensidad. Una vez que ya esa emoción la dejé pasar, ya apareció Armada.



En la serie hay una escena muy significativa en el que el personaje de Adolfo Suárez saluda al General Armada, al final del golpe, sin saber el papel que había tenido el general

Armada era un hombre muy educado, muy culto, hablaba idiomas, él estudió en Francia mucho tiempo, de hecho, allí es donde conoce la operación de Gaulle, que es la que intenta transponer en España. Suárez para él es una especie de bicho raro, un advenedizo, que nunca ha tenido lealtad a nadie. Entonces, ese recibimiento era ¿tú quién eres y qué estás haciendo aquí?

Tu personaje hace gestos con mucha ambigüedad. ¿Le definía así al General Armada?

Durante todo el rodaje, el guion, que por cierto es una maravilla de guion de Rafa Cobos, Fran Araujo y la supervisión de Alberto Rodríguez, que intervenía, mostraban a Armada como un hombre ladino, muy sibilino, y ese fue el trabajo. Alberto trabaja de una forma muy minuciosa, muy precisa. Con Alberto, cuando has quitado el 50% aún tienes que quitar más. Yo también trabajé mucho, que no se notara lo que había detrás, aunque era evidente a través de lo que sucedía. Tengo una anécdota con el operador de cámara, Juanjo, que me dice el día del rodaje de la llamada de teléfono al

Rey para presentarse en la Zarxuela “, aquí viene el malo, pero el malo que no se nota”. Pues ese es otro objetivo. No tiene la pinta del villano tradicional y clásico, sino que es un hombre oscuro, y que un director de teatro amigo mío, lo definió como serpiente.



© Movistar Plus+

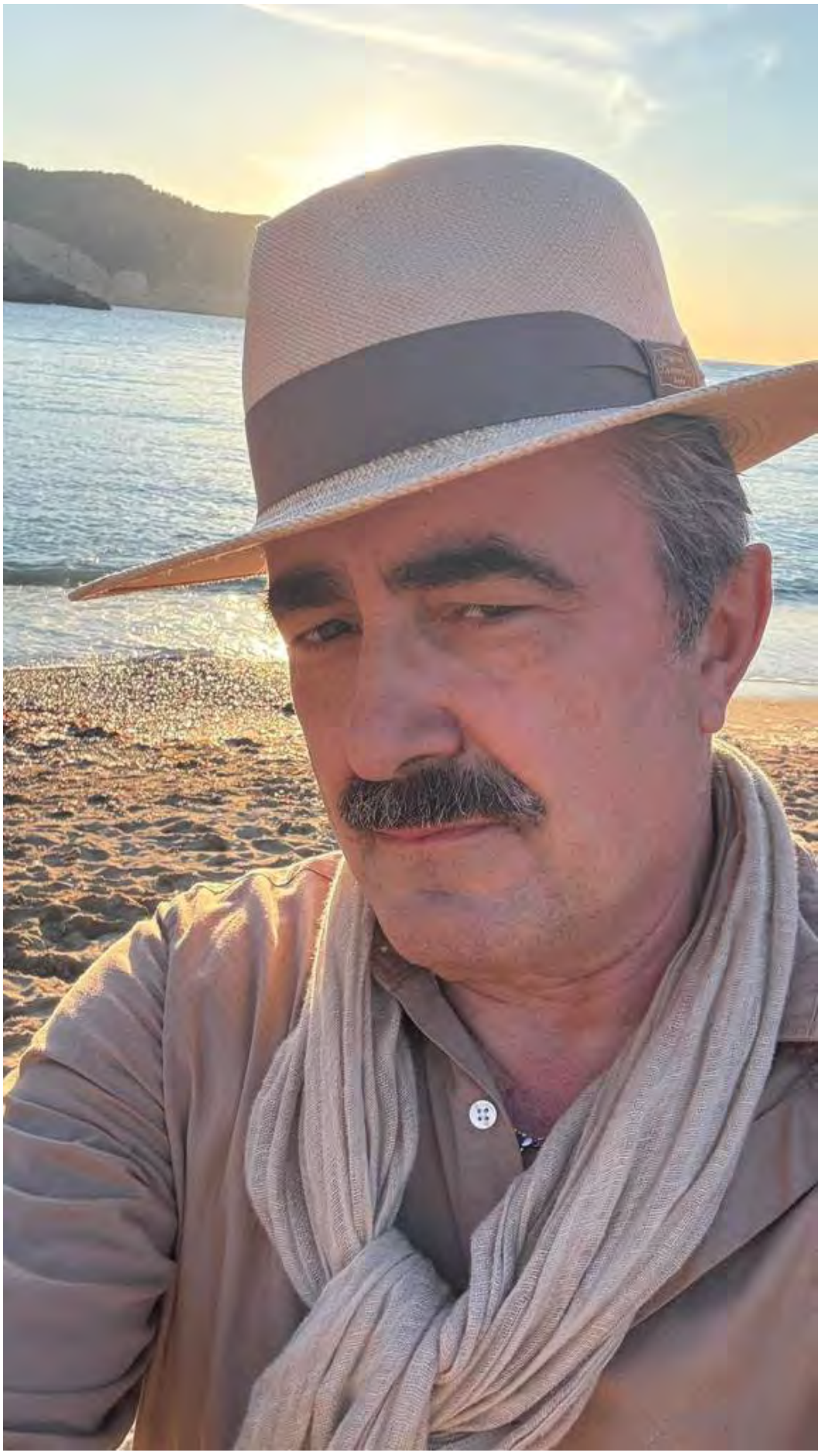
¿Esa ambigüedad moral, como actor uno no la llega a juzgar?

Cuando me levanto por la mañana nunca digo qué bueno o malo soy. Las personas tienen unos motivos para justificar sus acciones. Y yo con Armada, como Juanma, puedo estar ideológicamente muy alejado, pero yo nunca le juzgué. Yo intentaba comprender todo su comportamiento y no solo a Armada sino a ningún personaje.

Evidentemente, lo que yo no puedo hacer es algo que vaya demasiado en contra de mi forma de entender la vidsa, pero dentro de un proyecto como este, es absolutamente maravilloso crear un personaje tan rico de matices que no se asoman a primera vista. Es decir, con una carga emocional enorme por dentro, pero que casi no se notara por fuera, simplemente con una mirada, una leve caída de ojos, un gesto.

Se está celebrando el aniversario del tema de la restauración de la democracia. ¿Crees que estas series ayudan un poco a valorar el camino recorrido?

Sí, creo que sí. De hecho, a mí particularmente me preocupa bastante que haya una generación de chavales entre los 18 y los 25 años que tienen opiniones respecto a nuestro pasado más inmediato que a mí me parecen, cuando menos, poco rigurosas.



Y creo que ver este tipo de serie, que creo que lo es , y bastante, merece la pena independientemente de lo que luego uno pueda pensar tanto ideológicamente como como en su estructura audiovisual. Es una producción muy cuidada, evidentemente siguiendo la línea de la novela de Javier Cercas, pero me parece necesario conocer nuestro pasado más inmediato. Y creo que no se ha imbuido a los chavales en los institutos esa nuestra historia más reciente. Supongo que todo queda en el estudio hasta prácticamente primeros del siglo XX, pero los últimos 40, 50 años no se estudiaron y creo que ver la serie sí puede hacer entender que ahora estamos mejor.

¿Te gusta hacer lecturas dramatizadas?

Me gusta y además me llaman mucho para ello. *in illo tempore* Juan Antonio Hormigón me llamaba para hacer cosas en el clásico. Muchas veces haces lecturas de obras que no se han estrenado, de autores noveles o de autores consagrados que no han visto representadas demasiadas obras, y en muy poco tiempo tienes que dar una enorme profundidad y eso es algo que me reta, me ilusiona, me estimula.

¿Te preparas a fondo los personajes que interpretas?

Muchísimo, pero debo decirte que Armada ha sido el personaje con diferencia que más he preparado, porque yo supe que iba a hacerlo en diciembre. A primeros de enero fue el rodaje del congreso ya que quedaba libre. Y luego ya empezamos con mitad de marzo. Entonces, ese tiempo de diciembre a marzo he leído, estudiado, escuchado podcasts, he conocido entrevistas, y he viajado mentalmente para intentar ser Armada, y no imitarlo. De hecho, hablé con Alberto que Armada tenía una voz mucho más aguda que yo y creo que si lo hubiera llevado por ahí habría sido caer en la caricatura. Ni yo ni Alberto queríamos eso.

Sigue habiendo un misterio sobre el 23F. ¿Qué piensas? ¿Anatomía de un instante, lo desvela todo?

Recuerdo una entrevista con Ángels Barceló en la Cadena Ser en la que Javier Cercas comentó que «Lo único que no sabemos es la marca de la ropa interior del general Armada». El día de la presentación en el Congreso de los Diputados, la primera vez que en ese entorno se proyectaba una serie española le conté como una anécdota jocosa que tengo una hija que vive en Liverpool y hay una tienda que me encanta de ropa interior, y suelo comprarla allí, y que hasta esto se puede saber. Bromas aparte, las interpretaciones son libres y habrá gente a la que le parezca que Anatomía no es fiel a la realidad o que blanquea además algunas cosas. Esto es lo importante, que genere controversia y crítica.



© Movistar Plus+

¿Has hecho comedias, y te gusta hacerlas?

Comedias he hecho muchas, pero lo que pasa es que yo no soy, en el sentido más bonito de la palabra, un payaso. Es decir, yo tengo que ensayar para eso. Hay compañeros que en la primera ya se van a reír de él. Hay un actor que yo admiro enormemente, que es David Lorente. Yo trabajé con él en el clásico durante un año. No te puedes imaginar las carcajadas que despertaba David en el patio de butacas entonces.

¿Qué personaje te pide el cuerpo hacer?

Siempre está por descubrir: hay cosas que no conoces todavía y que van a existir. En cuanto a las cosas que me quedan y que me gustaría hacer, siempre pienso que me encantaría un Rey Lear, aunque lo hice una vez con Andrea Jiménez un solo dia en "Casting Lear" que fue una de las experiencias más bonitas de mi vida profesional. Ya sabes cómo funciona ese espectáculo, cada día tiene que ser un actor diferente el que hace de Lear. Y es verdad que eso fue tirarse al vacío sin red.

verTele!



Así es la temporada 2 de 'Marbella' en Movistar Plus+: imágenes, reparto completo y el nuevo caso al que se enfrenta Hugo Silva

La segunda temporada de la serie, cuyo título es 'Marbella. Expediente judicial', se enfrenta a la lucha contra el narcotráfico. Estas son las imágenes de la serie y su reparto a completo

Sergio Soriano 29 de diciembre de 2025 15:15 h

Con la premisa de "llegan cambios a la Costa del Sol", Movistar Plus+ ya lo tiene todo listo para el regreso de Marbella con su segunda temporada. La plataforma ya ha distribuido las primeras imágenes, mostrando en acción a la nueva protagonista que acompañará a Hugo Silva en la lucha contra el narcotráfico. Todos los usuarios podrán disfrutar de los nuevos capítulos el 22 de enero de 2026.

Marbella. Expediente judicial cuenta con seis episodios de 45 minutos, centrados en el enfrentamiento de César Beltrán con un nuevo enemigo. El agente se topará por sorpresa con la fiscal antidroga de Marbella, llamada Carmen Leal e interpretada por Natalia de Molina. Esta es una de las grandes novedades de la ficción de Buendía Estudios, puesto que se incorpora tras la emisión de la primera temporada. Su desembarco supondrá un auténtico revulsivo en la batalla contra el crimen.

El reparto principal de la serie se completa con Elvira Mínguez, Manuela Calle, Cristalino, Agustín Domínguez, Ignacio Mateos y Juanlu González completan el reparto principal. Además, los creadores, Dani de la Torre y Alberto Marini, han compartido sus valoraciones: "Nos colamos en la fiscalía antidroga, con la intención de hacer vivir al público, en primera persona, cada obstáculo, peligro y frustración que enfrenta a diario quien combate el crimen en primera línea".

A juicio de Fran Araujo, productor ejecutivo de Movistar Plus+, la segunda temporada necesitaba "una historia con el mismo interés y riesgo que la primera": "No solo se cambia el punto de vista, el protagonismo, el género y se matiza el tono de la primera, sino que se profundiza en la otra cara de la realidad del narco, la difícil y llena de obstáculos batalla judicial. Y eso no había sido contado así hasta ahora". También ha destacado el "éxito de público" que cosechó en su debut.



Así es 'Marbella. Expediente judicial'

Cesar Beltrán (Hugo Silva) tiene que enfrentarse a un nuevo enemigo, más implacable y determinado que cualquier otro policía, competidor o criminal con quién se ha cruzado en el pasado: la fiscal antidroga de Marbella, Carmen Leal (Natalia de Molina). Carmen está convencida de que muy poco se puede hacer contra las organizaciones criminales que lideran el tráfico en la costa del Sol, si no se erradica antes a los responsables de muchos fracasos recientes de la justicia: los tres principales abogados que defienden a la mayoría de los criminales.

Las primeras imágenes de 'Marbella. Expediente judicial':










ESPETOS





EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 77770 €
ÁREA: 634 CM² - 77%

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

30 Diciembre, 2025



Un repaso a los nombres que han protagonizado programas, 'realities'; series como 'Pubertat' y 'Adolescencia', y debates políticos durante este año

Montoya, Melody, Juan del Val y otros rostros televisivos de 2025

EL PAÍS
Madrid

Este 2025, la televisión en España ha dado momentos que se han hecho virales en todo el mundo (el caso Montoya), la audiencia de Telecinco ha caído al hoyo y TVE ha apostado por las tertulias informativas. Fuera, series como *Adolescencia* se han convertido en fenómenos. Estos son algunos de los protagonistas de este año que termina, con sus éxitos, fracasos, sorpresas y algún que otro momento polémico.

● **Carla Quílez.** La carrera de esta actriz de solo 17 años es espectacular. Cuando tenía 14, su estreno en el cine con *La maternal* le valió la Concha de Plata en San Sebastián, y este año ha participado en tres series. En *Yakarta* brilla dando la réplica a Javier Cámara como la jugadora de bádminton en la que un entrenador creía ver su tabla de salvación. En *Pubertat*, era la joven que, con su denuncia pública, despertaba un terremoto en una *colla castellera*. Y en la historia sobrenatural *Dime tu nombre* tenía una aparición breve pero sumamente inquietante. Un rostro que no hay que perder de vista.

● **Owen Cooper, de *Adolescencia*.** "Creo que esta noche demuestra que si escuchas, te concentras y sales de tu zona de *confort*, puedes conseguir cualquier cosa en la vida. Hace tres años no era nada. Ahora estoy aquí", decía el joven intérprete al recoger su Emmy a mejor actor secundario por su deslumbrante trabajo en *Adolescencia*. El británico, de 16 años, es el intérprete más joven de la historia en ganar el premio en esa categoría. Sobre su interpretación recaen los exigentes planos secuencia de los que se compone esta serie de Netflix. La noche antes de rodar el inolvidable tercer episodio, el joven vio *El resplandor* para preparar su personaje . En 2026, se estrena uno de sus proyectos más esperados en el cine, encarna la versión joven de Jacob Elordi, el Heathcliff que Emerald Fennell ha construido para su versión de *Cumbres borrascosas.*

● **Montoya.** En un panorama en el que todo va tan rápido como Montoya corriendo por la playa, el éxito de este personaje en *La isla de las tentaciones* suena a otro siglo, pero su grito de sufrimiento es el momento más viral de la televisión de 2025. Esos minutos de televisión dieron la vuelta al mundo, incluso Whoopi Goldberg y deportistas de la NBA lo emulaban. La imagen estaba montada con la pericia de Michael Mann. Montoya veía en la pantalla cómo su pareja, Anita, comenzaba a liarse con uno de sus tentadores. Él se levantaba. Gritaba a la pantalla. Quería irse, pero no: "Venga, lo voy a ver contigo". Y en el momento del sexo, corre a la playa. "Me has reventado por dentro". "¡Montoya, por favor! Vuelve", gritaba la presentadora Sandra Barneda. El meme estaba hecho. Y Telecinco tenía un éxito, ese trío amoroso que seguiría explotando en *Supervivientes* y que intentó colocar en otros programas sin ya tanto éxito. Después de este auge, Montoya se retiró para cuidar su salud mental.







Desde arriba, Juan del Val con el Premio Planeta, en *El hormiguero*; Montoya (izquierda), en *Supervivientes*; Carla Quílez, en Yakarta, y Melody durante su actuación en Eurovisión.
GETTY / EFE

'La familia de la tele' solo duró 32 días, el espacio no encajó en la cadena pública

'La isla de la tentaciones' tuvo un momento viral que llegó a todo el mundo



● **Melody.** Además de explicar en su eurovisiva canción lo que significa ser una diva, Melody hizo un ejemplo práctico durante la primera mitad de este año. Nadie, ni siquiera su mala clasificación en Eurovisión, puede negar el talento arrollador en un escenario. Otro asunto son sus formas, para algunos trasnochadas, incluso sobreactuadas. Como buena diva, fue valiente plantando cara a RTVE en su casa, ante las diferencias de opinión de cómo debían haber abordado el festival. También fue poderosa, sobre todo cuando tuvo la picardía de callar en medio de la polémica tras su paso por Basilea para reaparecer... en Antena 3. La que ha sido este año la enemiga número dos de *La revuelta* (la cantante no se tomó bien las bromas del programa) se fue a *El hormiguero*, reventó las audiencias, se reconcilió por la tarde con Sonsoles Ónega (también en su lista de afrentas), y, justo después, anunció su próximo proyecto televisivo: participar en *La voz kids* de Antena 3. ¿Casualidad?

● **Juan del Val.** La concesión del Premio Planeta al colaborador de *El hormiguero* provocó una reacción desde varios frentes. La crítica de la novela, porque al fin y al cabo hablamos de libros, ha sido contundente. Pero al polemista, al crítico que hace de esa labor su oficio en el programa de Pablo Motos a través de una mirada ácida de la cotidianidad, no le gusta ser el objeto de las críticas. El programa lo arropó y viajó directo de Barcelona un día después para participar en la tertulia, donde lanzó un ataque preventivo. Días después, fue el invitado estrella y el presentador le dio cancha. Hecha la defensa, lanzados los dardos, solo queda ponerse a vender libros, muchos. Y a otra cosa.

● **El equipo de *La familia de la tele.*** El programa era la gran esperanza de La 1. TVE esperaba que el equipo de *Sálvame* les hiciera recuperarse en las audiencias de la tarde. Solo 32 programas después, el experimento se daba por perdido. En la cadena pública, no encontraron el tono ni los contenidos adecuados y los colaboradores nunca estuvieron cómodos. Quizás habían puesto toda la carne en el asador, pero la notable improvisación y el choque entre sus presentadores se llevaron por delante un formato que no encajó. TVE descubrió que en realidad la audiencia la traería el nuevo corazón: los debates políticos. Quién lo habría dicho.

● **Bella Ramsey.** Rostro emblemático de una de las series que más conversación genera, *The Last of Us.* Ramsey es puro siglo XXI, arrastra pasiones desde su infancia (con 11 años fue la inolvidable Lyanna Mormont en *Juego de tronos*) genera dosis de odio digital acordes a la ignominia de este mundo. Pero en la segunda temporada de *The Last of Us* ha demostrado que todos esos debates están de más. Una mirada de enfado, un gesto suyo valen más que algunas carreras. Con 22 años.

Con información de **Juan Carlos Galindo, Natalia Marcos, Héctor Llanos Martínez** y **Eneko Ruiz Jiménez.**

ABC

30 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 96
AVE: 30306 €
ÁREA: 288 CM² - 57%

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



UN VIAJE EN EL TIEMPO Y EN EL ESPACIO

Silencio, la nueva producción original de Movistar Plus+, invita a hacer un trayecto lleno de simbolismo, sensibilidad y reivindicación.

POR **VIRGINIA LOMBRAÑA**

EDUARDO Casanova maneja un universo absolutamente personal, algo que queda de manifiesto en su nueva serie, que acaba de estrenar Movistar Plus+. El foco narrativo de *Silencio* –tres capítulos de 15 minutos– escapa a las clasificaciones clásicas. No es un cine *worldbuilding*, que se vale de la ambientación para construir la historia, pero tampoco intimista: es eso y mil cosas más. Primeros planos, diálogos profundos, momentos de comedia, compromiso... "Hablo siempre de lo mismo porque es lo que me interesa y perturba: la gente de los márgenes. Quería hacer un paralelismo entre la invisibilidad de las vampiras y las mujeres seropositivas. La metáfora funcionaba y tenía la oportunidad de hablar del sida", afirma el director.

El lenguaje audiovisual se convierte en uno de los elementos más poderosos. La propuesta estética de esta tragicomedia en clave *queer* sumerge al espectador en una trama que cuenta más de lo que aparenta. Rodada en la Comunidad de Madrid, las localizaciones se convierten en protagonistas de esta producción con una impactante puesta en escena. "Los escenarios fueron determinantes –asegura la directora de Arte, Melanie Antón–. Para el primer capítulo, que se sitúa en el siglo XIV, durante la peste negra, elegimos el Palacio de Parcent, en la calle San Bernardo, y lo transformamos con cortinajes, cuadros satánicos y cientos de candelabros y velas para darle un aire siniestro y crear una atmósfera de misterio, temor, ocultación...". Otro de los espacios que contribuyen a sumergirse en la trama es la casa del segundo episodio. "En este caso, es un lugar muy *kitsch*, donde prima el lila, que se declinó en cuatro tonos para dotar a cada una de las protagonistas de una personalidad determinada". La miniserie transita también por la década de los 80, que se refleja en una cafetería típica de la época y concluye en un tiempo futurista, marcado por "un escenario blanco con matices rosáceos, metáfora que transita de la negrura hacia el optimismo". La caracterización es el otro aspecto clave. "Tanto en el maquillaje como en el vestuario hay un simbolismo subliminal; por ejemplo, aparece el triángulo inverso en muchos detalles, en las joyas, en los vestidos, en sus rostros... Y en el personaje humano, Triana, elegimos prendas de Loewe y pendientes de oro para que hablaran de su posición económica y social", concluye Carolina Galiana, figurinista y responsable del diseño de vestuario. ●







D.R.

Algunas de las secuencias de esta miniserie, interpretada por Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio.

> *Esta tragicomedia denuncia la estigmatización que todavía sufren las mujeres con VIH*

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 63
AVE: 4524 €
ÁREA: 350 CM² - 58%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11478
OTS: 53000
SECCIÓN: ESPECIAL

30 Diciembre, 2025



UN VIAJE EN EL TIEMPO Y EN EL ESPACIO

Silencio, la nueva producción original de Movistar Plus+, invita a hacer un trayecto lleno de simbolismo, sensibilidad y reivindicación.

POR **VIRGINIA LOMBRAÑA**

EDUARDO Casanova maneja un universo absolutamente personal, algo que queda de manifiesto en su nueva serie, que acaba de estrenar Movistar Plus+. El foco narrativo de *Silencio* –tres capítulos de 15 minutos– escapa a las clasificaciones clásicas. No es un cine *worldbuilding*, que se vale de la ambientación para construir la historia, pero tampoco intimista: es eso y mil cosas más. Primeros planos, diálogos profundos, momentos de comedia, compromiso... "Hablo siempre de lo mismo porque es lo que me interesa y perturba: la gente de los márgenes. Quería hacer un paralelismo entre la invisibilidad de las vampiras y las mujeres seropositivas. La metáfora funcionaba y tenía la oportunidad de hablar del sida", afirma el director.

El lenguaje audiovisual se convierte en uno de los elementos más poderosos. La propuesta estética de esta tragicomedia en clave *queer* sumerge al espectador en una trama que cuenta más de lo que aparenta. Rodada en la Comunidad de Madrid, las localizaciones se convierten en protagonistas de esta producción con una impactante puesta en escena. "Los escenarios fueron determinantes –asegura la directora de Arte, Melanie Antón–. Para el primer capítulo, que se sitúa en el siglo XIV, durante la peste negra, elegimos el Palacio de Parcent, en la calle San Bernardo, y lo transformamos con cortinajes, cuadros satánicos y cientos de candelabros y velas para darle un aire siniestro y crear una atmósfera de misterio, temor, ocultación...". Otro de los espacios que contribuyen a sumergirse en la trama es la casa del segundo episodio. "En este caso, es un lugar muy *kitsch*, donde prima el lila, que se declinó en cuatro tonos para dotar a cada una de las protagonistas de una personalidad determinada". La miniserie transita también por la década de los 80, que se refleja en una cafetería típica de la época y concluye en un tiempo futurista, marcado por "un escenario blanco con matices rosáceos, metáfora que transita de la negrura hacia el optimismo". La caracterización es el otro aspecto clave. "Tanto en el maquillaje como en el vestuario hay un simbolismo subliminal; por ejemplo, aparece el triángulo inverso en muchos detalles, en las joyas, en los vestidos, en sus rostros... Y en el personaje humano, Triana, elegimos prendas de Loewe y pendientes de oro para que hablaran de su posición económica y social", concluye Carolina Galiana, figurinista y responsable del diseño de vestuario. ●







D.R.

Algunas de las secuencias de esta miniserie, interpretada por Lucía Díez, Ana Polvorosa, María León, Mariola Fuentes, Leticia Dolera, Omar Ayuso y Carolina Rubio.

> *Esta tragicomedia denuncia la estigmatización que todavía sufren las mujeres con VIH*

Luces y sombras para la televisión lineal en 2025: caída en los espectadores diarios y remontada en el total de televidentes

Por REDACCION, 29 Dic, 2025



El Análisis de la Industria Televisiva – Audiovisual 2025 de la consultora Barlovento Comunicación identifica un inesperado cambio de tendencia: 46,8 millones de personas disfrutaron de la televisión lineal a lo largo del año 2025, 425.000 más que en 2024, si bien el consumo diario volvió a descender estrepitosamente en un importante 2,8%.

Esta ruptura con la tendencia que acompañaba a la televisión más tradicional no supone un descenso en la suma de los espectadores únicos de la suma de la televisión lineal con la televisión híbrida, dado que durante el ejercicio 2025 los televidentes se han elevado a 47,0 millones, 453.000 más que el pasado año. Este incremento del 1,0% sobre el año interior abarca la casi totalidad del universo del consumo: el 99,8%. Por diferencia, los ciudadanos que no ven ni un solo minuto de televisión en el año 2025 son un total de 205.000 "telefóbicos". En 2024, este particular perfil se cifraba en 207.000 usuarios, mientras que, en 2023, 191.000 ciudadanos eran totalmente renuentes al medio televisivo; en 2022, el total registraba 126.000 personas.

En relación con los espectadores únicos que promedian visionado diario de televisión lineal, 46,8 millones de televidentes (425.000 más que en 2024) componen el total de la audiencia en esta modalidad y que es máximo anual. Mientras tanto, en el concepto de la audiencia promedio diaria, la televisión lineal es capaz de reunir cada jornada a 26,7 millones de espectadores (761.000 menos que en 2024; un 2,8 % de merma) que significa el 56,7 % del total. Respecto a los años precedentes, 27,4 millones de televidentes consumían televisión a diario en 2024 y en 2023 el promedio diario alcanzaba 28,2 millones.

La importancia de la TV híbrida para la pequeña pantalla

Si en el concepto de los espectadores únicos se tiene en cuenta el consumo tradicional más el consumo de la televisión híbrida (mediante Smart TV o Televisiones Inteligentes que en nuestro país alcanza ya una representación del 70 % del parque de receptores en los hogares y el 75 % de individuos), el total de espectadores alcanza su mejor registro histórico que sube hasta los 47,0 millones y una penetración sobre el total de audiencia potencial del 99,8 %, que representa un incremento que se acerca al medio millón de personas (más 447.000), siempre sobre el año anterior.

El promedio diario de la televisión tradicional más el visionado de la televisión híbrida, el total de cada día nos indica que 29,9 millones de personas conectan cada jornada en la suma de estas dos modalidades de consumo, que representa el 63,5 % del total: en redondeo, 2 de cada 3 personas del público potencial que se considera audiencia sintonizan a diario con “el televisor”. Si bien debe indicarse que en este concepto los televidentes descienden en 447.000 y que es inferior al año anterior en el 1,5 %.

El tiempo diario del total uso del televisor por espectador en la suma de televisión tradicional y televisión híbrida consigue 336 minutos (5 horas y 36 minutos), que son tres minutos menos que en 2024. Por tanto, ese leve descenso de la atención de los televidentes mantiene una excepcional vinculación del universo de consumo televisivo. Una dedicación de 5 horas y 36 minutos es la actividad más prolija de todos nosotros a excepción del tiempo que dedicamos a la jornada laboral y el sueño. Mientras que, por persona, que es la métrica sobre el total del universo de consumo donde se registran los 47,1 millones de público potencial, el tiempo de visionado televisivo pondera los 215 minutos (3 horas y 35 minutos), ocho minutos menos que el año anterior.

Respecto del tiempo de consumo tradicional, el tiempo total de visionado es de 283 minutos diarios (4 horas y 43 minutos), que son siete minutos menos que en 2023 y el 2,4 % inferior al ejercicio procedente.

Mientras que, por persona, el total del tiempo dedicado en esta modalidad logra 161 minutos (2 horas y 41 minutos), diez minutos menos que en el ejercicio anterior y que significa el 5,8 % menos y que representa su mínimo anual.

En paralelo, el consumo en diferido desciende en 300.000 espectadores con respecto al año anterior, con un total de 39,2 millones de espectadores.

Pequeñas claves para entender el consumo televisivo en 2025

El amplio estudio de Barlovento Comunicación arroja otros importantes titulares que son detallados en profundidad, aquí. Entre ellos, destaca el descenso en la inversión publicitaria de un 5%, lo que significará un registro total de ingresos para la industria televisiva de 1.750 millones de euros; la estabilidad en el seno de la facturación publicitaria de Atresmedia y Mediaset, que mantienen el 80% de los ingresos por facturación publicitaria, y la primacía publicitaria mundial de las megacompañías tecnológicas y de entretenimiento, a pesar de las frecuentes multas que caen sobre ellas.

En el terreno de las audiencias, Antena 3 confirma su liderazgo por cuarto año consecutivo, con sus informativos líderes un año más (y van ocho). La 1, por su parte, experimenta un gran crecimiento de audiencia y logra llegar a la segunda posición del ranking por cadenas, mientras que la FORTA se sigue confirmando como alternativa de audiencia gracias a la información de proximidad.

La TV de pago ha marcado un hito histórico al lograr su quinto récord anual consecutivo en cuota y superar el 11% por primera vez. Asimismo, la audiencia por Internet prosigue su crecimiento y evidencia, en palabras de Barlovento, la "imperiosa necesidad" de la potenciación de los estudios de la audiencia televisiva-audiovisual para consolidar un ecosistema de medición y consumo que abarque el streaming y la televisión conectada.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 34
AVE: 20295 €
ÁREA: 121 CM² - 33%

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

30 Diciembre, 2025



Antena 3 consolida su liderazgo por cuarto año consecutivo

La cadena de Atresmedia sube dos décimas en la media del 2025 mientras La 1 sube cinco y Telecinco baja cuatro

REDACCIÓN Barcelona

Antena 3 vuelve a situarse como la cadena líder de la televisión en España en el global del 2025, encadenando cuatro años consecutivos en lo más alto del ranking entre las cadenas generalistas, según el informe anual de audiencias de Barlovento Comunicación elaborado con datos de Kantar Media a 15 de diciembre. La principal cadena de Atresmedia logra, además, mejorar su resultado respecto al 2024, ya que sube dos décimas en comparación a ese año y se sitúa en un 12,8% de cuota media de pantalla.

Antena 3 basa su fortaleza en una serie de programas veteranos como *El hormiguero*, *Pasapalabra*, *Tu cara me suena* y *La ruleta de la suerte*, que siguen siendo los más vistos de la televisión. También cuenta con la serie diaria líder, *Sueños de libertad*, y los informativos con más seguimiento, que además crecen un punto respecto al 2024.

Este liderazgo de Antena 3 se produce en un año en el que La 1 de RTVE se ha consolidado como segunda opción y ha relegado a Telecinco a la tercera posición. Y lo hace firmando su mejor dato en trece años, tras aumentar cinco décimas y llegar hasta el 11% de cuota.

En cambio, Telecinco atraviesa su momento más delicado, al marcar mínimo histórico por cuarto año consecutivo, con una cuota del 9,5% tras perder cuatro décimas. La siguen el conjunto de las cadenas autonómicas (8,5%), La Sexta (6,3%) y Cuatro (5,8%).

Otro dato de la hegemonía de Antena 3 es que esta cadena ha sido líder durante 283 días del 2025, frente a los 51 días en los que lideró La 1 de RTVE y los 15 días en los que Telecinco logró situarse en primera posición. La 1, sin embargo, puede presumir de tener la emisión más vista del año, que fueron los penaltis de la final de la UEFA Nations League de fútbol entre Portugal y España: en total, 9.032.000 espectadores de media y el 60,7% de cuota.

Todo ello se produce en un contexto de caída estructural del consumo de televisión tradicional, que en el 2025 registra un nuevo mínimo histórico: 161 minutos por persona y día, es decir, 2 horas y 41 minutos, diez minutos menos que en el 2024. A pesar de este descenso, la televisión mantiene una cobertura prácticamente universal, con 46,8 millones de personas que han visto la televisión tradicional al menos un minuto a lo largo del año (el 99,5% de la población).●

TV3 lidera y la plataforma 3Cat, tercera opción

■ En Catalunya, TV3 ha liderado el 2025 con una cuota media del 14,2%, medio punto más que en el 2024. De este modo, TV3 se sitúa líder por 16.º año consecutivo, con una ventaja de cinco puntos sobre la segunda opción. En cuanto a la plataforma 3Cat, se mantiene como la tercera más elegida por los catalanes, con cerca de 240 millones de reproducciones.



ATRESMEDIA

Pablo Motos y Cristina Pedroche en *El Hormiguero*

Atresmedia Cine anticipa más de diez rodajes en 2026 tras un año lleno de éxitos

Por **REDACCION**, 29 Dic, 2025



Líder del ranking de taquilla del cine español en 2025 gracias a los más de 2 millones de espectadores de 'Padre no hay más que uno 5', Atresmedia Cine adelanta un prometedor 2026 con más de diez rodajes y estrenos tan esperados como 'La fiera', 'Torrente Presidente' o 'La bola negra'.

La productora cinematográfica de Atresmedia, que acaba de celebrar su 25 aniversario, logra en 2025 un acumulado anual de 25 millones de euros, más de un 30% de la cuota de mercado, y más de 3,5 millones de espectadores, superando a su competidor directo por séptimo año consecutivo. Tres de sus estrenos se sitúan entre las diez películas españolas más taquilleras del año. Dando por sentado el éxito de la saga de Padre no hay más que uno, títulos como Mikaela de Daniel Calparsoro, Un funeral de locos de Manuel Gómez Pereira y Sin cobertura de Mar Olid se encuentran entre lo más exitoso del cine español este año con más de cuatrocientos mil espectadores cada una.

Los estrenos continuarán en 2026: el 1 de enero llega a los cines Abuela tremenda, comedia familiar dirigida por Ana Vázquez y protagonizada por Elena Irureta, Toni Acosta y Carla Pastor convertidas en abuela, hija y nieta respectivamente. Irureta interpreta a Toñi, una abuela muy poco convencional, que está dispuesta a todo con tal de que su hija y su nieta vivan la vida un poco más. El 6 de febrero se estrena en salas de cine La fiera, la nueva película del ganador del Goya Salvador Calvo, con un reparto encabezado por Carlos Cuevas, Miguel Bernardeau y Miguel Ángel Silvestre. Este largometraje se basa en la historia real de los pioneros del salto BASE con traje de alas en España.

El 13 de marzo regresa a los cines uno de los personajes más icónicos del cine español: Torrente, con la quinta entrega de la sala dirigida y protagonizada por Santiago Segura Torrente Presidente. Por otro lado, el 17 de abril llega La familia Benetón +2, comedia en la que Leo Harlem y el Langui vuelven a interpretar a Toni y Lolo bajo la dirección de Joaquín Mazón.

Cada día nace un listo es la nueva película de Arantxa Echevarría tras ganar el Goya por La infiltrada. Esta vez, se atreve con una comedia negra que llegará a cines el 22 de mayo. Más tarde, en verano, llegará a salas Tres de más, la nueva comedia familiar de Mar Olid en la que Kira Miró y Salva Reina se convierten en una pareja que no quiere tener hijos, pero que despiertan un día con tres niños en casa que, además, aseguran ser hijos suyos.

La bola negra, la nueva película de Javier Calvo y Javier Ambrossi, se estrenará en cines el 2 de octubre. El largometraje narra las vidas interconectadas de tres hombres en tres épocas distintas; tres existencias íntimamente ligadas por la sexualidad y el deseo, el dolor y la herencia, y una de las últimas obras, inacabada, de Federico García Lorca. Y el 30 de octubre llega a las salas de cine Karateka, en la que la increíble historia de Sandra Sánchez, la mejor karateka del mundo, se convierte en un gran evento cinematográfico. Aritz Moreno dirige a Andrea Ros como la medallista olímpica y traslada a la gran pantalla su camino hasta los Juegos Olímpicos de Tokio, desafiando todos los obstáculos. Patrick Criado encarna a Jesús del Moral, entrenador y pareja de Sandra.

Otros estrenos de Atresmedia Cine para 2026 incluyen Viaje al país de los blancos, inspirada en la historia real de Ousman Umar, famoso divulgador y activista de los Derechos Humanos, yA fuego, ópera prima de Estel Díaz marcada por el baile, la música, la fiesta y la pasión adolescente.

Además de lanzar algunos de los títulos más esperados del cine español, Atresmedia Cine continuará impulsando la industria como motor del cine español, formando parte de más de diez rodajes en 2026, entre los que se encuentran La Roja, la nueva película de Marcel Barrena, director de El 47, o la adaptación del éxito francés A Little Something Extra, presentada por Santiago Segura.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 77770 €
ÁREA: 634 CM² - 77%

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

30 Diciembre, 2025



Un repaso a los nombres que han protagonizado programas, 'realities'; series como 'Pubertat' y 'Adolescencia', y debates políticos durante este año

Montoya, Melody, Juan del Val y otros rostros televisivos de 2025

EL PAÍS
Madrid

Este 2025, la televisión en España ha dado momentos que se han hecho virales en todo el mundo (el caso Montoya), la audiencia de Telecinco ha caído al hoyo y TVE ha apostado por las tertulias informativas. Fuera, series como *Adolescencia* se han convertido en fenómenos. Estos son algunos de los protagonistas de este año que termina, con sus éxitos, fracasos, sorpresas y algún que otro momento polémico.

● **Carla Quílez.** La carrera de esta actriz de solo 17 años es espectacular. Cuando tenía 14, su estreno en el cine con *La maternal* le valió la Concha de Plata en San Sebastián, y este año ha participado en tres series. En *Yakarta* brilla dando la réplica a Javier Cámara como la jugadora de bádminton en la que un entrenador creía ver su tabla de salvación. En *Pubertat*, era la joven que, con su denuncia pública, despertaba un terremoto en una *colla castellera*. Y en la historia sobrenatural *Dime tu nombre* tenía una aparición breve pero sumamente inquietante. Un rostro que no hay que perder de vista.

● **Owen Cooper, de *Adolescencia*.** "Creo que esta noche demuestra que si escuchas, te concentras y sales de tu zona de *confort*, puedes conseguir cualquier cosa en la vida. Hace tres años no era nada. Ahora estoy aquí", decía el joven intérprete al recoger su Emmy a mejor actor secundario por su deslumbrante trabajo en *Adolescencia*. El británico, de 16 años, es el intérprete más joven de la historia en ganar el premio en esa categoría. Sobre su interpretación recaen los exigentes planos secuencia de los que se compone esta serie de Netflix. La noche antes de rodar el inolvidable tercer episodio, el joven vio *El resplandor* para preparar su personaje . En 2026, se estrena uno de sus proyectos más esperados en el cine, encarna la versión joven de Jacob Elordi, el Heathcliff que Emerald Fennell ha construido para su versión de *Cumbres borrascosas.*

● **Montoya.** En un panorama en el que todo va tan rápido como Montoya corriendo por la playa, el éxito de este personaje en *La isla de las tentaciones* suena a otro siglo, pero su grito de sufrimiento es el momento más viral de la televisión de 2025. Esos minutos de televisión dieron la vuelta al mundo, incluso Whoopi Goldberg y deportistas de la NBA lo emulaban. La imagen estaba montada con la pericia de Michael Mann. Montoya veía en la pantalla cómo su pareja, Anita, comenzaba a liarse con uno de sus tentadores. Él se levantaba. Gritaba a la pantalla. Quería irse, pero no: "Venga, lo voy a ver contigo". Y en el momento del sexo, corre a la playa. "Me has reventado por dentro". "¡Montoya, por favor! Vuelve", gritaba la presentadora Sandra Barneda. El meme estaba hecho. Y Telecinco tenía un éxito, ese trío amoroso que seguiría explotando en *Supervivientes* y que intentó colocar en otros programas sin ya tanto éxito. Después de este auge, Montoya se retiró para cuidar su salud mental.







Desde arriba, Juan del Val con el Premio Planeta, en *El hormiguero*; Montoya (izquierda), en *Supervivientes*; Carla Quílez, en Yakarta, y Melody durante su actuación en Eurovisión.
GETTY / EFE

'La familia de la tele' solo duró 32 días, el espacio no encajó en la cadena pública

'La isla de la tentaciones' tuvo un momento viral que llegó a todo el mundo



● **Melody.** Además de explicar en su eurovisiva canción lo que significa ser una diva, Melody hizo un ejemplo práctico durante la primera mitad de este año. Nadie, ni siquiera su mala clasificación en Eurovisión, puede negar el talento arrollador en un escenario. Otro asunto son sus formas, para algunos trasnochadas, incluso sobreactuadas. Como buena diva, fue valiente plantando cara a RTVE en su casa, ante las diferencias de opinión de cómo debían haber abordado el festival. También fue poderosa, sobre todo cuando tuvo la picardía de callar en medio de la polémica tras su paso por Basilea para reaparecer... en Antena 3. La que ha sido este año la enemiga número dos de *La revuelta* (la cantante no se tomó bien las bromas del programa) se fue a *El hormiguero*, reventó las audiencias, se reconcilió por la tarde con Sonsoles Ónega (también en su lista de afrentas), y, justo después, anunció su próximo proyecto televisivo: participar en *La voz kids* de Antena 3. ¿Casualidad?

● **Juan del Val.** La concesión del Premio Planeta al colaborador de *El hormiguero* provocó una reacción desde varios frentes. La crítica de la novela, porque al fin y al cabo hablamos de libros, ha sido contundente. Pero al polemista, al crítico que hace de esa labor su oficio en el programa de Pablo Motos a través de una mirada ácida de la cotidianidad, no le gusta ser el objeto de las críticas. El programa lo arropó y viajó directo de Barcelona un día después para participar en la tertulia, donde lanzó un ataque preventivo. Días después, fue el invitado estrella y el presentador le dio cancha. Hecha la defensa, lanzados los dardos, solo queda ponerse a vender libros, muchos. Y a otra cosa.

● **El equipo de *La familia de la tele.*** El programa era la gran esperanza de La 1. TVE esperaba que el equipo de *Sálvame* les hiciera recuperarse en las audiencias de la tarde. Solo 32 programas después, el experimento se daba por perdido. En la cadena pública, no encontraron el tono ni los contenidos adecuados y los colaboradores nunca estuvieron cómodos. Quizás habían puesto toda la carne en el asador, pero la notable improvisación y el choque entre sus presentadores se llevaron por delante un formato que no encajó. TVE descubrió que en realidad la audiencia la traería el nuevo corazón: los debates políticos. Quién lo habría dicho.

● **Bella Ramsey.** Rostro emblemático de una de las series que más conversación genera, *The Last of Us.* Ramsey es puro siglo XXI, arrastra pasiones desde su infancia (con 11 años fue la inolvidable Lyanna Mormont en *Juego de tronos*) genera dosis de odio digital acordes a la ignominia de este mundo. Pero en la segunda temporada de *The Last of Us* ha demostrado que todos esos debates están de más. Una mirada de enfado, un gesto suyo valen más que algunas carreras. Con 22 años.

Con información de **Juan Carlos Galindo, Natalia Marcos, Héctor Llanos Martínez** y **Eneko Ruiz Jiménez.**

ABC

30 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 62
AVE: 24458 €
ÁREA: 190 CM² - 46%

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



Lo que se viene en televisión en 2026: los programas que no te puedes perder

▸ Un resumen de los principales estrenos, regresos y nuevos formatos que llegan a las principales cadenas y rostros

CLARA MOLLA PAGÁN
MADRID

La televisión nos ha regalado momentos inolvidables: desde la mejor música en directo hasta 'realities' que nos han tenido pegados al sofá. Hemos reído, nos hemos emocionado, hemos sufrido con cada reto de supervivencia y hemos disfrutado de entretenimiento para todos los gustos. Pero cuidado, porque el 2026 viene pisando fuerte y este año no tiene nada que envidiar a la temporada pasada. La tele regresa con fuerza: vuelven los clásicos para aterrizan nuevos formatos potentes que prometen poner a todo el país frente a la pantalla.

Música y talents

El Benidorm Fest (La 1) regresa con su quinta edición y, aunque España no participe en Eurovisión, promete ser una auténtica fiesta de estilos musicales con artistas como Asha, Luna Ki o Miranda!. Y si hablamos de talentos «reversibles», 'Tu cara me suena' (Antena 3) sigue haciendo magia: las estrellas se meten en la piel de iconos musicales, cantan, bailan y nos dejan boquiabiertos con imitaciones que parecen sacadas de un videoclip, mientras que 'Mask Singer' (Antena 3) mantiene el suspense con disfraces imposibles y celebridades escondidas detrás de máscaras extravagantes, y 'La Voz / La Voz Kids' (Antena 3) nos recuerda por qué todos nos enamoramos de las voces que emergen de la nada.

Entre fogones

Si el talento musical nos hace cantar, el culinario nos hace salivar. 'Top Chef', en La 1, regresa con cocineros que parecen tener manos mágicas, transformando ingredientes en obras de arte y nosotros suspiramos con cada bocado imaginario. Para los más exigentes, 'Pesadilla en la cocina' vuelve a LaSexta con el Chicote más exigente. Para quienes piensan que la creatividad no termina en la cocina, 'Decomasters' (La 1) llega como un soplo de aire fresco: parejas de celebrities se enfrentan al reto de decorar y transformar espacios con ideas atrevidas. Sin perder la adrenalina, 'Atrapa un millón' (Antena 3) vuelve a poner a prueba reflejos, memoria y suerte con premios que pueden cambiar la noche de cualquiera.

Riesgo y famosos

'The Floor' vuelve a La 1 con Chenoa, su tablero, y 100.000 euros por repartir. Para los amantes de la acción, 'El Desafío' T6 (Antena 3) sigue poniendo a prueba a famosos. 'Apatrullando' T3 (LaSexta) mezcla realidad y acción mientras sigue a unidades de patrulla en jornadas intensas y 'Universo Calleja' (Telecinco) transporta a lugares remotos con Jesús Calleja y sus invitados.

'Realities' y clásicos

En el terreno de los realities y concursos, el 2026 combina nostalgia y novedades con un toque irresistible. 'Got Talent España' (Telecinco) sigue descubriendo talentos que nos hacen reír, llorar y aplaudir a partes iguales, mientras que '¡Allá tú!' (Telecinco) nos recuerda lo emocionante que es elegir un maletín con suerte y estrategia. 'El precio justo' (Telecinco) vuelve para mostrar el arte de poner precio a las cosas.

Para los que aman los dramas amorosos y los experimentos sociales, 'Casados a primera vista' y 'GH Dúo' (Telecinco) regresan con nuevas parejas y estrategias de convivencia que prometen tensar más de un nervio. Y si de comedia y situaciones absurdas se trata, 'Nos vamos de madre' (Antena 3), con Roberto Leal y su madre, y 'Una fiesta de muerte' (Antena 3), con el toque irreverente de Ángel Llácer, nos sumergen en historias que mezclan humor, caos y diversión asegurada.

Y para los que quieren viajes y risas, 'El Capitán en Japón' (Antena 3) trae de vuelta al carismático exfutbolista Joaquín Sánchez, esta vez dejando atrás Estados Unidos para embarcarse en una aventura familiar por el país del sol naciente junto a su mujer Susana Saborido y sus hijas Daniela y Salma.

Periodismo

Porque la tele también busca el pensamiento y reflexión, 'Lo de Évole' T7 (LaSexta) vuelve con entrevistas que nos hacen reflexionar y reportajes que nos acercan historias impactantes, mientras que 'Salvados' (LaSexta) sigue sin filtros para contar lo que otros no se atreven, combinando periodismo valiente con momentos que hacen replantearse el mundo mientras nos dejan sin palabras.



Chenoa presenta el concurso 'The Floor' // ABC

VÍDEOS

Giro en la estrategia de Telecinco con su voz corporativa: Mediaset aplica cambios para anunciar su batería de estrenos

Novedades inesperadas en Telecinco con su voz corporativa. Mediaset aplica cambios tras 14 meses e inicia una estrategia para anunciar los estrenos de 'GH Dúo', 'El precio justo' y 'Casados a primera vista'



Giro en la estrategia de Telecinco con su voz corporativa durante la promoción de 'GH Dúo', 'El precio justo' y 'Casados a primera vista' GTRES / Mediaset

Sergio Soriano 29 de diciembre de 2025 18:25 h Actualizado el 29/12/2025 18:29 h

Los aires de cambio continúan soplando en Telecinco. En plena recta final de 2025, Mediaset ha sorprendido aplicando cambios en la voz corporativa que se escucha en las autopromociones de su principal cadena. Este movimiento estratégico afecta directamente a las piezas audiovisuales vinculadas a sus nuevos programas, como es el caso de la cuarta edición de GH Dúo, El precio justo o Casados a primera vista.

Con la intención de actualizar su imagen, Telecinco estrenó una nueva línea gráfica en agosto de 2024. La cadena apostó por el blanco como color principal, apoyado por un azul mucho más intenso, y un "modo noche" que no terminó de cuajar. Esta

renovación culminó en octubre del mismo año, estrenando doble voz corporativa masculina para sus piezas promocionales: una destinada a ficción y otra para el resto de la programación.

La estabilidad sonora de la cadena ha llegado a su fin después de aproximadamente 14 meses. En una maniobra inesperada, implementada a finales de diciembre de 2025, Telecinco ha sorprendido con novedades en su voz corporativa, ahora femenina, para presentar su batería de 'novedades' para el arranque del próximo año. Esta decisión coincide con el nombramiento de Unai Iparragirre como director de Antena, en sustitución de Javier López Cuenllas.

Esta nueva identidad sonora ya es una realidad, y se ha podido escuchar en las piezas publicitarias más recientes de la cadena. Las voces femeninas han asumido un protagonismo inesperado en las promociones de la cuarta edición de GH Dúo, aportando un tono renovado al formato tras la cancelación de Gran Hermano 20. Del mismo modo, el cambio ha sido evidente en los anuncios sobre la vuelta de El precio justo, con Carlos Sobera, y también en el regreso de Casados a primera vista.

A continuación se recogen las nuevas autopromociones, donde la voz femenina es protagonista:



Mediaset España
@mediasetcom · **Seguir**

💸 ¡A jugarrrr! 'El precio justo' regresa a @telecincoes con Carlos Sobera. Muy pronto, estreno



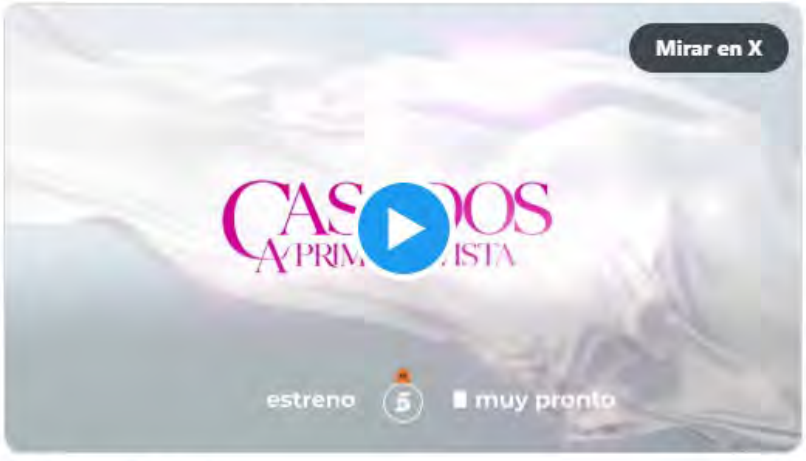
3:52 p. m. · 28 dic. 2025

23 Responder Copia enlace

Leer 17 respuestas

Mediaset España
@mediasetcom · **Seguir**

👨‍💼👨 ¿Te casarías con alguien sin conocer casi nada de su vida? Llega a España 'Casados a primera vista', el formato de éxito mundial. Muy pronto, estreno en @telecincoes



1:11 p. m. · 29 dic. 2025

40 Responder Copia enlace

Leer 20 respuestas

Estas son las voces corporativas elegidas en octubre de 2024, que hasta ahora locutaban las autopromociones de Telecinco:





La importancia de la voz corporativa

La voz corporativa es una parte fundamental para las cadenas de televisión, creando una identidad sonora que permita reforzar el reconocimiento entre la audiencia. Sorprende, por tanto, el cambio de rumbo que ha adoptado Mediaset poco más de un año después de elegir a sus voces corporativas. Si el oído también construye marca, es fundamental implementar una buena estrategia desde el origen para no confundir y conectar con los consumidores a nivel emocional.

Más allá de comunicar novedades, es crucial para mantener la atención de los espectadores y generar una conexión emocional con los espectadores. Queda por ver cuáles son los siguientes pasos de Telecinco: ¿mantendrá esta nueva voz para unirla a las existentes o, por contra, terminará por sustituirlas? Sea como fuere, Mediaset debe establecer las bases para construir una identidad auditiva coherente con sus contenidos y que perdure en el tiempo para ser reconocible.

elDiario.es

Hazte socio/a

somosMadrid

Somos Arganzuela Chamberí Chueca Lavapiés Malasaña Tetuán Hoy Se Sale Anúnciate

La invasión publicitaria de Netflix con 'Stranger Things' en Madrid llega hasta las uvas de Nochevieja en la Puerta del Sol

La Comunidad de Madrid no cobra ninguna tasa publicitaria a la compañía por proyectar el videomapping promocional sobre la Casa de Correos, que ahora también luce un 'Feliz 2026' con las letras de la popular serie



Un momento del videomapping que Netflix proyecta sobre la Casa de Correos (izda) y neon para las uvas con las letras de Stranger Things (dcha) Somos Madrid / Hugo Carabaña

Diego Casado 29 de diciembre de 2025

El *videomapping* publicitario que por las noches emitió Netflix sobre la sede del Gobierno de la Comunidad de Madrid durante el pasado puente de la Constitución se ha extendido durante las navidades. La promoción de la serie Stranger Things ha estado reproduciéndose por las noches desde el pasado 20 de diciembre.

La compañía de *streaming* proyecta un anuncio de ocho minutos con imágenes alusivas a los diferentes personajes y tramas de la serie sobre este edificio público, algo que ya hizo del 4 al 8 de diciembre y que repite ahora hasta el último día del año. En total serán 42 pases del *videomapping* promocional, que se alterna con el de temática navideña que el Gobierno regional había previsto sobre el mismo espacio.

Netflix no abona por esta acción ningún tipo de tasa ni a la Comunidad ni al Ayuntamiento de Madrid, según confirmaron fuentes del Gobierno de Ayuso antes de la publicación de esta primera información, pese a que este tipo de uso del espacio público puede estar sujeto a tasas por la "utilización privativa del dominio público para el desarrollo de acciones publicitarias".

Además de aumentar los anuncios sobre la Casa de Correos, Netflix ha conseguido colocar las letras de su serie más emblemática sobre el espacio publicitario más codiciado de la Nochevieja: el cartel de neón que felicitará el año 2026 desde el reloj de la Puerta del Sol, el lugar a la que apuntarán las principales retransmisiones de las uvas.

Las acciones publicitarias sobre la sede del Gobierno de la Comunidad de Madrid no son las únicas en el espacio público de Madrid. La presencia de Stranger Things en las calles del centro de la ciudad, que estas semanas lucen abarrotadas de gente, se distribuye en distintos espacios cercanos a Callao, por donde pasan 123 millones de personas al año. Desde el 22 de noviembre lucen allí una iluminación alusiva a la serie compuesta por diferentes letras iluminadas. Se mantendrán hasta el 6 de enero y por ellas Netflix abona 1.528 euros al Ayuntamiento de Madrid, unos 33 euros al día por uno de los lugares premium para la publicidad en el espacio público.



Estatua del demogorgon y el madroño colocada en el centro de Madrid

Estos últimos días del año ha vuelto también a la misma calle por la que se despliegan las luces la escultura del Demogorgon y el madroño, una versión fantástica de la popular estatua de la Puerta del Sol en la que uno de los monstruos de la serie sustituye al oso.

Además, Netflix ha tematizado las entradas y la estación de Metro de Sol para el lanzamiento de los últimos capítulos de la temporada final de la serie y ha alquilado a Adif la entrada de la ballena de Sol para colocar allí más publicidad de Stranger Things. El coste de ambas campañas no ha sido comunicado ni por la propia empresa ni por la Comunidad de Madrid.

Las facilidades de los gobiernos autonómicos o municipales madrileños para que Netflix despliegue su publicidad son una constante en la capital. Hace solo siete meses la multinacional celebró su décimo aniversario en España cortando durante un día la calle Alcalá en uno de sus puntos de mayor tráfico -entre la Puerta de Alcalá y Cibeles- para acoger una fiesta a la que solo se podía acceder con invitación.

BALONCESTO

La hora de la verdad para el baloncesto

La cuenta atrás está en marcha. En enero, el proyecto de NBA y FIBA negociará con posibles inversores mientras se agota el plazo para que Madrid y Barça renueven con la Euroliga.



Edy Tavares trata de controlar un rebote durante el Clásico de Euroliga

Juanma Rubio 30 de diciembre de 2025 06:23 CET

Año nuevo y, más allá del tópico, seguramente vida nueva para el baloncesto europeo, metido de lleno en una hoja de ruta que lo lleva, si no cambia nada (y se van agotando los plazos y las oportunidades para que eso suceda), a un escenario que a priori tendría que haber sido anatema pero que en los próximos meses puede quedar sellado: dos competiciones enfrentadas, como en aquella temporada 2000-01 en la que cohabitaron el embrión de la Euroliga y la fugaz Suproliga de la FIBA. Ahora mismo, y mientras no se demuestre lo contrario, eso es lo más factible; seguramente por desgracia para una de las partes, veremos si no para las dos. Los plazos se echan encima: la NBA tiene un proyecto para entrar en Europa en el que lleva de la mano a la FIBA; todavía no tiene fecha exacta de inicio, pero la vista está fijada en octubre de 2027. En temporada y media.

El 22 de diciembre, NBA y FIBA dieron un nuevo paso en el goteo de informaciones, muchas poco concretas, con el que han ido avanzando la realidad, cada vez más tangible, de su proyecto. anunciaron que ahora, en enero, van a poner en marcha el proceso de captación de socios, económicos y deportivos, para su nueva competición en Europa. Unas gestiones que deberían concretar nombres de compañeros de viaje; equipos y propietarios. Y que deberían ir dando forma a lo que será una competición en la que habrá franquicias con plazas permanente, al estilo NBA -y también Euroliga-, y otras basadas en rutas de meritocracia.

En principio, la intención parece que es arrancar, si se puede en 2027, con dieciséis en total: doce y cuatro. Una de las ideas que vende este proyecto es una mayor democratización del baloncesto europeo, con más oportunidades verticales, para todos. Como la Euroliga también tiene un sistema híbrido con licencias fijas y equipos que entrar por otros criterios (el acceso vía Eurocup como segunda competición de ese entorno, las wildcard adjudicadas por el board), la diferencia que la FIBA resalta constantemente, en una contraposición que alarga un conflicto de lustros con la ECA (Euroleague Commercial Assets), es que a esas plazas restantes, en principio cuatro, se llegará a través de la Basketball Champions League (que, como la Eurocup, ejercería de segunda competición) y las Ligas domésticas, bien de forma directa o bien a través de un torneo de clasificación.

Es otra de las (no pocas) cosas en las que todavía no ha habido claridad, solo una reafirmación contante de un puñado de ideas básicas. FIBA y NBA quieren que, al menos como punto de partido filosófico, "todos los equipos afiliados a las competiciones europeas de la FIBA tengan la posibilidad de estar en esa NBA Europa".

"El formato respetará los principios del modelo deportivo europeo porque ofrecerá a cualquier club con la suficiente ambición una ruta con posibilidades justas de llegar a la cima", aseguró Andreas Zagklis, el secretario general de una Federación Internacional que tiene en esta nueva competición una oportunidad perfecta para sacudir el sillón que durante un cuarto de siglo ha ocupado la hegemónica Euroliga. Cada oportunidad que las dos partes han desaprovechado para cerrar sus heridas y tender puentes ha acabado conduciendo, finalmente, a esto. Y en los últimos meses han avanzado menos los intentos de acuerdo entre todas las partes, a pesar de que se recuperaron unas reuniones que trajeron algo de deshielo pero ningún apretón de manos, que las gestiones financieras que para la NBA han estado haciendo, y hacen, gigantes en materia de inversión como JPMorgan y Raine Group.

El comisionado Adam Silver, que en paralelo reabre el camino hacia una expansión a 32 equipos de la NBA, también fijó un mensaje optimista, firme: "Nuestras conversaciones con las partes interesadas en Europa han reforzado nuestra convicción de que hay una gran oportunidad allí que se puede exprimir con la creación de una nueva competición".



Andreas Zagklis (FIBA) y Adam Silver (NBA).

Un modelo de influencia americana

La NBA piensa en términos de ciudades, volúmenes de población y trascendencia de mercados, aunque eso choque con tradiciones muy arraigadas y ejes muy obvios del baloncesto europeo. Es legítimo pensar que no se está exprimiendo el potencial del baloncesto europeo ni se ha trasladado con eficiencia el nivel deportivo de la Euroliga a su volumen de ingresos. Pero también es peligroso llegar con ideas muy preconcebidas, que pueden sonar ajenas y, finalmente, ser contraproducentes. Se habla de Inglaterra (Londres, Manchester...), Francia (París y Lyon), Italia (Roma y Milán), Alemania (Berlín, veremos si Múnich) y desde luego España. La NBA piensa en términos de ciudades y no de clubes, pero resulta obvio que los señalados, los deseados, son Real Madrid y Fútbol Club Barcelona. Qué otra opción podría haber. Este planteamiento tiene su lógica y sus obvias bondades, pero borrar del mapa baloncestos como el serbio o el lituano mueve totalmente el peso gravitatorio hacia el oeste y atraer a solo un equipo de países como Turquía o Grecia descosería rivalidades que forman parte de los huesos del baloncesto en el Viejo Continente.

Brian Windhorst, peso pesado de la prensa estadounidense y un histórico del baloncesto en ESPN, viajó a Belgrado recientemente para asistir a un derbi serbio de Euroliga, el tumultuoso Partizán-Estrella Roja, y volvió con un par de ideas bastante claras a este respecto: "Soy escéptico respecto al éxito de esta propuesta. Parece que Belgrado no entra en los planes de la nueva competición, y creo que básicamente es el corazón del baloncesto de fuera de Estados Unidos. La NBA quiere hacer esto para asociarse con gigantes del fútbol como el Manchester City y el Paris Saint Germain que ya tienen una historia y unas infraestructuras increíbles. Desde luego, Barcelona y Real Madrid ya tienen unos equipos de baloncesto que funcionan como secciones hermanas de las de fútbol. Y la NBA también quiere reclutarlos. Pero la naturaleza del baloncesto europeo no es similar a la del profesional en Estados Unidos. La NBA va a decir 'nosotros podemos hacerlo mejor', y no tengo dudas de que nadie es tan bueno operando una competición y extrayendo beneficios de ella. Y sabe cómo crean un producto atractivo: si vas a un partido cualquier un martes por la noche en enero, te lo pasarás bien. La NBA está diciendo 'soy una experta en divertir a las masas'. Pero la gente en Europa no va por eso a los partidos de baloncesto. Allí uno va porque el padre de su padre animaba a ese equipo al que se va a ver. No hay todos esos puestos para vender productos... es una mentalidad diferente. Sé que la NBA puede crear un gran producto pero no sé si podrán hacer que en Europa se mueva tanto dinero. Si estás en Roma, ¿vas a pagar para ver un partido entre el equipo de Manchester y el de París en Netflix o Amazon? Y sobre eso está construida la NBA. Puedo estar equivocado, pero soy escéptico. Y, además, no se va a hacer de la mano de la Euroliga sino en un enfrentamiento directo".

En todo caso, acierte o no Windhorst (que sí parece tirar bien un par de ideas muy importantes), no parece que haya marcha atrás y, de hecho, lo normal ahora es que el nuevo proyecto entre en fase de aceleración. La Euroliga, mientras, también va a atravesar un trance crucial en enero. La competición tiene trece propietarios, equipos con licencia fija que tienen asegurada su participación. Ahora mismo, 12+1 porque el CSKA de Moscú no ha perdido su plaza pero la tiene congelada por el conflicto bélico en Ucrania. La lista incluye a los once fundadores de la competición: Real Madrid, Barcelona, Baskonia, Maccabi, Zalgiris, Efes, Olimpia Milán, Fenerbahçe, Olympiacos, Panathinaikos y el sancionado CSKA. Después se unieron ASVEL Villeurbanne y Bayern de Múnich.

De esos trece, hay nueve que han firmado su renovación con la Euroliga por diez años más, hasta 2036. El mismo plazo de la trascendental prolongación del acuerdo de la competición con el gigante estadounidense del marketing deportivo IMG, una alianza que arrancó en 2016. Los cuatro que todavía no han sellado esa continuidad son Real Madrid, Barcelona, Fenerbahçe y ASVEL. Y hay fecha límite: el 15 de enero. Como las actuales licencias caducan en este verano

de 2026, los que no rubriquen el nuevo acuerdo se quedarán en una extraña situación de limbo. Arriesgada, una vez más, para todas las partes. Como en todo, hay graduaciones: el adiós del ASVEL, el equipo que preside Tony Parker, se da por hecho. Uno de los peores equipos de la competición en los últimos años y por debajo de los requisitos económicos que establece para los salarios un nuevo sistema de fair play financiero que coge ideas del concepto de tope salarial de la NBA.

Para la Euroliga no es un gran problema el adiós, cantado, del equipo de Lyon, e incluso se ha hablado de que el Mónaco, actual finalista pero sin plaza fija, podría comprar la licencia de su vecino, que se vuelve hacia el proyecto NBA y que en todo caso saltará, salvo sorpresa mayúscula, al entorno FIBA y jugará la próxima Basketball Champions League. El caso del Fenerbahçe es más complicado ya que se trata de uno de los gigantes del baloncesto europeo de la última década. Y el actual campeón, claro. En principio, parece cerca de firmar el nuevo acuerdo de diez años, porque además desde Turquía se ha asegurado que el equipo que podría interesar a la NBA sería el Galatasaray, ni el Fenerbahçe ni el Efes. El Besiktas, mientras, aspira a colarse en la Euroliga a través de, también, esa plaza que seguramente bailará del ASVEL.

Todos mirando a Barcelona y Madrid

Y luego están, claro, Real Madrid y Barcelona. Estos sí, de una trascendencia estratégica enorme. El equipo blanco, esa la voluntad de su presidente, Florentino Pérez, parece inclinado a hacer algo más que escuchar a la NBA; el Barça iba de su mano cuando también remaban juntos en el proyecto de la Superliga, en fútbol. Ahora las cosas han cambiado y Joan Laporta ha reconocido que quieren firmar con la Euroliga... pero con condiciones blandas de salida por si se concreta definitivamente el proyecto NBA. La Euroliga, como es lógico, pide un compromiso más firme a los azulgrana, que además no podrían cubrir en el corto plazo las exigencias de la liga estadunidense en cuanto a pabellón e infraestructuras. Este es, más allá del caso (sangrante) del viejo Palau, ino de los asuntos que parecen más complejos, por los plazos y el nivel de inversión requerida, si realmente se quiere poner en marcha el nuevo proyecto en otoño de 2027: ¿cuántos equipos tienen ya un pabellón adecuado? La NBA, seguramente, no hará la vista gorda como la Euroliga ha estado haciendo, más allá de sus propias normas, con equipos como Barça o Mónaco.

Si Fenerbahçe y Barcelona firman, el Real Madrid sería un peso pesado en tierra de nadie mientras todo se concreta. La joya de la corona, pero una que tal vez tuviera que pasar por la Basketball Champions League mientras se monta definitivamente la nueva competición.

La Euroliga no quiere perder, evidentemente, a un equipo de semejante dimensión, pero si no hay firma antes del 15 de diciembre, el resto de miembros del board decidirán porque, técnicamente, el Real Madrid dejaría de formar parte de la competición el 30 de junio. De momento, eso sí, no hay nada concretado: tampoco con NBA/FIBA.

¿Existe alguna posibilidad de acuerdo, todavía, entre Euroliga y el bando que forman NBA (obviamente al timón) y FIBA? Sí, alguna. Pero cada vez hay menos motivos para el optimismo. Paulius Motiejunas, CEO de la Euroliga, dijo esto en una entrevista para AS, en Dubai: "La mayoría del dinero del deporte está en Estados Unidos, así que viven en un mundo totalmente diferente al de los demás, parten de una base distinta en lo que se refiere al baloncesto. Estamos de acuerdo en que el europeo tiene un enorme potencial de crecimiento. Y en eso estamos trabajando, creo que con mucho éxito en los últimos años. El reparto de beneficios entre los clubes ha crecido mucho y hay margen para crecer más. Así que coincido con el punto de partida de ese mensaje, que se puede se sacar más beneficio. A partir de ahí, la mentalidad es distinta. No creemos en esas teorías de que la NBA va a venir a enseñarnos una fórmula mágica y todos vamos a reaccionar diciendo 'madre mía, no sabíamos esto'. No es así. Conocemos nuestro mercado, a nuestros operadores, la competencia que hay en otros deportes... Europa y Estados Unidos son totalmente diferentes".

También en AS aportó su punto de vista George Aivazoglou, director general de la NBA para Europa y Oriente Próximo, sobre cómo se tendría que plantear ese acuerdo que ahora parece lejano: "Tendría que haber una creencia compartida en que el concepto que manejamos es el mejor para el desarrollo del baloncesto en Europa, porque además está hecho de la mano de las federaciones y las Ligas nacionales. Eso hace que sea mucho más valioso para la base de la pirámide, que son esas Ligas en las que se está desarrollando el talento joven y se cultiva el interés de las aficiones. Así se puede elevar todo el ecosistema, con eso y con la entrada de algunas ciudades estratégicas a las que ahora no se está incluyendo en el mapa".

Hace unos días, en la Cadena Ser de Málaga, aportó su visión Antonio Jesús López Nieto, presidente de un Unicaja que en 2021 abandonó el entorno de la Euroliga, cansado de jugar en la Eurocup, y dio el salto a una Basketball Champions League que ha ganado dos veces desde entonces. Sus palabras explican ideas que se han ido formulando pero que todavía no se han concretado con certeza ni oficialidad: "El Unicaja nunca va a ser una franquicia de la NBA. Lo serán ciudades muy grandes, con un modelo de negocio en sitios como Madrid, Barcelona, Estambul, París... Esas franquicias fijas, para entrar, van a tener que pagar, según dicen, 500 millones de euros en diez años, con un contrato de televisión. Y luego habrá cuatro plazas a través de las cuales el

resto de equipos que compitamos en la Basketball Champions League, o por las Ligas nacionales, podremos acceder cada temporada. No conozco el entramado de reglas, pero lo que ellos han defendido en todo momento es que, si jugamos la competición de la NBA un año, el ingreso económico será similar o por lo menos parecido al de las franquicias fijas. Eso no ocurre en la Euroliga". En su mensaje también va el recado para los que deberían ponerse de acuerdo pero no lo hacen: "Sería un error que se sobrepusieran las dos competiciones, tendrían que llegar a un acuerdo sólido para que el baloncesto ordene su mapa, el más desordenado de todos los deportes. No puede haber cuatro o cinco competiciones europeas. Dividimos los intereses, con los jugadores cargados de partidos; las lesiones se producen con mucha frecuencia; es difícil que se llenen los pabellones con partidos cada dos días. Es un problema de egos, hay que ponerle sentido común".



El Unicaja de Málaga, campeón de la Champions por segundo año consecutivo. FIBA

Así que en enero el proyecto de la NBA en Europa debería concretar ideas, dar zancadas y hacer anuncios. Todo lo que no sea eso podría hacer pensar en, como mínimo, un retraso en el aterrizaje de este nuevo concepto. El 15 de enero, para saber qué hacen definitivamente los dudosos, sobre todo el estratégico Real Madrid, también es una fecha clave para intuir qué está por venir y, sobre todo, en qué plazos. La Euroliga ha crecido esta temporada hasta los veinte equipos, lo que ha provocado unos excesos en el calendario de los que se quejan -constante y amargamente- entrenadores y jugadores. Sergio Scariolo dijo esto:

"Entiendo que a partir de la próxima temporada eso de jugar cada 36 horas cambiará. Las autoridades ya se han dado cuenta. Han subido el número de partidos en un tiempo muy reducido y creo que ha sido un error. De hecho, todo el mundo se está replanteando el formato porque el actual no permite desarrollar el trabajo normal del día a día con los equipos. Aquí no tenemos esa cultura deportiva (de la NBA) para entender que en este nuevo escenario hay que valorar las victorias y derrotas de una manera diferente. Eso genera crispación e inestabilidad, una necesidad de los clubes de responder demagógicamente".

Geopolítica en París y Dubai

De hecho, lo normal es que la Euroliga vuelva a a cambiar la próxima temporada, otra vez en expansión: la idea es llegar a 24 equipos tal vez con escala en 22 porque todavía no regresarán, salvo sorpresa, los equipos de Rusia. En cualquiera de los dos casos, se jugaría con dos Conferencias que reducirían el número de partidos aunque todos jugarían al menos una vez contra todos los demás. Además, de las plazas fijas, ahora tienen wildcard de tres años, para reforzar una planificación sostenida y estable, Partizán, Estrella Roja, Virtus Bolonia y Valencia Basket, y de cinco el recién llegado Dubai Basketball, cuya entrada en la competición generó un obvio debate porque se trata de un equipo de Oriente Medio, una parte muy caliente del tablero en el que se mueven, como en todo el deporte mundial, buena parte de los intereses económicos del baloncesto actual.

La Euroliga la completan, ahora, los equipos que tienen plaza por haber ganado la Eurocup o por haberlo hecho y haber mantenido, desde el ascenso, condición de equipo de playoff. Como mínimo cuartofinalista: el ultra ambicioso Hapoel Tel Aviv (campeón de la segunda competición la temporada pasada) y el Mónaco a costa del Paris Basketball, que la ganó en 2024. La plaza fue para los monegascos porque llegaron más lejos en los cruces, de hecho alcanzaron la final que perdieron en Abu Dabi contra el Fenerbahçe. Después de su ascenso en 2021, esta es la última temporada en la que puede jugar la Euroliga con condición de exequipo de Eurocup, por eso estudia vías como la compra de la plaza del ASVEL. El Paris Basketball, que cayó en cuartos y quedó pendiente de un hilo, está jugando esta temporada con una wildcard por una sola temporada.

París es, ahora mismo, uno de los principales campos de la batalla estratégica que se el libra entre bastidores (o no tanto) en el baloncesto europeo. No solo porque es una de la ciudades más importantes del mundo y, obviamente, un mercado monumental. También porque el Paris Basketball se ha colado en la elite sin relación con el PSG, el gigante del fútbol con conexiones (vía Catar) con ese dinero de Oriente Medio que interesa a la NBA en la búsqueda de inversores que está poniendo oficialmente en marcha. Un nuevo equipo vinculado el

transatlántico del fútbol es una posibilidad, pero es el Paris Basketball el que tiene contrato en vigor para usar el Accor Arena y el Adidas Arena, los dos pabellones más grandes de la ciudad. El PSG reconoce que ha habido conversaciones pero que no ha recibido todavía una propuesta seria, con todos los puntos sobre las íes. Ni por parte de la NBA ni, cuando pidió unas cuantas aclaraciones, de la FIBA. Hay que tener en cuenta que, en este punto, pueden colisionar los intereses de los mastodontes del fútbol y aquella lucha de la Superliga que enfrentó a Real Madrid, su gran promotor, y un PSG que se posicionó con el statu quo. El Paris Basketball, mientras, se inclina por un futuro consolidado y a largo plazo en la Euroliga a pesar de que al frente del proyecto está el estadounidense David Khan, que trabajó en el pasado durante casi dos décadas en oficinas de franquicias NBA. De hecho, era presidente de operaciones de Minnesota Timberwolves cuando estos draftearon a Ricky Rubio.

Al equipo de Dubai, que está cumpliendo con muy buena nota en su estreno en el máximo nivel europeo en la que es tan sólo su segunda temporada en competición, le precedió la pasada Final Four en Abu Dabi y le acompaña un acuerdo que convierte en socio prioritario de la Euroliga, con Turkish Airlines fuera de la ecuación después de quince años, al Departamento de Cultura y Turismo de Abu Dabi y Etihad Airways. La Final Four, por cierto, volverá en 2027 y 2029 a ese Etihad Arena en el que sacó buena nota (organización, producto, envoltorio...). El acuerdo, una pata de esos lazos que ya se han demostrado más profundos, se cerró por 25 millones de euros al año. Cinco veces más de lo que desembolsaron antes otras ciudades organizadoras. En el lado de la NBA, se asegura que no habrá equipos de fuera de Europa pero sí se quiere el dinero de esos fondos soberanos de inversión que mueven ya tantas piezas en el deporte. Si hay contactos con Manchester City o Paris Saint Germain, los hay por extensión con quienes controlan esos equipos, Abu Dabi (donde se juegan amistosos de la pretemporada NBA) y Catar.

Para entender hasta dónde llega, como se gestó y por qué no se ha arreglado el conflicto entre Euroliga y FIBA que está haciendo definitivamente imposible cualquier opción de acuerdo en este nuevo escenario en el que ha irrumpido la NBA, hay que tener claro el marco que, con momentos de mayor y menor tensión pero siempre con distancia, ha regido el baloncesto europeo en la era moderna. La Euroliga está controlada por la ECA con la Eurocup como segunda pata de todo el entramado Euroleague Basketball. Casi en paralelo a esta, la Basketball Champions League disputa su décima temporada como alternativa de FIBA con, también, un segundo torneo, en este caso el que se puede considerar claramente el cuarto, por nivel deportivo y relevancia: la FIBA Europe Cup. El resultado es un mosaico muchas veces difícil de seguir para el aficionado menos pegado a la actualidad del baloncesto: la Liga ACB, en las últimas temporadas y según los resultados de las fases previas, ha aspirado a tener en Europa hasta

doce de los sus equipos. Eso, claro, ha creado unas congestiones de calendario sobre las que se han quejado, en algún momento y desde su punto de vista, básicamente todas las partes.

Ese conflicto derivado de los modelos y formatos y, sobre todo, de quién controla las competiciones y cómo, ha superado ya por el cuarto de siglo. Una situación incómoda heredada de la quiebra que se produjo en 2000 con la vieja Copa de Europa: la FIBA convirtió la competición en la Suproliga para firmar un contrato televisivo con la empresa suiza ISL (en su momento muy vinculada a la Federación Internacional). Y los grandes clubes del continente, que sintieron que no se había contado con su opinión, decidieron crear su competición al margen de la FIBA. Entonces, todavía bajo el paraguas de la ULEB (Unión de Ligas Europeas), nació la Euroliga.

Se abrió un periodo de negociaciones que, la constante a partir de ahí, no fructificaron y durante un año se jugaron ambas competiciones en paralelo: Suproliga y Euroliga, que ya quedó sola a partir de 2001 como torneo de los principales clubes del continente. Desde entonces, FIBA y ECA han sido incapaces de ponerse de acuerdo para compartir y facilitar un marco mejor estructurado. Durante años, la concordia no parecía ni una opción remota. Con Jordi Bertomeu como director ejecutivo de la Euroliga (2000-2022) y el fallecido Patrick Baumann en el puesto de Secretario General de la FIBA, la tensión llegó a sus máximos y terminó adquiriendo una profundidad que llegaba a lo personal. El pasado abril, Bertomeu expuso en AS su opinión sobre la situación actual de este inacabable proceso: "La realidad es que el tiempo de transición hasta que se implemente este proyecto deja al baloncesto europeo en una encrucijada y, sobre todo, en una parálisis. Proyectos, inversiones, nuevos contratos, renovaciones... todo condicionado a lo que no se conoce. FIBA no se inmuta, porque tras esperar 25 años el momento de hacer -desaparecer a la Euroliga no importa el daño que el baloncesto europeo pudiera sufrir. Tiene razón la Euroliga cuando afirma que una nueva liga supone más división. Momentos como este exigen a sus clubes una mirada a medio y largo plazo, volver a construir sobre un proyecto común y tomar decisiones acordes con las circunstancias, es decir, difíciles. Para ello, mirar atrás no servirá. Porque no se trata de defender lo que hay sino de mejorarlo".

Tras la fractura, ambas partes empezaron a moverse por su cuenta: la Euroliga creció, fue evolucionando en su formato y ampliando su calendario y radio de acción. La FIBA introdujo la Champions, un órdago que no acabó siendo a grande (aunque tanteó a clubes socios de la Euroliga) pero que sí ha generado una competición ya consolidada, y transformó también el calendario de los partidos de selecciones con la creación de las Ventanas de citas internacionales durante las temporadas, un agrio punto de conflicto que acabó en una situación

nada deseable para selecciones, equipos y aficionados: partidos solapados (el Real Madrid llegó a jugar en Euroliga mientras lo hacía en paralelo España en partidos oficiales de clasificación) y convocatorias internacionales sin (tampoco acudían los NBA) los jugadores de los equipos de Euroliga, generalmente los principales de cada país.

En los últimos años se fue planteando un lento, progresivo y finalmente inútil deshielo. En el entorno Euroliga las cabezas visibles son Dejan Bodiroga como presidente y Paulius Motiejunas como CEO. En la FIBA; el secretario general es Andreas Zagklis con el español Jorge Garbajosa como presidente de la rama continental, FIBA Europa. Regresó el diálogo y comenzó lo que parecían pasos hacia una dirección consensuada. El calendario, muy sobrecargado, se adaptó hace dos temporadas para evitar la colisión entre Euroliga y Selecciones. Así, en una de las Ventanas no se solaparon partidos y los jugadores de la principal competición pudieron volver a jugar duelos de clasificación con sus selecciones. Los contactos continuaron con ese punto de apoyo, pero no hubo más avances en temas que se pusieron públicamente sobre la mesa como la unificación de Eurocup y Champions en una gran segunda competición continental que aunara a Euroliga y FIBA y creara así nuevas sinergias entre los dos modelos y la forma de acceder a ellos. Las conversaciones volvieron a encallar y la aparición de la NBA acabó siendo más problema que solución.

Un baloncesto partido en dos

Así que lo más probable, ahora mismo, es un escenario de dos competiciones europeas de voluntad predominante. Tal vez ya en el inicio de la temporada 2027-28. Recuerda, aunque no es el momento más feliz ni brillante del baloncesto continental, al año 2000, cuando se separaron Suproliga y una Euroliga creada a partir de un grupo de catorce equipos poderosos englobados en el llamado G14. Borislav Stankovic, secretario general de la FIBA, no aceptó ni sentarse a discutir las propuestas de estos con Eduardo Portela, presidente de la ULEB. Y así se llegó a lo impensable...

Entre amenazas de la FIBA, que asustó a los jugadores con un posible veto en sus competiciones internacionales, la Euroliga nació bajo el abrigo de Telefónica y con un contrato televisivo de 35 millones de dólares por cinco temporadas. Cantidades a las que ni se acercaban la FIBA e ISL, y que convencieron a clubes como Real Madrid, Barcelona, Baskonia, Olympiacos, Kinder Bolonia, Zalgiris, Cibona, Benetton de Treviso... mientras, en la Suproliga se quedaron Maccabi, Efes, Partizán, CSKA, Panathinaikos, ASVEL, Alba Berlín, Ulker...

La fractura se cerró después de esa temporada por la quiebra de ISL. La Euroliga asumió una situación de fuerza en las negociaciones, ya inevitables, con FIBA, y se convirtió en la organizadora de la gran competición del baloncesto europeo

después de negociar también la fusión con Panathinaikos, CSKA, Maccabi y compañía. Aquella única Suproliga la ganó el Maccabi, que se impuso al Panathinaikos en una Final Four de París en la que también estuvieron Efes y CSKA. La competición se estructuró con veinte equipos en dos grupos de diez y, después de la correspondiente liguilla, unos cruces de octavos (con dieciséis equipos, por lo tanto) y cuartos (las dos rondas al mejor de tres partidos) para decidir las plazas de Final Four.

La Euroliga, por su parte, se jugó con 24 equipos de catorce países. Con una primera fase de liguilla estructurada en cuatro grupos de seis equipos y dieciséis, cuatro por grupo, en octavos de final. Esa ronda y la de cuartos se jugaron al mejor de tres. Y, la gran diferencia, se mantuvo ese formato para las semifinales con la final también en playoff, pero al mejor de cinco. Una Kinder Bolonia histórica, liderada por Manu Ginóbili (MVP de la final) ganó en el quinto partido al Baskonia (entonces Tau). El primer partido de la nueva competición, el primero en realidad de la Euroliga moderna, lo jugaron en el Raimundo Saporta de Madrid, el 16 de octubre de 2000, Real Madrid y Olympiacos. La representación española fue de cuatro equipos: Madrid (no pasó de cuartos, frenado por el Paf Bolonia), Barcelona (derrotado en octavos por la Benetton), Tau (finalista) y Estudiantes (cayó en octavos contra la Kinder).

La política se hace preguntas

El cambio de paradigma podría ser (será, si nada cambia) tan grande que incluso desde el ámbito político se han planteado dudas sobre el fondo y la forma de una competición que se jugará en Europa pero que estará muy vinculada, desde luego en términos de explotación, a Estados Unidos. El Instituto de Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada, por ejemplo, publicó un estudio en el que mostró su preocupación por los posibles efectos negativos de esta nueva idea. "Desde una perspectiva económica, el modelo plantea riesgos sustanciales", señaba en el informe titulado Riesgos económicos del modelo NBA Europa: una amenaza a la soberanía fiscal y deportiva europea. El acento se pone en tres puntos: la concentración de beneficios fuera del continente, la merma de soberanía fiscal y el debilitamiento del tejido deportivo local. "Hay un riesgo evidente de extraterritorialización de los beneficios: gran parte del valor añadido generado por el baloncesto europeo se canalizaría hacia estructuras corporativas domiciliadas fuera de la Unión Europea. Es decir, Europa asumiría los costes (infraestructura, cantera, afición, base tributaria), pero una porción sustancial de los retornos abandonaría su circuito económico. Desde la perspectiva de la política pública, constituiría un retroceso estratégico para países como España, cuyo modelo deportivo ha buscado equilibrar rentabilidad económica y valor social", continúa el estudio, que teme que, si la NBA se centra exclusivamente en los dos gigantes españoles, Madrid y Barcelona, se marginaría

"décadas de construcción de comunidades baloncestísticas en otros territorios": "Este fenómeno acentuaría las asimetrías entre clubes, erosionando tanto la competitividad nacional como la legitimidad social del deporte".

Ese trabajo expresa más inquietudes: "La posible desvinculación de clubes elite del calendario doméstico, o su participación testimonial priorizando la nueva competición, disminuiría el valor de los derechos televisivos nacionales, reduciría la asistencia a estadios y restaría visibilidad a los patrocinadores locales. En suma, comprometería la viabilidad económica del resto del ecosistema deportivo". Y aunque también es crítico con la limitada participación democrática de la Euroliga, entiende que esta "permite retener valor dentro del continente y distribuirlo entre múltiples agentes. A diferencia de una NBA Europa, que concentraría beneficios en estructuras corporativas extranjeras, el modelo actual fomenta la reinversión local y la consolidación de activos intangibles: base social, fidelización y valores formativos. Defender el deporte europeo no equivale a rechazar la innovación o la inversión, sino a establecer un marco de desarrollo sostenible, justo y culturalmente alineado con los valores europeos".

También en España, Comunes e IU, formaciones integrantes del grupo Sumar en el Congreso, alertaron del impacto negativo que podría tener la NBA Europa y pidieron una actuación del gobierno. Sus quejas partían de que solo Real Madrid y Barcelona tendrían plaza como franquicias fijas, en lo que se refiere a equipos de la Liga Endesa, y que eso dejará fuera de ese plano a otros histórico con "un profundo arraigo territorial y proyectos consolidados de cantera para formar nuevos jugadores". Y definieron la nueva competición como "un modelo empresarial cerrado, exclusivo y orientado a la maximización de beneficios privados, profundamente alejado de los principios que definen el modelo deportivo europeo". Tras alertar del riesgo que podría suponer para el baloncesto español, plantearon que se analizara a través de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia si esta competición podría generar "situaciones de abuso de posición dominante, restricciones en la competencia efectiva o distorsiones graves en el mercado de competiciones deportivas profesionales en España".

Fuera de España, la italiana Carolina Morace, del Grupo de la Izquierda, planteó en el Parlamento Europeo unas dudas en dirección similar: "El nuevo proyecto propone una estructura cerrada con franquicias fijas y un control empresarial externo. Esto minaría el modelo del deporte europeo, que se basa en la solidaridad, la participación de las comunidades, el desarrollo de los jóvenes y la igualdad, tal y como quedó estipulado en los artículos 6 y 165 del Tratado de la Unión Europea. Se podría dar una extracción de activos económicos y fiscales

fuera del entorno de la UE, una amenaza para la sostenibilidad de los sistemas de cantera y una marginación del deporte femenino por la priorización de la rentabilidad económica. Además, los órganos de gobiernos del deporte europeo se debilitarían ante estructuras empresariales extranjeras. Hay que analizar si la NBA Europa incurriría en estructuras de monopolio incompatibles con las formas de competición en Europa, si la Comisión Europea va a plantearse la posibilidad de que esta Liga choque con los valores del deporte en nuestro continente y qué habría que hacer para evitar esa extracción de valores fiscales generadores en el deporte europeo a estructuras externas".

El presidente de la República de Lituania, Gitanas Nausèda, fue el primer político jefe de estado de un país de la Unión Europea que se pronunció oficialmente sobre la llegada de la NBA con una nueva competición bajo el brazo que, además, en principio no contará con ningún equipo con plaza fija, ni siquiera el histórico Zalgiris, de un país en el que el baloncesto es más que un deporte: "Lo peor que podría ocurrirle al baloncesto sería la fragmentación del mercado, cuando los intereses comerciales se imponen sobre los valores. Al fin y al cabo, el baloncesto forma parte de la identidad de Lituania, una tradición transmitida de generación en generación, un pilar de nuestra diplomacia deportiva. La Euroliga encarna una dimensión social: une a clubes de países grandes y pequeños, pero con una enorme identidad baloncestística, como Lituania. No podemos permitir que el baloncesto en Europa se convierta en fuente de división. Insto a todas las organizaciones a ambos lados del Atlántico a cooperar en lugar de competir, a reconocer y valorar las profundas tradiciones del baloncesto europeo y a recordar que los valores deben primar sobre los intereses comerciales. Hago un llamamiento a la NBA para que invierta en la Euroliga. Una cooperación productiva —no una competencia— entre la Euroliga, la FIBA y la NBA conduciría al progreso y la unidad".

La FIBA responde y reclama su lugar

Desde el lado de FIBA y como parte implicada, Andreas Zagklis replicó, hace unas semanas, en su comparecencia anual ante los medios de comunicación: "Hay que mirar los datos y ver que lo que se ha diseñado es más compatible con el modelo europeo del deporte que lo que hemos vivido en los últimos años. La FIBA no ha cambiado una coma de sus peticiones: defensa de las ligas nacionales, de los jugadores, un modelo que garantice acceso abierto... Los políticos pueden decir lo que quieran y demonizar las franquicias y a quien viene de fuera, pero ahora mismo no se respeta a las selecciones nacionales y vivimos una competición cerrada de facto".

El secretario general reclama el rol de su organismo en una idea que se considera, de forma mayoritaria, cosa de la NBA: "Como guardianes del ecosistema hemos de garantizar el acceso a través del las ligas. Si ganas el

puesto en tu competición doméstica, tendrás oportunidad de jugar y esto garantiza que sea una competición de acceso abierto cumpliendo con el modelo del deporte europeo. Creemos que el rol de FIBA ofrece esperanza a más de 200 clubes a través de las competiciones doméstica. Y la Basketall Champions League es importante porque garantiza que los aficionados puedan ver a sus equipos en el máximo nivel. Nuestro rol no será el de designar los participantes de la nueva competición, sino el de velar por el interés de los equipos. Nuestro trabajo es intentar hacer una estructura de baloncesto no solamente para la élite, también en los siguientes niveles".

Además, fue realista y reconoció que es complicado hablar de una división futura que pueda ser mayor de la que existe ahora: "Creo que ya estamos fragmentados, así que no veo un riesgo mayor en eso. El hecho de que no lográramos encontrar un acuerdo hace aproximadamente diez años, cuando se creó la Champions League, lo demuestra. Queremos todo bajo el mismo techo con la claridad de un primer nivel, al cual te clasificas desde el segundo nivel y desde las ligas domésticas, y un tercer nivel. Somos coherentes en eso y no hemos cambiado. Dicho esto, es nuestro trabajo reunir a todos y seguiré intentando hacerlo". Porque también dejó, no va mal terminar con un brochazo de esperanza, una puerta abierta al acuerdo de última hora con la Euroliga:"Nuestro trabajo es encontrar un sitio adecuado para todos en el ecosistema de baloncesto. Sabemos que es complicado, pero queremos unir a todos. Aún tengo esperanza. Prefiero parecer naive y buscar una solución hasta el final. Nuestro trabajo es seguir intentándolo y unir a todos porque esto no es algo contra ECA. Seré el último en rendirme".

Fútbol

DAZN apuesta por el fútbol del futuro y se hace con la Kings League a partir de 2026

Marta Marañón 29 DICIEMBRE 2025



DAZN ampliará su oferta deportiva en 2026 con la incorporación de las competiciones de la Kings League, tras cerrar un acuerdo para emitir este universo futbolístico que ha transformado la manera de vivir el deporte. La plataforma refuerza así su catálogo con formatos innovadores que conectan fútbol, entretenimiento digital y nuevas audiencias.

Creada por Gerard Piqué y impulsada por grandes creadores de contenido, la Kings League se ha consolidado como un fenómeno global al unir competición deportiva y cultura streamer.

Desde 2026, DAZN llevará estas competiciones a seguidores de todo el mundo mediante una distribución internacional sin precedentes.

DAZN apuesta por el fútbol del futuro y se hace con la Kings League a partir de 2026



Entre los eventos destacados se encuentra la Kings World Cup Nations 2026, que tendrá lugar en Brasil del 3 al 17 de enero y podrá verse de forma gratuita en la mayoría de territorios internacionales*, salvo en Francia, donde formará parte del paquete de suscripción. La cobertura alcanzará gran parte de Europa y Asia, además de Canadá, Oceanía y África subsahariana.

El Mundial de selecciones de la Kings League contará con 20 combinados nacionales y la participación de 250 jugadores procedentes de la competición, bajo la dirección de streamers, creadores y figuras históricas del fútbol.

El torneo estará presidido por Ronaldo Nazário y tendrá como capitanes a referentes internacionales como Robert Lewandowski (Polonia), Wesley Sneijder (Países Bajos), Arturo Vidal (Chile), Kun Agüero (Argentina), James Rodríguez (Colombia), Miguel Layún (México) y Weston McKennie (Estados Unidos). Brasil, campeón vigente, ejercerá además como país anfitrión.

La competición se estructurará en una primera fase con cinco grupos de cuatro selecciones. Los líderes de cada grupo accederán directamente a cuartos de final, mientras que los segundos y el mejor tercer clasificado disputarán la ronda 'Last Chance', una eliminatoria decisiva para completar el cuadro final.

El campeón se decidirá el 17 de enero en el Allianz Parque de São Paulo, uno de los estadios más emblemáticos del fútbol brasileño.

Los encuentros que se emitan a través de DAZN contarán con comentarios en seis idiomas —español, inglés, italiano, francés, portugués y alemán— para facilitar el seguimiento del torneo a una audiencia internacional.

**La Kings World Cup Nations Brasil 2026 se emitirá a nivel global en DAZN, excluyendo la región de América Latina, Brasil, la región de MENA, Israel y Estados Unidos. El torneo se podrá disfrutar gratis en todos los mercados con derechos de emisión, excepto en Francia, donde formará parte de la oferta de pago de DAZN.*

DAZN será el operador principal de las ligas nacionales de la Kings League



Además del Mundial, DAZN será el operador principal de las ligas nacionales de la Kings League en España, Italia y Alemania, que se celebrarán entre marzo y mayo y dispondrán de retransmisiones en el idioma local de cada mercado.

Shay Segev, CEO de DAZN Group, ha comentado: "La ambición de DAZN es convertirse en el hogar global del fútbol, y la Kings League representa el tipo de innovación que los aficionados demandan del deporte".

"DAZN es el socio ideal para hacer crecer la audiencia de la Kings League a nivel mundial, gracias a nuestro alcance global, nuestra tecnología pionera y nuestras herramientas de marketing. Este acuerdo refuerza la posición de DAZN como el destino perfecto para los formatos de fútbol más emocionantes y complementa nuestro portafolio global de derechos de fútbol, que incluye las ligas y competiciones más seguidas del mundo", agregó.

Por su parte, Djamel Agaoua, CEO de Kings League, ha señalado: "La Kings League ha revolucionado el entretenimiento deportivo, consolidándose en solo tres años como la principal marca deportiva liderada por creadores, con competiciones en siete grandes mercados y dos Mundiales".

"DAZN llevará nuestra marca revolucionaria de fútbol a audiencias de todo el planeta, a través de su plataforma digital de primer nivel, asegurando que millones de hogares tengan la oportunidad de ver la Kings World Cup Nations y el resto de las competiciones en 2026", concluyó.

DAZN amplía su oferta de contenidos en abierto y emitirá las competiciones de la Kings League

La plataforma de `streaming' retransmitirá la Kings World Cup Nations de forma gratuita en la mayoría de mercados y emitirá las ligas locales de la Kings League en España, Italia y Alemania, que se disputarán entre marzo y mayo.



2Playbook 29 de diciembre de 2025

DAZN se convierte en el socio de retransmisión global de la Kings Legue. La plataforma audiovisual ha alcanzado un acuerdo con la competición creada por Gerard Piqué por la que ofrecerá los principales torneos y campeonatos en abierto en la mayoría de mercados. DAZN retransmitirá la Kings World Cup Nations, que se disputará entre el 3 de enero y 17 de enero de 2026, en abierto en la gran mayoría de mercados, a excepción de Francia, donde estará incluida dentro de la oferta de pago.

De este modo, DAZN emitirá el torneo en la mayor parte de Europa y Asia, así como en Canadá, Oceanía y África subsahariana. Tan solo se excluyen la región de América Latina, Brasil, la región MENA, Israel y Estados Unidos. Los partidos tendrán comentarios en español, inglés, italiano, francés, portugués y alemán.

Asimismo, DAZN también emitirá las ligas locales de la Kings League en España, Italia y Alemania, que se disputarán entre marzo y mayo. También contarán con narraciones en los idiomas locales. DAZN ya emite desde octubre la Kings Cup Lottomatica.sport Italy en Italia.

LaLiga pone a prueba la realidad inmersiva con cámaras de Blackmagic Design durante El Clásico

Por **REDACCION**, 29 Dic, 2025



Más de mil aficionados tuvieron acceso a una experiencia de visualización del encuentro entre Real Madrid y Barcelona (El Clásico) en formato de realidad inmersiva, una iniciativa de LaLiga ejecutada con cámaras de Blackmagic Design que tendrá continuidad en el futuro.

La iniciativa se enmarca dentro de la línea estratégica de LaLiga, que tiene por objetivo evolucionar el consumo deportivo hacia nuevos formatos más inmersivos y emocionales. Esta visión, alineada con las grandes tendencias globales en innovación audiovisual y experiencias de realidad virtual, busca a su vez explorar nuevas formas de sentir el partido, con perspectivas inéditas y una inmersión "nunca antes vista en el fútbol".

El desarrollo del proyecto se apoya en recursos técnicos de "primer nivel mundial", incorporando sistemas de captura y cámaras premium de marcas como Blackmagic, específicamente adaptados a entornos de realidad virtual. Como primer hito, durante el último partido que enfrentó al Real Madrid y al Barcelona se llevó a cabo un visionado experimental de contenido en realidad virtual con más de 1.000 aficionados, cuya respuesta fue "abrumadoramente positiva".

LaLiga anunciará próximamente el lanzamiento de la aplicación para dispositivos de realidad extendida (XR), con contenidos inéditos específicamente diseñados para experiencias inmersivas.

2Playbook

Relevent Sports promociona a Boris Gartner como CEO tras liderar la alianza con LaLiga

El hasta ahora presidente y socio de la agencia asume el cargo en sustitución del cofundador Danny Sillman, que pasa a ser presidente ejecutivo del grupo.



Boris Gartner Relevent

2Playbook 26 DICIEMBRE 2025

Cambios en la primera línea ejecutiva de Relevent Sports. La agencia y socio de LaLiga en Norteamérica ha anunciado el nombramiento de Boris Gartner como consejero delegado. Toma el relevo de Danny Sillman, cofundador de la compañía, que asumirá el rol de presidente ejecutivo. Gartner compaginará el cargo con la dirección de Relevent Football Partners, filial cuya creación ha liderado y dio lugar a la alianza con LaLiga en Norteamérica.

La compañía atribuye la promoción al papel de Gartner en el desarrollo de esa unidad de negocio y en la definición de su estrategia comercial, así como en la gestión de ciclos de derechos audiovisuales y patrocinio para el fútbol europeo. Relevent señala que estas operaciones generaron un incremento récord de ingresos respecto al ciclo anterior.

Gartner se incorporó a Relevent en agosto de 2018 procedente de Televisa, para dirigir LaLiga North America, la joint venture con la competición española. Relevent tiene sede en Estados Unidos y cuenta con el respaldo de Stephen Ross, propietario de los Miami Dolphins de la NFL.

Sillman ha destacado la trayectoria del nuevo primer ejecutivo: "Boris ha sido un socio único en la transformación de Relevent en un socio comercial líder y de confianza para las ligas y competiciones más influyentes del deporte global", ha explicado el cofundador.

El directivo también ha subrayado su gestión al frente del grupo y de la filial futbolística: "Su trabajo como presidente de Relevent y CEO de Relevent Football Partners, incluyendo la apertura de oficinas internacionales, la contratación de un equipo ejecutivo de primer nivel y la negociación de acuerdos comerciales globales récord, demuestra que es la persona adecuada para liderar esta nueva etapa", ha añadido.

2Playbook

Sky renueva los derechos audiovisuales de MotoGP en Italia hasta 2027

El acuerdo multianual consolida a Sky Sport como operador de referencia del Mundial en Italia, con todas las carreras de MotoGP, Moto2 y Moto3 en directo y parte de la oferta en abierto a través de TV8.



2Playbook 24 de diciembre de 2025

Sky amplía su acuerdo con MotoGP en Italia. La plataforma audiovisual y MotoGP han firmado un nuevo acuerdo multianual por el que Sky Sport seguirá emitiendo el Mundial de automovilismo en Italia hasta 2027, según han anunciado ambas partes. No se han desvelado los detalles económicos del acuerdo.

El pacto garantiza la emisión en directo de todos los grandes premios de MotoGP™, Moto2™ y Moto3™ a través de Sky y NOW, con una selección de carreras de las tres categorías que también se ofrecerán en abierto en TV8.

El canal Sky Sport MotoGP continuará siendo el eje de la cobertura, con alrededor de 30 horas de directo cada fin de semana, incluyendo acción en pista, análisis y contenidos originales producidos por el equipo editorial de Sky.

La nueva etapa comenzará con los primeros test oficiales del año, previstos para finales de enero en Sepang, manteniendo el despliegue técnico y editorial que Sky ha desarrollado durante más de una década en el campeonato.

"Estamos orgullosos de anunciar este nuevo acuerdo con Dorna y de seguir llevando la adrenalina de las dos ruedas a los hogares de los aficionados", ha explicado Andrea Duilio, consejero delegado de Sky Italia, destacando que el Mundial seguirá siendo "un pilar" de la oferta deportiva del grupo hasta 2027.

Por su parte, Carmelo Ezpeleta, consejero delegado de Dorna Sports, ha señalado que "Sky Sport es un socio fantástico para MotoGP" y ha vinculado la continuidad del acuerdo al crecimiento de audiencias y aficionados registrado por el campeonato en 2025.

THE WALL STREET JOURNAL.

BUSINESS | MEDIA | HEARD ON THE STREET

There's No Happy Ending for Movie Theaters, No Matter Who Wins Warner

Netflix, Paramount will both eventually have reasons to scale back theatrical releases

By **Dan Gallagher** Dec. 28, 2025 5:30 am ET

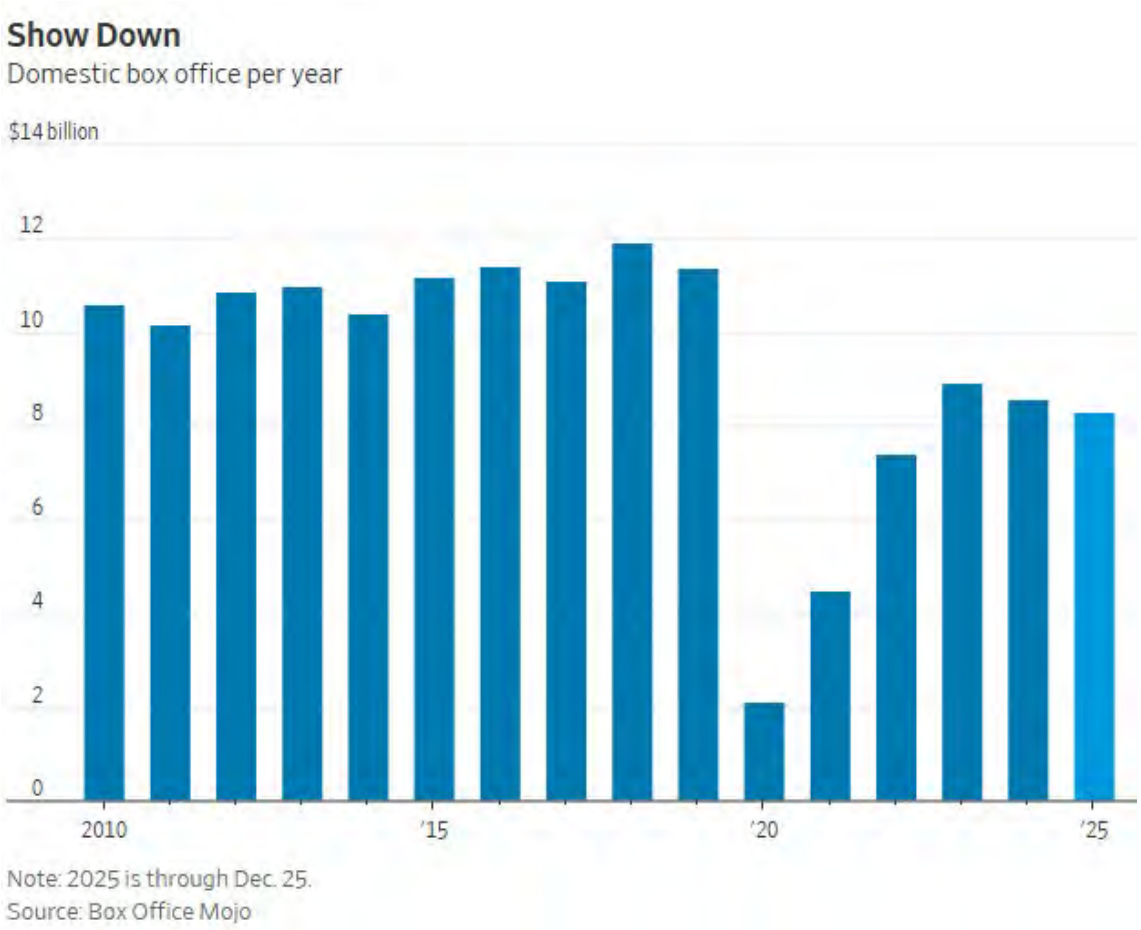


Warner will have a slate of movies deep into its pipeline by the time any deal closes. Lucia Vazquez for WSJ

It's far from certain who will end up owning Warner Bros. It's more certain that, whoever does, the outlook for theatrical movies is dimming.

The battle to acquire the fabled Hollywood studio has cast another cloud over an industry still recovering from the dual shocks of the pandemic and the writers and actors union strikes three years later. This year's domestic box office of $8.3 billion as of Dec. 25 is a bit below last year's and well below prepandemic levels of around $11 billion.

Warner has historically been one of Hollywood's largest producers of theatrical films, averaging about 22 releases annually in the pre-Covid years of 2015 to 2019, according to data from Comscore. Its franchises include "Harry Potter," the DC Comics characters and "Lord of the Rings." But the current bidding war between Netflix NFLX 0.89%increase; green up pointing triangle and Paramount Skydance PSKY -1.09%decrease; red down pointing triangle means Warner's future will ultimately be in the hands of either a streaming giant with a longstanding distaste for movie theaters, or a rival studio that will carry a sky-high debt load and therefore a need to sharply cut costs.



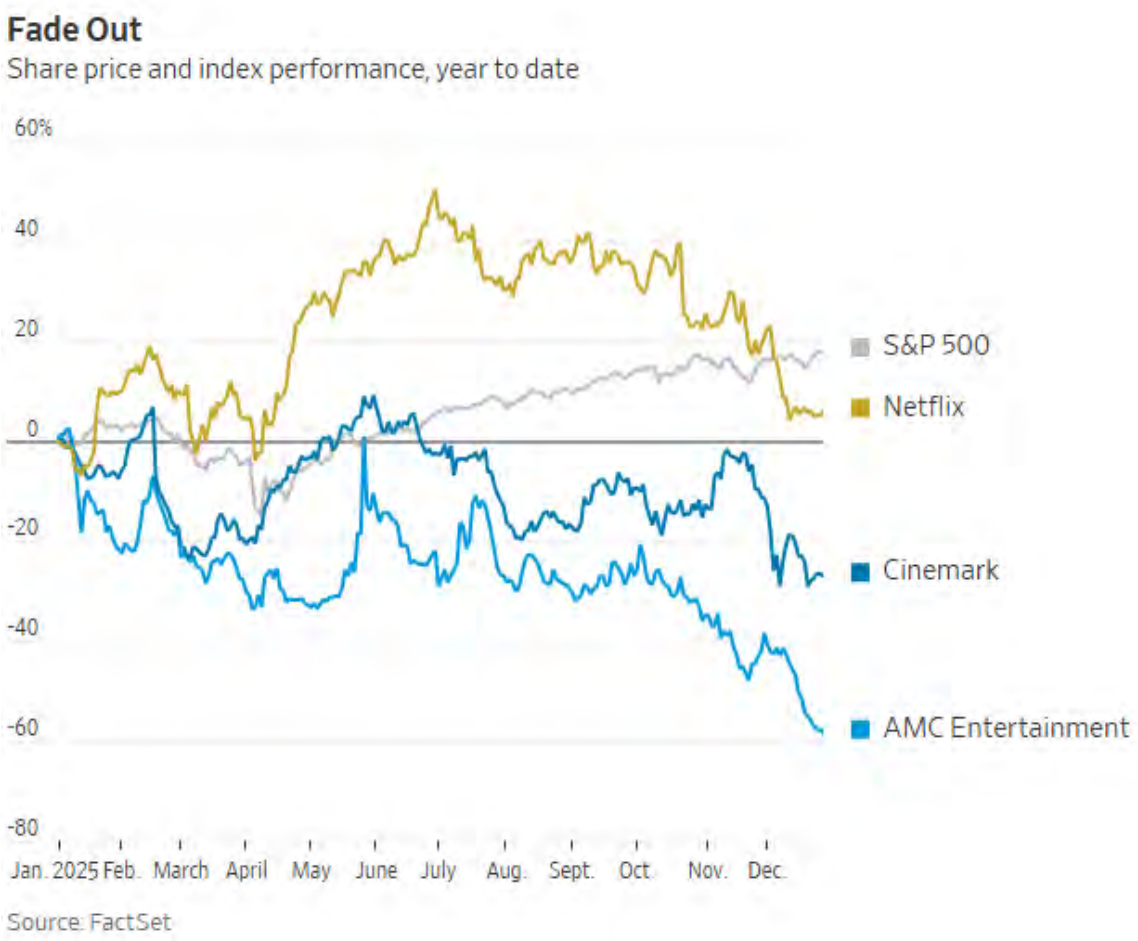
Netflix is still the official buyer since Warner Bros. Discovery designated the company as the winning bidder earlier this month. But Paramount isn't giving up. The company is now offering $30 a share in cash directly to Warner shareholders, compared with the price of $27.75 a share that Netflix is offering for the part of the company that won't include its cable networks.

The latest development has megabillionaire Larry Ellison committing to personally backstopping $40 billion worth of the transaction through a trust made up mostly of his holdings in Oracle.

Warner's board has yet to formally take a position on the latest Paramount bid, but even another "no thanks" is unlikely to deter Paramount from its tender offer, which leaves the ultimate outcome a tossup for a while more. Paramount's tender offer is set to expire on Jan. 21.

Both Netflix and Paramount are using the interim period to campaign hard for their respective bids. And theatrical movies are playing a big role in those campaigns. Paramount has said it is committed to releasing more than 30 theatrical movies a year once combined with Warner, without specifying for how long. That would be close to the number of annual releases from the two studios combined in the pre-Covid years of 2015 to 2019, according to data from Comscore.

Netflix, meanwhile, has seemed to soften its dislike for theatrical distribution. The company now says it is fully committed to releasing Warner Bros. movies in theaters, though it doesn't say how many. It has even started to promise to honor "industry standard" windows that dictate how long a movie should remain in the theatrical circuit before becoming available for streaming. That contrasts with comments even from the deal's original announcement on Dec. 5, in which Netflix co-CEO Ted Sarandos, on a call with investors, predicted that release windows would "evolve to be much more consumer friendly."



“We haven’t prioritized theatrical in the past because that wasn’t our business at Netflix,” Sarandos and co-CEO Greg Peters said in a memo to Netflix employees 10 days later. “When this deal closes, we will be in that business.”

But just how much they will stay in that business remains an open question. It is a question that won’t have a clear answer for a long time, given that Warner will have a slate of movies and signed contracts deep into its pipeline by the time any deal closes. In a report earlier this month, Wedbush analyst Alicia Reese said the current theatrical slate has already been negotiated through 2029, “so any buyer would have to honor those contracts by showing the slated [Warner] films in theaters for at least the next four years.”

Investors seem deeply skeptical. Cinemark shares have shed about 18% of their value over the past month, while rival exhibitor AMC Entertainment is down more than 30%. Morgan Stanley recently downgraded Cinemark to a neutral rating, with analyst Ben Swinburne noting that concern over Netflix’s commitment to theatrical distribution and release windows “is likely to cap the multiple” on Cinemark’s stock.

Paramount might seem a better option for keeping Warner in the theatrical business, if nothing else, given CEO David Ellison’s well-known love of movies. But he won’t have much financial flexibility. Laurent Yoon of Bernstein estimates that a combined Paramount-Warner would be “levered to the hilt” after the deal closes. That would make the studio less likely to take a flier on anything short of a surefire hit from a major film franchise.

Warner at least has plenty of those to work with. And whoever takes over the studio will still need to maintain smooth relationships in Hollywood, where theatrical distribution is still highly prized by top-tier talent. That means any changes to Warner’s movie business will likely be gradual over time. But time hasn’t been on the side of movie theaters for a while now, and a takeover of Warner Bros. won’t turn back that clock.

Write to Dan Gallagher at dan.gallagher@wsj.com

VARIETY

Dec 29, 2025 8:30am PT

The Movie Theater Comeback That Wasn't: Why 2025 Was Such a Dud for Struggling Cinemas

By **Brent Lang, Rebecca Rubin**



MISSION: IMPOSSIBLE – THE FINAL RECKONING, (aka MISSION: IMPOSSIBLE 8), Tom Cruise, 2025. © Paramount Pictures / Courtesy Everett Collection ©Paramount/Courtesy Everett Col

Some comeback!

The past 12 months were supposed to turn things around for struggling cinemas. But instead of heralding a dramatic return to moviegoing, 2025 is running neck-and-neck with the middling 2024 box office, and will fall far short of the $9 billion in domestic ticket sales that most analysts expected the theatrical movie business to easily eclipse. Prior to the pandemic, North American revenues would regularly hit between $10 billion to $11 billion. The 2025 results are a massive disappointment that no amount of spin can change. (Already there's talk of how much better 2026 will be.)

“There’s an unfortunate trend, which that we just can’t get the industry to $9 billion at the domestic box office,” says Mike Sherrill, the chief operating officer of dine-in cinema chain Alamo Drafthouse. “It looks like it’s going to be two years in a row that the industry flatlined.”

More worrisome is the reality that many of the movie business’s biggest franchises are showing signs of oversaturation or fatigue. Marvel continued to struggle with its B Team heroes; February’s “Captain America: Brave New World” and May’s “Thunderbolts” lost tens of millions during their theatrical runs, while July’s “The Fantastic Four: First Steps” will only eke out a modest profit. And even though “Avatar: Fire and Ash” ($760 million and counting), “Wicked: For Good” ($504 million) and “Jurassic World Rebirth” ($869 million) will rank among the year’s top-grossing releases, they will fail to match the revenues of previous films in their respective series. Clearly, the theatrical industry can’t thrive on sequels and spinoffs alone.

It would be easy to declare an end to comic book movies. That said, genres have risen and fallen throughout Hollywood history — just look at musicals or westerns or raunchy comedies, which have faded in popularity after once being surefire draws. What really has theater owners and some studio chiefs concerned as the year closes out is what the future will hold if Netflix is able to secure government approval for its $82.7 billion deal to buy Warner Bros. Already, Netflix co-CEO Ted Sarandos has hinted that he believes that “windows,” industry jargon for the amount of time that movies play exclusively in theaters, are too long. He told Wall Street shortly after the pact was announced that he expects that they will “evolve” in a more “consumer friendly” direction. Everyone knows exactly what he meant by that.

For cinemas, it’s nothing short of an existential threat. During COVID, studios abbreviated the gap between a film’s theatrical release and its home entertainment debut, only to discover that customers got accustomed to waiting to watch movies until they hit streaming or on-demand platforms. If windows keep shrinking, theaters may lose their competitive advantage.

There were also reasons to feel optimistic about the trajectory of an industry that has been knocked down and counted out for half-a-decade. China, which had been hostile to Hollywood fare since the pandemic, embraced a few major studio releases such as “Zootopia 2” and “Avatar: Fire and Ash,” signaling that one of the world’s biggest moviegoing markets is still accessible to certain U.S. productions. Of course, China is doing just fine without Hollywood — thank you, very much. The year’s highest-grossing release isn’t an English-language production but rather the Chinese animated sequel “Ne Zha 2,” which has generated more than $2.1 billion globally, despite the fact that most Americans would draw a blank at the title.

Family films and video game adaptations proved irresistible to audiences, who flocked to theaters to see the likes of “A Minecraft Movie,” “Lilo & Stitch” and “Zootopia 2.” The three films, all of which carry PG ratings, were the three highest-grossing Hollywood productions, with “A Minecraft Movie” tapping out just shy of $1 billion and “Lilo & Stitch” and “Zootopia 2” both crossing that threshold. It’s the second consecutive year that PG films outgrossed their PG-13 counterparts, which is notable because it’s usually the other way around. Meanwhile anime proved to be a massive boon, with “Demon Slayer: Infinity Castle” and “Chainsaw Man” scoring back-to-back wins for Sony-owned Crunchyroll.

“What happened with ‘Demon Slayer’ is great because it opens a new category of film,” says Sherrill of Alamo Drafthouse. “About 49% of the audience was under 24 years old. That’s so important because we need to be thinking about what’s going to be relevant for the next generation of moviegoers.”

Comic book content is no longer king. After being the most popular genre for over a decade, these movies have recently looked a lot less superhuman. The latest “Captain America” suffered from a prolonged post-production and extensive rewrites, with critics piling on when the film debuted in February. Although “Fantastic Four” and “Thunderbolts” movies were much better regarded, they still failed to match the kind of grosses that Marvel movies used to routinely achieve before the pandemic. Marvel Studios will have a chance to recapture its box office prowess with next July’s “Spider-Man: Brand New Day” as well as December’s “Avengers: Doomsday,” which brings back Robert Downey Jr. and Chris Evans.

Marvel’s rival, DC Films, fared better with “Superman,” a generally well-received Man of Steel adventure that grossed $616 million. A lot had been riding on the success of the film, which centers on the most recognizable name in DC Comics. James Gunn, who took over DC with Peter Safran in 2022, directed the film and positioned it as a reset for a company in desperate need of a fresh direction. For years, DC films such as “Justice League” and “The Flash” have been slammed as too dark and dense. Gunn and Safran wanted to recapture the humor and hope that defined Richard Donner’s 1978 classic, “Superman.” DC’s real challenge will come next year when the studio fields films like “Supergirl” and “Clayface,” which are based on far lesser known characters.

“We needed to have the DC logo be synonymous with quality again,” Safran says. “For too long, our movies had suffered from real inconsistency. It takes time to develop a positive reputation, but this put us on the right track.”

It was a disappointing year for many adult-oriented dramas, with the likes of “The Smashing Machine,” “Bugonia” and “Springsteen: Deliver Me From Nowhere” failing to make much of a dent at the box office. However, some studios took artistic gambles that paid off handsomely, none more so than Warner Bros., which bet on idiosyncratic

horror films like Ryan Coogler's "Sinners" and Zach Cregger's "Weapons," both of which attracted huge crowds after they debuted to rave reviews. And awards buzz helped another of the studio's auteur-driven films, Paul Thomas Anderson's "One Battle After Another," gross more than $200 million. The only problem: With a budget of $140 million and tens of millions spent on marketing, the film stands to lose $100 million theatrically since studios and exhibitors essentially split ticket sales.

"The good news is that when a movie catches the eye of a filmgoing audience, they are ready and excited to go. We saw all kinds of movies work this year," says Adam Fogelson, chair of the Lionsgate Motion Picture Group. "The challenge is if you have something that, for whatever reason, doesn't spark people's interest, the floor is non-existent, regardless of the level of star power. You can have a movie that the audience likes and no one goes to see."

Tom Cruise's star power may be dimming, as evidenced by the diminished returns of the mega-budgeted "Mission: Impossible – The Final Reckoning." It ranks among the year's biggest bombs and may put Ethan Hunt on hiatus, at least until Cruise's adventure films get less costly. But other talent is ascending to the A-list. Timothée Chalamet, for example, proved that he's one of the hottest names in movies. The 30-year-old actor has helped make A24's "Marty Supreme," a period movie about ping pong, into an unlikely holiday season hit. Credit goes to the star who helped mastermind a promotional push that saw him deploy everything from bright orange blimps to viral videos in service of the indie drama — the marketing blitz drew TikTok fans, as well as arthouse aficionados.

Movie theaters have also relied heavily on premium large formats like Imax and Dolby. The popularity of those screens, which are more expensive than the average movie ticket, has helped to offset the decline in attendance. For visual spectacles like "Avatar: Fire and Ash" or "F1: The Movie," those PLFs have accounted for 50% to 60% of overall sales. Although industry sales were essentially flat, Imax delivered its best-ever year at the box office with $1.2 billion globally.

"We branched out in genres," says Imax's CEO Richard Gelfond. "We were known more in 2022 and 2023 for superhero movies and sequels. This year, we did a lot more in horror and family films. Three of the four biggest animated films in our history were this year, which I don't think is a coincident. The public's attitude is expanding to the kind of films they like to see in Imax."

He suggests that "more diversified content would help insulate theaters from some Hollywood changes."

Exhibitors have, in fact, been turning to alternative content to populate their screens during the slower months. “Kill Bill” or “Back to the Future” re-releases or “Jaws” anniversary screenings have helped Alamo, for one, pace 5% ahead of the industry’s year-over-year returns. But cinema operators are keenly aware that oldies aren’t going to keep the lights on by themselves. They need Hollywood to supply the kind of new releases that turn multiplexes back into the epicenter of culture.

“I would like to think that studios and distributors are looking at the trends and seeing that original, fresh stories are working,” says Sherrill. “So don’t just give me 20 more movies. Give me 20 more of the stuff that’s meaningful for people.”

Will those type of films fill marquees in 2026? This year, they certainly didn’t.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 33
AVE: 35348 €
ÁREA: 226 CM² - 46%

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

30 Diciembre, 2025



Hollywood en jaque: el último imperio que persigue Larry Ellison

El multimillonario ofrece a Trump el control de la industria del cine y contenidos

PABLO SCARPELLINI
LOS ÁNGELES (EEUU)

Su reputación le precede. En junio de 2003, Larry Ellison, entonces consejero delegado de Oracle, lanzó una de las ofertas públicas de adquisición más implacables y prolongadas en la historia reciente de la tecnología: una OPA hostil para comprar PeopleSoft, su rival en *software* empresarial. La empresa en cuestión, que acababa de anunciar la compra de otro competidor en el sector, J.D. Edwards, se defendió como gato panza arriba en una operación en la que medió incluso el Departamento de Justicia para frenarla por temor al nacimiento de un *holding* monopolista. Pero, al final, no pudieron con él. Ellison, uno de los hombres más ricos y poderosos del mundo, se salió con la suya.

Más de dos décadas después, el fundador y dueño del 41% de las acciones de Oracle, parece dispuesto a repetir un golpe similar. Su respaldo al intento de compra forzosa de Warner Bros Discovery por parte de los estudios Paramount que dirige su hijo, David Ellison, podría ser clave en una operación que en un principio parecía hecha para Netflix.

La oferta revisada de Paramount no solo supera con creces los casi 83.000 millones de dólares que ha puesto sobre la mesa el gigante del *streaming*, sino que resuelve parte de las dudas que ha estado manifestando el consejo de administración de Warner sobre la primera oferta.

La gran diferencia entre la primera y la segunda OPA es el respaldo personal del magnate a la operación. Ellison está dispuesto a avalar los 40.400 millones de dólares para financiar el acuerdo con «una garantía personal irrevocable». Parece una cifra astronómica y lo es, pero representa tan solo un 11% de la fortuna personal del multimillonario, cercana a los 345.000 millones de dólares, de acuerdo a la revista *Fortune*. Es una inversión muy asumible para sus amplios bolsillos que le ayudaría a consolidarse como un jugador imprescindible en la nueva era del entretenimiento.

De llevarse a cabo con éxito, la operación supondría un gran movimiento de placas tectónicas en Hollywood. Para empezar por la unión de dos grandes fuerzas como Paramount y Warner, creando un nuevo gran gigante en Hollywood, con integración de operaciones y los consiguientes recortes de personal. Y después, por el presumible viraje hacia la derecha política que darían algunos de sus canales de televisión, como la cadena de noticias CNN.

Es un cambio que ya están sintiendo en sus propias carnes los periodistas de CBS bajo la nueva dirección de Bari Weiss, la fundadora de la plataforma conservadora *The Free Press* que el domingo decidió posponer la emisión de un episodio de '*60 Minutes*' sobre las torturas en una cárcel salvadoreña a las que fueron sometidos inmigrantes deportados por el Gobierno de Donald Trump.



Donald Trump (izq.), junto a Larry Ellison (dueño de Oracle) en la Casa Blanca. AP / J.D.NIKHINSON

OBSESIÓN CON HOLLYWOOD

Ellison tiene una relación de cercanía con el presidente de EEUU y ha donado millones de dólares a fondos conservadores afines al *trumpismo*. El acuerdo entre Paramount y Warner, que según los analistas sería visto con buenos ojos en Washington, sería también un triunfo para Trump, obsesionado desde hace décadas con Hollywood y su brillo, que no le ilumina precisamente.

La industria *hollywoodense* es una poderosa maquinaria cultural y de propaganda que siempre ha querido controlar, desesperado por ser aceptado por la élite cultural y liberal estadounidense que tanto le detesta.

Ellison podría ser su *caballo de Troya*, un magnate que pese a sus 81 años parece dispuesto a seguir conquistando mundos. Nacido en 1944 en Nueva York, dejó la universidad antes de graduarse y se trasladó a California, donde comenzó a trabajar como programador en Silicon Valley. En 1977, junto a Bob Miner y Ed Oates, fundó Software Development Laboratories, que dos años después lanzó Oracle, una base de datos relacional basada en el lenguaje SQL que transformó la gestión de datos en empresas y gobernó el mercado durante décadas.

FORTUNA

Hoy, su empresa vale 561.000 millones de dólares, la número 17 a nivel mundial por capitalización, gracias, en gran medida, al estilo agresivo y poco habitual de hacer negocios de su fundador. Ellison es una *rara avis* incluso dentro del exclusivo club de los milmillonarios. Su porcentaje de acciones está muy por encima del de otros magnates como Musk (el 20% de Tesla), Zuckerberg (14% de Meta) o Bezos (8% de Amazon).

Su estrategia de minimizar la venta de acciones a lo largo de los años –traducido en 5.100 millones de dólares frente a los 345.000 millones del valor total de su portafolio–, sumado a su programa de recompra de acciones, le han servido para mantener una porción gigante del pastel. Y eso sin frenar su hambre de inversión en el mercado inmobiliario, o como rostro visible del deporte.

Ellison, en el top 5 de la lista de milmillonarios mundial, se ha gastado una fortuna en docenas de propiedades, es dueño del quinto torneo más importante del circuito profesional de tenis, Indian Wells, y en 2015 se hizo con una de las islas del archipiélago hawaiano, Lanai. Tiene una colección de aviones de combate antiguos, un yate de casi 88 metros de eslora y el Eau Palm Beach Resort & Spa en Manalapan, Florida, una propiedad por la que pagó 277 millones de dólares en agosto de 2024.

La adquisición de una marca tan legendaria como Warner sería «una guinda a una trayectoria marcada por una ambición desmedida y un apetito inusual por el riesgo».

PUCK

Zaz Is From Mars, the Ellisons Are From Venus

Murmurs from sources close to the Warner Bros. Discovery deal illuminate the latest machinations surrounding the Paramount-Netflix showdown—and where this thing is headed.



Despite PSKY's claims of accommodating WBD's wishes, the two sides still appear to be misaligned on several important deal points—and for the life of me, I can't figure out why these remain outstanding issues. And the likelihood of the Ellisons pulling this off appears to come down to whether they can sort them out. Photo: Kevork Djansezian/Getty Images

William D. Cohan December 28, 2025

We're approaching put-up-or-shut-up time in the battle for Warner Bros. Discovery, the months-long saga that, as things stand now, pits Netflix's bid of $27.75 per share—in cash and stock, plus the stub equity value of the Discovery Global linear TV spinoff—and its signed merger agreement against Paramount Skydance's hostile, $30-per-share, all-cash offer. In theory, the immediate next steps should be straightforward. But, as is often the case with these things, theory only gets you so far.

Way back on December 4, in their original tender offer document, the overlords at Paramount Skydance noted that the $30-a-share bid was not their "best and final" offer. C.E.O. David Ellison had famously texted WBD C.E.O. David Zaslav as much, too, and his banker, Blair Effron, also shared that news with one of his counterparties. So, what's taking so long for PSKY's best and final bid to arrive? Who knows, but if PSKY were to raise its bid for WBD to, say, $34 a share—injecting another $10 billion of Larry Ellison's money into the deal—the WBD board would have no choice but to consider that new offer very seriously. In fact, I can guarantee you that the professional, well-advised WBD board would change its recommendation if PSKY made a superior bid in terms of price and certainty of closing—i.e., being assured of Trump's blessing (as ridiculous as that is...).

At that point, the WBD board would go back to Ted Sarandos and Greg Peters, Netflix's co-C.E.O.s, to see if the company would be willing to make its own all-cash bid, potentially larding up its pristine balance sheet with debt and plunging its credit rating into junk territory. If Peters and Sarandos passed, WBD would owe Netflix a $2.8 billion breakup fee, payable within three business days. Netflix would also be wise at that point to extract some kind of long-term content-supply agreement with PSKY-WBD.

In fact, the next steps in this deal have already been formally telegraphed. After PSKY decided to take its $30-a-share bid directly to shareholders via a hostile tender offer, WBD was required to file its response with the S.E.C. in the form of a 14D-9. In the filing, WBD laid out in chapter and verse what PSKY needed to do in order for the board to switch its recommendation. It is a fascinating roadmap, as I have previously reported. And PSKY could, and should, follow the 14D-9 if it wants to emerge victorious here.

Zaz's Clues

Chief among the concerns laid out in the 14D-9 regarding PSKY's December 4 bid was that WBD's board did not believe Larry Ellison was personally guaranteeing the nearly $41 billion of equity that he, RedBird Capital, and the three Mideast sovereign wealth funds had pledged to invest. Then there were the restrictions on how the WBD management team could operate the company between signing and closing, particularly related to some balance sheet cleanups, and the question of whether PSKY would reimburse WBD for that potential $2.8 billion breakup owed to Netflix.

On December 22, PSKY revised its tender offer to address some of those concerns. For one, Larry agreed to personally guarantee $40.4 billion of the $40.7 billion in equity. (The remaining $300 million is coming from RedBird.) Larry also agreed to make his revocable trust, which supposedly holds his 1.16 billion Oracle shares, an irrevocable trust—meaning that even he cannot change the terms of it—not that he ever has, apparently, since it was formed nearly 40 years ago. In addition, PSKY agreed to match the $5.8 billion fee that Netflix had agreed to pay WBD if its deal was rejected by regulators.

The revised PSKY bid also claims to offer WBD improved "flexibility" in operating the business between signing and closing, including as it relates to "debt refinancing transactions." This would presumably allow WBD to refinance its $15.4 billion bridge loan with JPMorgan Chase, thus avoiding an unacceptable "going concern" opinion from auditors, and exchange some of its junior lien debt by the end of 2026 to dodge a $1.5 billion penalty. "The assertion that Paramount required an 'absolute consent right' misrepresents the terms of both the Prior Proposal and Paramount's December 4 Offer, as well as the December 22 Offer, and is clearly in tension with Paramount's demonstrated commitment to working with Warner Bros. to resolve issues," its lawyers noted in the revised tender offer document. (Disclosure: Through a previous transaction, Zaz is now a de minimis investor in Puck; RedBird is a minority shareholder.)

But despite PSKY's claims of accommodating WBD's wishes, the two sides still appear to be misaligned on several important deal points—and for the life of me, I can't figure out why these remain outstanding issues. And the likelihood of the Ellisons pulling this off appears to come down to whether they can sort them out.

More Failure to Communicate

For instance, despite PSKY's claims of giving WBD improved flexibility to operate its business between signing and closing, it's not clear that the revised bid actually allows for that latitude—particularly when it comes to the two critical refinancings mentioned above. It still appears that neither can occur without some form of PSKY's approval.

According to someone familiar with the WBD board's deliberations, "PSKY has given some flexibility on operating covenants, but there are some significant onerous covenants that they are proposing. On the bridge [loan], they are still effectively asking for a consent right. They are saying we can refinance our bridge with debt that is callable at par, but that's not practical to achieve in the debt markets, so it's effectively a consent right." This person continued: "On the junior debt exchange, they are prohibiting us from doing this, so it's effectively a $1.5 billion cost, which they haven't agreed to reimburse in the event that the transaction doesn't close."

The PSKY revised tender offer also contained an odd provision. For the offer to be effective, PSKY would have to enter into a merger agreement with WBD, the so-called "Merger Agreement Condition"—and that obviously hasn't happened yet. That provision prompted the same person close to WBD to call the PSKY tender offer a "P.R. stunt" that "is not binding." PSKY, this person added, is still "just playing games with our shareholders, as opposed to coming forward to us with a superior proposal that is binding."

PSKY's December 22 offer does not address the breakup fee reimbursement, either. As WBD noted in its 14D-9 filing, these two expenses—the $1.5 billion penalty for not exchanging the junior lien debt and the $2.8 billion breakup fee—amount to $1.66 per share. Without explicit agreements on these issues, the WBD board kind of has to deduct the $1.66 from PSKY's bid, rendering it a bid of $28.34 per share.

A Christmas Wish

In a Christmas Day missive, PSKY essentially tried to address some of these still-outstanding points. The company said it would expect that WBD could get an extension from JPMorgan Chase on paying down the $15.4 billion bridge loan. But if that were not to happen, PSKY said that its lenders—BofA, Citi, and Apollo—would pay off the bridge loan and extend its maturity "if needed." The company also said it would work with WBD to avoid the $1.5 billion penalty if the WBD junior-lien debt is not refinanced. "Paramount has repeatedly assured WBD that it is prepared to provide WBD with cooperation to avoid these financing costs," PSKY wrote. "We are confident that a liability management solution can be executed to satisfy the requirements WBD agreed with bond holders in June 2025, thus avoiding the $1.5bn payment."

PSKY also claimed that the assertion that it would not pay the breakup fee to Netflix was "misleading." According to the Christmas Day memo, "Any breakup fee payable to Netflix does not change the value of our offer to shareholders, which is $30 in cash. A breakup fee would only impact the assets and liabilities of WBD that Paramount would assume at closing." (While that is true, without PSKY paying the breakup fee, WBD's cash would be reduced by $2.8 billion.)

Since the two sides cannot speak to each other directly due to the Netflix merger agreement—any conversation could be deemed tortious interference—all WBD has to go on is PSKY's filings. And I know that these two points have still not been resolved to the satisfaction of WBD, and therefore remain a problem for PSKY. In fact, I fear PSKY and the Ellisons are starting to annoy the WBD folks by not putting all their cards on the table once and for all.

Stub Economics

That brings us to a minor update on perhaps the enduring sticking point in this enormous deal: the value of the Global Networks stub equity. Without WBD addressing the value it is placing on Global Networks directly in its filings, the Wall Street consensus seems to be that it will have a trading value of $3 per share, before any buyer's premium is placed on it. The $3-a-share estimate comes from a recent report by Jessica Reif Ehrlich, the respected longtime media analyst at Merrill Lynch/Bank of America. (She revised that value down from $5 in September.)

Of course, as I have previously reported, other Wall Street analysts have placed higher—and lower—valuations on Global Networks. But according to Jessica's estimate, the Netflix bid (including the value of the stub) totals $30.75 a share, which is obviously more than Paramount Skydance's $30-a-share, all-cash bid. PSKY, no surprise, thinks that value for Global Networks is bunk. The company has previously valued that business at $1 a share, which would make its bid more valuable. But in its December 22 revised tender offer, PSKY showed a little flexibility in its thinking.

In the filing, PSKY valued Global Networks at $1.40 a share based on the market value of Versant, the linear TV spinoff from Comcast, which began trading publicly on December 15. Versant, which includes in its portfolio of assets CNBC, MSNOW, and the Golf Channel, closed last week at $47 a share—implying a market capitalization of $6.8 billion and an enterprise valuation of $9 billion, including its $2.25 billion of debt. Versant management has estimated its 2026 EBITDA at around $1.9 billion, implying an EBITDA multiple of 4.7x.

In its revised tender offer, the Ellisons argued that Global Networks should trade at a discount to the Versant multiple because it will have much more debt—$15 billion versus $2.25 billion (although that additional debt is accounted for in Jessica's valuation)—plus significantly less exposure to live sports and a smaller digital portfolio. It arrived at the $1.40 a share for Global Networks by "generously applying," it wrote, a multiple of 4.8x 2026 EBITDA.

I'm not sure I'm buying that Global Networks should trade at a discount to Versant's EBITDA multiple, especially when Fox Corp. trades at between 7x and 8x and PSKY itself trades at around 10x. But unless and until PSKY raises its bid for WBD, the value of the Global Networks stub equity remains one of the key reasons why the WBD board has a signed merger agreement with Netflix.

CINEMANÍA

Los torrents de series más descargados en 2025: Netflix y Apple TV, las plataformas más 'pirateadas'



Imagen de 'Stranger Things 5' Netflix

CINEMANÍA 29 dic 2025 - 16:54

- **Las series más populares del año en streaming también han sido las más descargadas a través de la red BitTorrent.**

Una vez más, la piratería volvió a ser un concurso de popularidad en 2025. En un panorama de aumento de precios, tarifas con publicidad y restricciones de uso en las plataformas de streaming, las redes de intercambio de archivos sin atender a derechos de autor han vuelto a ser empleadas por multitud de usuarios para ver algunas de las series más populares del año sin pagar por ello.

La página especializada *TorrentFreak* ha publicado como cada año su informe anual con las series más descargadas a través de la red BitTorrent y, una vez más, los títulos coinciden con los que más éxito han tenido con los suscriptores de sus respectivas plataformas y han generado más conversación y debate en redes sociales.

Hasta tres macrofenómenos de Netflix están presentes en el top 10 de lo más descargado, dos de ellos en cabeza: *Stranger Things* y *El juego del calamar,* que en 2025 han puesto punto final a su andadura, se reparten los primeros puestos del ranking. Aunque *TF* no lo indica, es de suponer que aglutinan los datos de tráfico para todas las temporadas de estas series, no solo las de estreno; este año ambas han propiciado una recuperación intensa de sus temporadas anteriores.

Miércoles, que en verano estreno una esperada segunda temporada, también ha confirmado su tirón entre quienes no pagan la suscripción a Netflix. La segunda plataforma con más títulos en la lista es Apple TV, que con *Separación, Silo* y la nueva *Pluribus* se reafirma como hogar para series de ciencia ficción con muchos seguidores... aunque no todos lo respalden suscribiéndose a la plataforma.

Los géneros de ciencia ficción, fantasía y acción vuelven a ser los predominantes en las series más descargadas por torrent. En ellos se encuadran los títulos de otras plataformas presentes en el top, como *The Last of Us* (la única de HBO Max), *Reacher* (la única de Prime Video; es de esperar en 2026 la plataforma de Amazon vuelva al ranking con la despedida de *The Boys)* o los dos títulos de Disney: *Andor* y *Alien: Planeta Tierra*.

Significativamente, otras series muy populares de esto año pero pertenecientes a otros géneros *(Adolescencia, The Pitt, Yellowstone...)* no han tenido tanto predicamento entre las redes de intercambio audiovisual.

Series más descargadas por torrent en 2025

1. 'Stranger Things' [Netflix]
2. 'El juego del calamar' [Netflix]
3. 'The Last of Us' [HBO Max]
4. 'Separación' [Apple TV]
5. 'Andor' [Disney+]
6. 'Reacher' [Prime Video]
7. 'Silo' [Apple TV]
8. 'Pluribus' [Apple TV]
9. 'Miércoles' [Netflix]
10. 'Alien: Planeta Tierra' [Disney+]

DEADLINE

NEWS

‘Stranger Things’ Finale Expands Theatrical Release With More Locations Added; 1.1M+ RSVPs To Date

By Nellie Andreeva @DeadlineNellie December 29, 2025 2:58pm



Stranger Things

The theatrical footprint of the Stranger Things series finale continues to grow.

Originally announced in late October as a fan event involving screenings in over 350 theaters across the U.S. and Canada on Dec. 31, 2025 and Jan. 1, 2026, the stunt expanded to 500+ locations by the time reservations opened in early December. Since then, additional theaters have been added, with the total now at 620+, series creators the Duffer Brothers revealed on Instagram.

“Over 1.1 million of you have already RSVPed to the finale screenings on NYE and New Year’s Day, and more than 3,500 showtimes across 620+ theaters are already completely full,” Ross Duffer wrote on Instagram.

A quick search revealed that spots in LA are still available at a slew of locations, with many showings listed as “almost full.” The Stranger Things finale is playing beyond the top three circuits (AMC, Regal and Cinemark) in such chains as Harkins, Megaplex, Cineplex, Alamo, Landmark and Marcus.

As Deadline explained earlier this month, due to talent residual complications related to the distribution of TV series, the theatrical screenings of the Stranger Things closer are not a ticketed event, with the seat reservation fee ($20 at AMC, for instance) converted into a concession voucher.

That means that there will be no box-office for the theatrical release so admissions are the only currency available to evaluate its success.

How does that 1.1M stack up next to other fan heavy event films of late per EntTelligence? The admissions for Stranger Things finale is ahead of where KPop Demon Hunters was two days before its theatrical opening (700K pre-sales) and behind that of Sony/Crunchyroll's Demon Slayer...Infinity Castle (1.7M admissions).

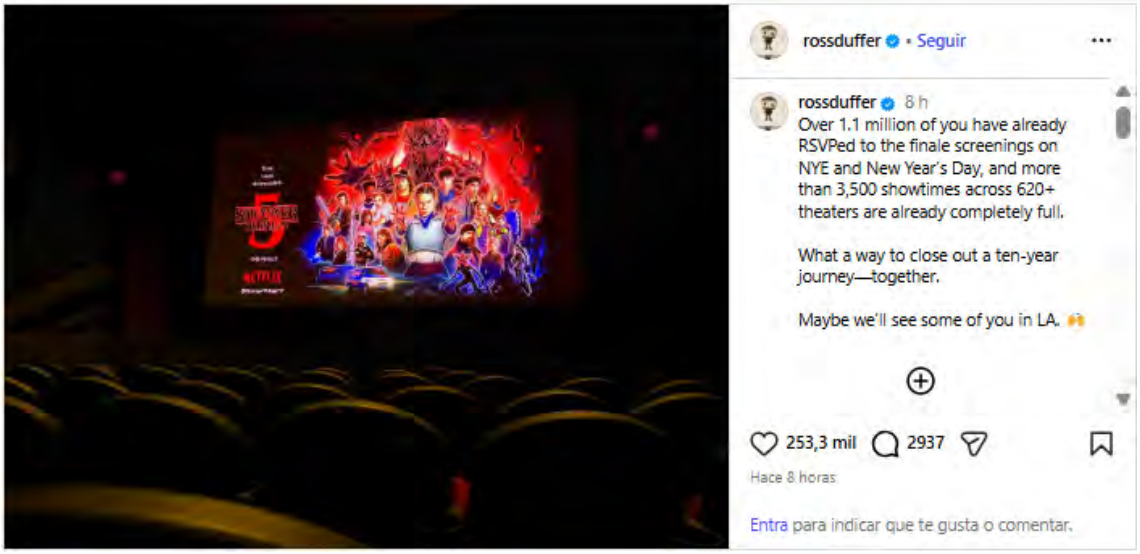
It should be noted that the Stranger Things theatrical window is shorter than any of the others, just over a day. It starts at 5 PM PT on Dec. 31, 2025, the same time the series finale drops on Netflix globally, and goes through Jan. 1, 2026. KPop Demon Hunters' singalong version was originally a 2-day affair that did not play in AMC Theaters; Demon Slayer's opening weekend was 3-day-long.

The large turnout in theaters will be excluded from Stranger Things 5's viewership on Netflix. While not a major factor as the season is expected to land on the streamer's Top 10 list of most watched English series with more than 100M views in the first 90 days, it would ding a bit the season's total given the finale's runtime of 2 hours and five minutes.

The Duffers hinted that they too would be headed to a theater to see the final chapter of their series on the big screen.

"What a way to close out a ten-year journey — together," Russ Duffer wrote. "Maybe we'll see some of you in LA."

Anthony D'Alessandro contributed to this report.



theguardian

Television industry

Changing channels: TV streaming at turning point as most UK subscribers opt for ads

Viewers hoping to cut bills driving switch from once-normal advert-free subscriptions now charging a premium



Netflix's Stranger Things. When Netflix launched its streaming service, one of its big pitches was that viewers could watch whatever they wanted, when they wanted, without ads. Photograph: Netflix/Kobal/REX/Shutterstock

Mark Sweney Fri 26 Dec 2025 13.00 CET

The number of UK streaming subscribers on packages that include commercials has overtaken those on higher-priced ad-free plans for the first time, in a milestone for British television.

The change marks a turning point for an industry that used to reject the idea of interrupting viewing with ad breaks as a relic of broadcast TV – a view championed in particular by Netflix.

"We're now reaching an inflection point in the streaming world," said Richard Broughton, the executive director at Ampere Analysis. "This is a significant about-turn from the earlier years of streaming, in which streamers eschewed advertising for a pure ad-free subscription model."

When Netflix launched its streaming service almost two decades ago, one of its biggest pitches to viewers was that they could watch whatever they wanted, when they wanted, without being interrupted by ads.

As recently as 2019, Netflix's then chief executive, Reed Hastings, said: "We want to be the safe respite where you can explore, you can get stimulated, have fun and enjoy – and have none of the controversy around exploiting users with advertising."

However, three years ago the company dropped its resistance to the idea and led a streaming shift, seeking to reverse a post-Covid stall in growth with the launch of a cheaper ad-supported tier.

Now the total number of UK subscribers on such plans is forecast to reach just under 26.5 million by the end of this year – up almost 7 million on last year – as new streaming subscribers opt for the cheapest viewing option, or those on more expensive ad-free packages decide that a few ads are worth the trade off for lower bills.

In contrast, the number of UK streaming subscribers taking an ad-free package fell from 26.7 million to 23.1 million over the same period, according to Ampere Analysis.

In the case of Netflix, for example, the cost of paying for its cheapest ad-free package is more than twice the price of its ad-supported tier.

With the proliferation of streaming services, the cost for a "typical subscriber" – someone taking the standard monthly tier directly from the main players Amazon, Netflix, Disney+, Apple TV, Discovery+, Paramount+ and Sky's Now TV – runs to £64 a month. This is up 14% from £56 a month in 2022.

"Ongoing macroeconomic pressures mean that UK consumers are seeking more cost-effective ways of getting their entertainment services," Broughton said.

To date the impact of streamers introducing advertising has had a limited impact on traditional broadcasters such as ITV, Channel 4 and Channel 5.

Wary of the impact on their subscribers, who for more than a decade had become accustomed to streaming being an ad-free environment, the number of breaks appearing in films and TV shows has been low so far.

Many advertisers were also initially put off by the high pricing that players such as Netflix and Disney+ tried to command, backed by the argument that for the first time they would be able to target audiences watching hit shows such as Rivals, Adolescence and Stranger Things.

However, while Netflix has said it does not expect ads to be a "primary driver of revenue" until at least 2026, the increasing number of subscribers on ad-supported plans means the market for streaming adverts in the UK is growing rapidly.

The market – which includes ITVX, Channel 4 and Channel 5's streaming services as well as players such as Pluto TV, Tubi and the smart TV operators such as Samsung – will reach £1.38bn this year. It has more than doubled in size over the past four years, and is almost half the £3.15bn ad spend on traditional UK linear TV.

Among the top 10 streaming advertisers are Apple, Tesco, McDonald's and Subway, according to Ampere's analysis of the UK market in November.

Top 10 advertisers on streaming services in the UK

1. Apple
2. Sky
3. Tesco
4. Sainsbury's
5. Indeed
6. Subway
7. Google
8. Paramount
9. McDonald's
10. BT

** Rank based on total ad viewing time in November – impression volume multiplied by ad length. Source: Ampere Analysis*

theguardian

Television industry

Use trials, threaten to cancel: how to get a good deal on UK TV streaming services

There are many options for getting better prices on Netflix, Amazon Prime, Apple TV+ and Sky's Now TV



Sharing TV streaming subscriptions can bring you big savings.

Rupert Jones Wed 15 Oct 2025 08.00 CEST

Use free trials

Many of the streaming services offer free trials, so you could sign up to one, binge-watch the shows everyone is talking about and then cancel before you are rolled over into a paid-for subscription. Read the terms and conditions very carefully to make sure you are not caught out.

Amazon Prime has a 30-day free trial, allowing you to check out shows such as The Girlfriend. Apple TV+ is running a free seven-day trial – maybe enough time to work your way through The Morning Show or Severance – as is Hayu ("the home of reality TV"). Netflix does not currently offer free trials.

Often you can only sign up once, but depending on the rules, if there are several people in the household, one person signing up after another may enable you to enjoy multiple trials with the same service.

Toggle between services

Many people are forking out for multiple TV streaming services then not watching much (or anything) on one of them every month.

> ***You're never going to get value for money if you are trying to watch three or four services at the same time***
> *Andy Webb of Be Clever With Your Cash*

If that sounds like you, rotate your services to save cash. If you are on a rolling monthly contract, which most people are, you can bail out at any time, sign up again when there is a series you really do not want to miss, then jump ship once you have watched it.

Andy Webb at the website Be Clever With Your Cash says: "You're never going to get value for money if you are trying to watch three or four services at the same time. So pick one, binge it, then move on to the next."

Quite a few TV shows and films are duplicated across two or more services – for example, at the time of writing, the Coen brothers movie Inside Llewyn Davis was on Netflix and Amazon Prime. The JustWatch app and website can help you find where the content you want to watch is available.

Watch more ads

Some TV streaming services charge less for plans with adverts. Disney+ now costs £5.99 a month with ads, while you will pay £9.99 for the ad-free option. Netflix's with-ads plan is also £5.99.

Some plans charge more for "better" picture and sound quality and the number of screens your household can watch at the same time. But are you paying for more than you need?

Get it free with something else

Lloyds Bank's Club Lloyds current account lets you choose a different free perk every year, one of which is a 12-month "standard with ads" Disney+ subscription. This account has a £5 monthly fee that is refunded as long as you pay in £2,000 or more each month, so for many paying in their salary, that means their Disney+ is free. Barclays has just launched a similar offer where you get an Apple TV+ subscription.

Many mobile phone networks throw in cheap or free TV streaming. For example, if you are joining O2 or upgrading, you can get up to six months of Disney+ or Amazon Prime as your included "Extra". EE has a number of offers where you can get at least three months of Apple TV+ thrown in.

Apple TV+ is included free for three months when you buy an Apple device

Meanwhile, Uber One, the ride-hailing app's subscription service that usually costs £4.99 a month or £49.99 a year, sometimes throws in a free Disney+ subscription.

Of course, many people buy Amazon Prime for fast-track delivery and exclusive shopping deals and then get the TV and movies, too. It costs £8.99 a month or £95 a year.

Share subscriptions

You can share your services – if the platform allows this, of course.

"The biggest savings come from using multiuser plans, in my opinion," says Hugo Cannon at CompareRock, a financial comparison platform.

He highlights how Netflix Premium (£18.99 a month) allows a household to watch four devices at the same time, and you can add up to two extra users who do not live with you for £4.99 each a month with ads or £5.99 without.

Disney+ lets you add extra members for either £4.99 or £5.99 a month.

Meanwhile, Apple TV+ lets you share your subscription with up to five family members.

Pick Now instead of Sky

"If you're only interested in, for example, watching Premier League football on Sky, you can save money by getting a Now subscription instead of a full Sky package," says Alex King at the finance platform Generation Money.

"With Now, you can get a subscription to a sports package via their app which gives you access to Sky's Premier League football coverage without having a dish or box installed, and without being packaged up with other channels you don't want," he adds.

Pay annually

If you are committed to a particular streaming service, paying for a year upfront (where available) can save you money. However, the saving is not always great, and you need to be very sure you are going to make full use of it.



If want to watch Premier League football you can save money by getting a Now subscription instead of a full Sky package. Photograph: Peter Cziborra/Action Images/Reuters

As of 30 September, the Disney+ standard plan costs £9.99 a month or £99.90 for a year, so committing to a year results in a fairly decent saving of £19.98. Amazon Prime is £8.99 a month or £95 for a year, so the saving there is £12.88.

At £43.99, the annual price of the Paramount+ basic plan offers a 26% saving when compared with paying the regular £4.99 a month over the period of a year. Hayu also has an annual plan for £43.99 and a monthly one for £4.99.

Now is offering a 50% saving when you sign up for 12 months' access to Sky's entertainment channels. You pay £4.99 a month, which is half the fully flexible monthly price of £9.99. For sports fans, Now is offering a six-month deal that lets you watch all 12 live Sky Sports channels for £28 a month – just shy of a 20% saving on the normal £34.99 a month.

Get a student discount

Many TV streaming services offer a student discount, either direct or via student discount websites such as UNiDAYS, TOTUM and Student Beans.

Students can get free access to Apple TV+ when they sign up for the Apple Music student plan, where you get one month free and then pay a special rate of £5.99 a month (the standard individual rate is £10.99 a month).

The three sites above all offer free Amazon Prime for six months followed by the lower student price of £4.49 a month. They also have various deals for Sky TV starting from £15 a month.

Threaten to cancel

You could start the cancellation process and see where it gets you. There is so much competition in the market, you are likely to be offered a retention deal, which can sometimes be 50% or more off for perhaps three or six months, says Dan Wilderness at the personal finance website the Financial Wilderness.

Ben Smye at the website Hotukdeals says Sky customers have talked on its forums about cutting their bills by more than 30% by cancelling existing subscriptions and waiting for retention offers.

Webb says: "If you're still paying for Sky TV, moving over to Now will save you a packet … My top trick is to go through the [Now] pass cancellation process each month. Most of the time you'll be presented with a lower price – this month, I knocked a £34.99-a-month Sky Sports pass down to £20."

Cancel

Do you actually need to pay for any streaming services? With so many series and films available for free on the BBC iPlayer (if you have a TV licence), Channel 4, ITVX, STV Player and 5, you could take a "subscription break" and work your way through all the hot current shows, plus series such as Industry (iPlayer) and How to Get Away with Murder (Channel 4) that you never watched first time around. Channel 4's service is particularly good for drama series and films.

Often you have to register and sign in to use these services. You will need a TV licence to watch or download anything on iPlayer.

theguardian

From Central Cee to Adolescence: in 2025 British culture had a global moment – but can it last?



Brits abroad ... (Clockwise from top left) PinkPanthress, Slow Horses, Oasis, The Ballad of Wallis Island, Lily Allen, Adolescence, Central Cee, Charli xcx. Composite: Apple TV +, Getty Image, Courtesy of Netflix, Focus Features ©2025 All Rights Reserved, BBC/Various Artists Limited/James Stack

Despite funding cuts and shuttered venues, homegrown music, TV, film and, yes, memes have dominated the global zeitgeist over the past 12 years. Now this culture must be future-proofed from the forces of globalisation

Rachel Aroesti Sat 27 Dec 2025 13.00 CET

On the face of it, British culture looks doomed. Our music industry is now borderline untenable, with grassroots venues shuttering at speed (125 in 2023 alone) and artists unable to afford to play the few that are left; touring has become a loss leader that

even established acts must subsidise with other work. Meanwhile, streaming has gutted the value of recorded music, leading to industry contraction at the highest level: earlier this year the UK divisions of Warners and Atlantic – two of our biggest record labels – were effectively subsumed into the US business.

In comedy, the Edinburgh fringe – the crucible of modern British standup, sketch and sitcom – is in existential crisis thanks to a dearth of sponsorship and prohibitively high costs for performers. Our film industry is at this point almost totally reliant on (dwindling) US funds; while Britain remains a popular filming destination due to tax breaks and appealing locations, the vast majority of the productions made here ultimately generate American profits.

As the BBC, bedrock of our cultural life, lurches from crisis to crisis, the TV industry at large has been ruinously compromised by broadcasters' inability to pay for programming due to advertising cuts and ballooning costs. Like film, it has become dependent on international investment – to the extent that many are concerned that we've lost the ability to make programmes exclusively for British audiences. Shows that cannot attract foreign money rely on goodwill, with directors, writers and stars of flagship dramas taking significant pay cuts just to get them made (see: the second instalment of the double-Bafta-winning Wolf Hall). Unlike US-based streamers, we are incapable of converting viewership into profit: ripped-from-the-headlines drama Mr Bates vs The Post Office attracted an audience of more than 13 million and still lost around £1m, something ITV boss Kevin Lygo attributed to its lack of sales in other territories.



Cool Britannia … Mr Bates vs the Post Office. Photograph: ITV/Shutterstock

How on earth do we sustain an uncompromising, idiosyncratic arts sector in these circumstances? One result of the globalisation of entertainment is that success is now judged by the number of nationally indistinct eyeballs or eardrums culture can attract. As a small island, we are surely destined to matter less and less.

Except something strange has happened. Amid this catastrophe, British culture is booming. Not only are we dominating the global zeitgeist, but we're doing so with art that reckons with our heritage and sensibility in unprecedentedly thrilling and nuanced ways. Look at it all – from the viral trends that capture the British psyche like never before to the music, TV and films that grapple with the complex, often contradictory British identity – and tell me we haven't found ourselves in a golden age.

I Used to Live in England is a very British love letter to Britain. By an American. "I used to shop at Tesco's and buy meal deals," drawls musician Frankie Beanie, who released the track in June under his Supermodel moniker. "I used to say 'Go Tesco's' instead of 'Go to Tesco's'," he brags before referencing Wetherspoons, his familiarity with UK garage ("So now I can be the guy in LA that says garage instead of garage") and £65 national rail journeys.

Beanie isn't the only yank bypassing the tired tropes – afternoon tea, bad teeth, the word "guv'nor" – to celebrate the real hallmarks of British life. Following 2024's Britishcore trend, in which TikTok users from around the world embraced our quintessential texts (Trainspotting), institutions (Greggs) and figures (Gemma Collins), this year has seen a boom in all-round Anglophilia from across the pond: root causes include a romanticised perception of the UK as a sanctuary from Trump's America and an unprecedented exposure to the nuances of the British sensibility via social media. "I love England so much," declared Olivia Rodrigo during her Glastonbury headline set, citing Colin the Caterpillar, having a judgment-free pint at noon and English men, a reference to her current squeeze, the actor Louis Partridge. The pair's transatlantic coupledom forms a key part of the "British boyfriend" trend, fuelled by the surfeit of young British actors dominating Hollywood, that has made UK men an aspirational accessory.

Elsewhere, there's been a global boom in popularity for the British content creators whose clownish provocation "feels equal parts Benny Hill, You've Been Framed, and Nil By Mouth", as per Clive Martin, author of an article published by Vice in August titled How The World Fell in Love With a Summer of British Chaos. It seems like genuine familiarity with the UK has become a weird form of cultural capital: when New York mayor-elect Zohran Mamdani was asked about his listening habits, he waxed lyrical about the Arseblog Arsecast podcast and an extended version of One Pound Fish, a viral 2012 song by an east London market trader who ended up on The X Factor.



Viral hit … 28 Years Later. Photograph: Miya Mizuno

Clearly there's a novelty factor to this internet craze iteration of Cool Britainnia 2.0. Yet there's substance, too: our wry fetishisation of mundanity and slightly crap small pleasures is finally being understood on a global scale. Meanwhile, in the more conventional artistic sphere, a far more profound reflection of Britishness is all the rage.

Take pop music. In the 2010s, the British artists that enjoyed enormous global success: Adele, Ed Sheeran and Coldplay pedalled fairly beige fare that had little to say about this country. Fast-forward to now: for two summers on the trot we've been responsible for the transatlantic musical zeitgeist: this year, the Oasis reunion; last year, Charli xcx's Brat. (The latter's influence continued well into 2025, partly thanks to a belated and horribly misguided diss track by Taylor Swift.) Both are quintessentially British in myriad ways. Oasis have, of course, been national mascots for more than 30 years: their combination of lairy terrace banter, mordant Mancunian wit, knowingly ludicrous braggadocio and Beatles nostalgia was a shortcut to the hearts of a population encouraged to romanticise the everyday, the past and the concept of having a laugh.

Brat, meanwhile, connected thanks to more up-to-date British references: happy hardcore, UK garage, dubstep. Yet at its root is an ironic, ideas-y British art school sensibility, whose current figurehead happens to be Charli's close collaborator AG Cook, a Goldsmiths graduate who helped birthed hyperpop – the only genuinely new musical subgenre in recent memory – via his irreverent satire of artifice, consumerism, tech and good taste.



Close encounter of the furred kind … Jade Thirwall performing at Glastonbury 2025. Photograph: Harry Durrant/Getty Images

Also like Oasis, Brat channelled a fuck-it candour and sardonic megalomania, this time in the guise of a privately educated party girl.

In fact, that chaotic, gobby yet meticulously droll side of our national character was all over pop: from Lily Allen's evisceratingly honest yet acerbically funny West End Girl to Lola Young's expletive-laden Messy (which topped the charts in January) to ex-Little Mixer Jade's debut album That's Showbiz Baby! (sample lyric: "I am the it girl / I am the shit girl"). They share a vibe with Amelia Dimoldenberg, whose YouTube series Chicken Shop Date fuses social awkwardness, sandpaper-dry wit and the less salubrious end of the UK high street into a vision of peak Britishness that's been lapped up in the US; she is currently the Oscars red carpet correspondent.

If Charli's RP-accented electropop was very us, then Kent-raised PinkPantheress's melancholic version might be even more so. Since debuting on TikTok in 2020, the 24-year-old's rise has been brisk (the social media platform's tendency to serve niche UK content to global audiences results in chicken-and-egg-style popularity, see also: #Britishcore): this year she was nominated for the Mercury prize and two Grammys. She, too, leans on an overtly British nostalgia, overlaying drum'n'bass, jungle and big beat samples with evocatively desolate vocals that telegraph rain-lashed woe. PinkPantheress' USP in the US may be mining this underheard musical history in an appealing accent, but she's also digging deep into the feeling of Britishness.

On the moodboard, she once told Rolling Stone, is “hope and lost hope”, the colour grey, Skins, “having a dirty kind of feeling” and the Streets, particularly Mike Skinner’s ability to evoke the sense that “life is so shit”. It was a take delivered, according to the interviewer, in that “distinctly British way we have of delighting in our own misery”.



Orange theory … Devonté Hynes. Photograph: Alessandro Bosio/Alamy

This was also the year distinctively British rap properly crossed the pond thanks to Central Cee, whose debut Can’t Rush Greatness became the first ever UK rap album to enter the Billboard top 10, and did so with a grounding in UK drill and shout-outs for Sports Direct, the Uxbridge Road and the Vauxhall Astra. Having previously aligned himself closely with US R&B, in August Blood Orange’s Devonté Hynes released Essex Honey, an album suffused in pained nostalgia for his Ilford childhood whose “primary mood is a very British kind of late summer-into-autumn melancholy”, wrote the Guardian’s Alexis Petridis.

In cinema, Tim Key and Tom Basden’s exquisitely sad The Ballad of Wallis Island – one of the greatest films this country has ever produced, according to Richard Curtis – proved an unlikely international hit while remaining, in Basden’s view “very British”: set amid blustery Welsh coastline, its emotional palette was dominated by repressed grief sublimated into awkward banter and a yearning for the past; references included Monster Munch, Gideon Coe and Harold Shipman. Faced with acclaim on the US festival circuit, Key did his national self-deprecation duty and wrested the prospect of failure from success by wondering if he’d accidentally made a film that only worked in America.

Another ridiculously British film, Danny Boyle's 28 Years Later, took in more than $150m worldwide. Boyle's film was a kitchen sink drama – fry-ups and familial dysfunction in a two-up-two-down – in the guise of a zombie film that opened with an old VHS of the Teletubbies and crescendoed with the appearance of a Clockwork Orange-style gang paying sartorial tribute to Jimmy Savile. It was also an allegory for post-Brexit Britain: the community at its core are isolationists who channel nostalgic comfort via a vision of England that takes in Arthurian romance, the postwar village hall and pint-based ribaldry.



Funny business ... Such Brave Girls. Photograph: BBC/Various Artists Limited/James Stack

If 28 Years Later was a sour, surreal yet beautiful paean to this country's past, Adolescence – the second-most popular programme in Netflix history – was its nightmarishly future-facing counterpart. Jack Thorne and Stephen Graham's six-time Emmy-winning tale of a 13-year-old accused of murder was the kind of provocative social-issues television that used to be our stock-in-trade – only none of them could boast 142million views. Painstakingly realistic – the police station scenes were eerily reminiscent of Channel 4's obs-doc 24 Hours in Police Custody (Graham has admitted to being "obsessed" with the series) – it eventually descended into a chillingly ordinary domestic drama that recalled Mike Leigh at his most devastating.

Elsewhere, Apple TV's runaway hit Slow Horses – built on a bedrock of failure and flatulence and set in a recognisably depressing recreation of the capital – returned for a fifth series. Also returning, for a second outing, was Such Brave Girls, whose combination of stifling suburbia and extreme gallows humour is deeply entrenched in a dark British comic sensibility (the New York Times drew parallels with Peep Show,

Pulling and Fleabag), despite being backed by influential US production powerhouse A24. All capture the spirit of UK life infinitely more accurately than The Crown or The Great British Bake Off or Ted Lasso – but not every depiction of Britain on screen has been so bleak. Industry, a HBO-BBC co-production most popular in the US, is possibly the most cool and sophisticated drama ever made about Britain: segueing from trading floor to dodgy boozer to gentlemen's club to country cottage, creators Mickey Down and Konrad Kay have managed to infuse their study of the black box power structures at the heart of UK society with gobsmacking drama and biting satire.

Perhaps the panic about British culture dying out is premature. Or perhaps the disastrous effects are still to come. Either way, the most startling thing about this new age in which we are obligated to perform Britishness to the rest of the world is how creatively and authentically it is being done – and how well it is going down. So why can't we use this present high to help lift our creative industries out of dire straits? In January, David Lammy announced a "soft power" taskforce, designed to turn our cultural achievements into benefits for the country, noting that despite our successes "we have not taken a sufficiently strategic approach to these huge assets". There has never been a better time to monetise the global appetite for British culture, but 12 months later we're still waiting for a plan of action.

Some people do have actual ideas: Wolf Alice guitarist Joff Oddie has been among those petitioning for the introduction of a £1 ticket levy on arena gigs, with proceeds going to smaller venues (the policy was adopted earlier this year, albeit only on a voluntary basis). Even if we have shortsightedly allowed US tech companies to annex our TV industry, it's not too late to claw back some cash: director Peter Kosminsky (Wolf Hall, The Undeclared War) is advocating for a 5% levy on UK subscription streaming revenues, with the money raised going towards a British cultural fund.

In September, prolific screenwriter Steven Knight (Peaky Blinders, A Thousand Blows, the first film in the newly Amazon-owned James Bond franchise) told the Times that the answer to our current woes might be "creative nationalism". The phrase may make you flinch – especially after a summer in which the St George's Cross, long weaponised by the far-right, was displayed around the country as part of a nebulous patriotic campaign. Yet some strain of nationalism – in the autonomy and independence sense – may be necessary if we don't want our popular culture to be permanently dependent on the whims of foreign conglomerates. (Disney's decision to discard its underperforming Doctor Who reboot like an old snot rag should serve as a warning.) Either way, Knight's outlook didn't seem particularly exclusionary or tub-thumping: his version of Britishness – "a cross between Dad's Army and SAS Rogue Heroes" – was based around rain, cold and our awareness "of our own absurdities".



Playing chicken … Amelia Dimoldenberg at the Oscars.

The problem with creative nationalism might just be that: we are so in love with our failures and flaws that capitalising on success just isn't a very British thing to do. If our cultural sensibility is anti-boosterish – rooted in self-deprecation, repression, chaos, irreverence and disappointment – perhaps we operate best on the back foot. The future is uncertain, but one thing isn't: as 2025 comes to a close, British culture finds itself in a very British place.

LUMINATE Intelligence

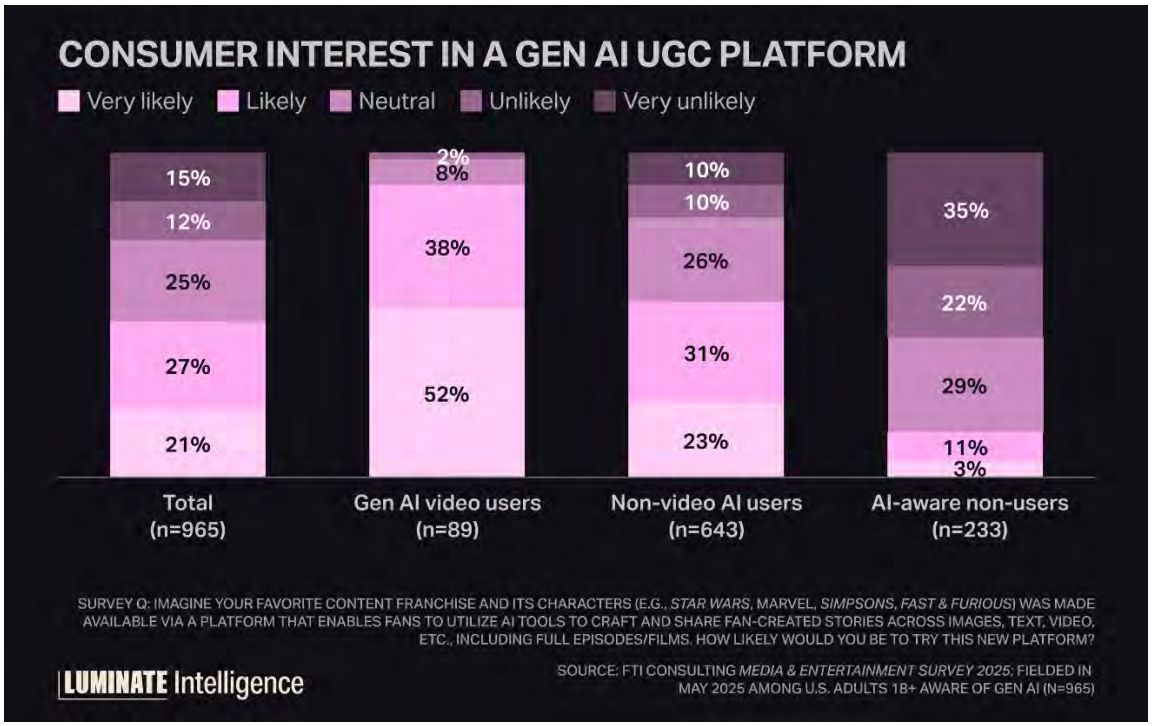
What Disney-OpenAI Means for AI User-Generated Content

By **Audrey Schomer** | Media Analyst

By signing its landmark $1 billion deal with OpenAI earlier this month, Disney is looking to protect and extract value from its IP rather than risk floods of unmonetized, unrestricted, unauthorized derivatives at the leading AI platforms.

While "edge cases" that violate restrictions will undoubtedly occur, a license allows Disney to define those restrictions and makes them contractually enforceable. "Part of [the reasoning behind the deal] is exercising some licensing control, because once you're in a license, you can dictate some license restrictions," said Meeka Bondy, founder and principal of Meeka J. Bondy PLLC, a boutique law firm specializing in media, entertainment and technology. "People are going to do this no matter what, so create a place where it's being done responsibly."

Generative image and video services, including OpenAI's Sora, have been widely used to create and share huge volumes of user-prompted content featuring character IPs. In a post-Sora blog post, OpenAI CEO Sam Altman described this opportunity for rights holders as "interactive fan fiction."



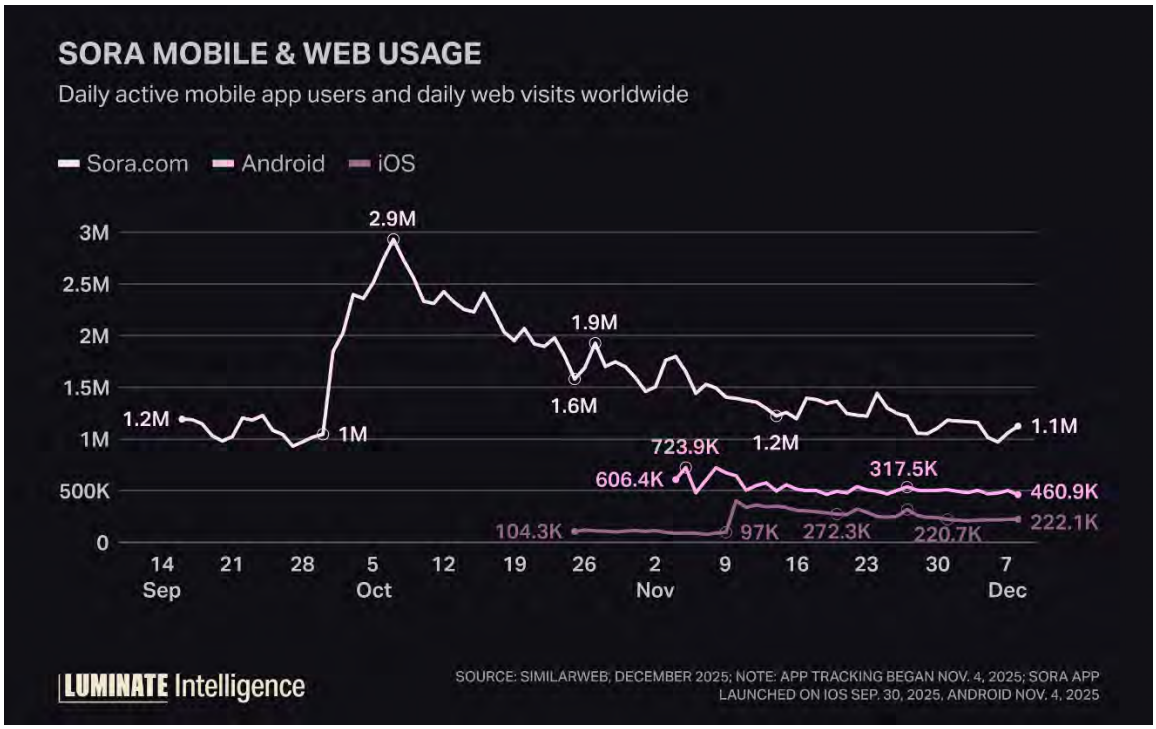
Early data already suggests that a streaming video service that offers generative content capability would be more compelling to consumers if it enables them to interact with existing franchise IP or characters.

Nearly half (48%) of U.S. adults aware of generative AI would be likely or very likely to try a new AI-enabled platform that allowed them to generate and share content associated with franchise IP and its characters, per a May 2025 survey by FTI Consulting.

Interest was almost unanimous at 90% among a niche cohort of AI video tool users. That cohort has likely grown since OpenAI released the Sora app in September, up from about 9% of U.S. consumers in May.

Meanwhile, over half (58%) of AI-aware SVOD subscribers would be likely or very likely to keep their subscription if it offered AI features that allowed them to interact with characters.

But overall, this amounts to a grand experiment. It's still unproven if AI user-generated content will become a massive new user behavior, one with actual staying power capable of delivering a major new revenue stream for rights holders. In the weeks since Sora the social video app launched, mobile users and web activity have dropped, according to digital market intelligence company Similarweb.



The further-off but not unimaginable potential for AI UGC — and any IP licensing that might compel users to interact in those spaces — goes beyond discrete images or short-form social video to generated episodes.

"The Disney deal with OpenAI is more focused on memes and short-form video," said Edward Saatchi, CEO of Amazon-backed Fable Studios, the startup developer behind the interactive streaming platform Showrunner AI, which lets users make their own derivative videos off of show IPs on the platform. "But if you project out a year, this will shift to become about generative episodes and stories."

He noted that studios have been reluctant because they preferred a "bespoke" studio-branded AI platform offering only their IPs for UGC creation.

Going forward, industry debate will likely examine whether AI UGC is value destructive or dilutive (harmful user behavior, consumer backlash) or accretive (fan engagement, revenue growth) for IP.

infobae

El Netflix gratuito creado por varios responsables de Wikipedia con más de 4.000 películas

El catálogo de esta plataforma incluye varias obras maestras como ‘El acorazado Potemkin’, ‘Qué bello es vivir’ y varios títulos de la filmografía de Charles Chaplin

Por **Nel Gómez** 29 Dic, 2025 08:37 p.m. ESP



Imágenes de 'El chico', la película de Charles Chaplin.

La llegada de las plataformas de contenido bajo demanda ha transformado la manera en que el público accede a series y películas, proponiendo extensos catálogos que invitan a pasar horas descubriendo producciones de todos los géneros imaginables. Esta revolución, que ha modificado los hábitos de millones de personas y marcado el pulso de la industria audiovisual, parece no detenerse mientras la competencia entre gigantes como Netflix y Warner Bros. se intensifica, dejando a las plataformas más modestas la difícil tarea de buscar su lugar en un mercado saturado.

En medio de este panorama de suscripciones, estrategias comerciales y ofertas de todo tipo, destaca una propuesta radicalmente distinta: WikiFlix, un proyecto creado por editores responsables de Wikipedia que fusiona la

filosofía del conocimiento libre que caracteriza a la famosa enciclopedia online con el formato de los grandes servicios de streaming.

Lejos de apostar por la rentabilidad, WikiFlix ofrece acceso gratuito a más de 4.000 películas de dominio público, rescatadas de repositorios como YouTube, Internet Archive o Wikimedia Commons, y disponibles para ver sin necesidad de registrarse ni pagar. El resultado: un inmenso abanico de grandes títulos que van desde obras maestras del cine clásico a películas que provocaron un antes y un después en el cine de sus países y del resto del mundo.

Un repositorio de cine clásico

La interfaz de WikiFlix resulta familiar para quienes ya utilizan servicios de streaming convencionales. Su diseño, inspirado en Netflix, presenta filas temáticas y un logo que rinde homenaje al coloso del sector, aunque la estética sacrifica el atractivo visual en favor de la practicidad. Se puede crear una cuenta, principalmente para guardar una lista de visionados, pero no hay incentivos comerciales ni anuncios. El verdadero valor reside en el catálogo: títulos históricos del cine mundial como *Viaje a la luna, El gabinete del doctor Caligari, Nosferatu* o *El acorazado Potemkin*, junto a películas menos conocidas de cinematografías como la japonesa, la india o la portuguesa.



Imágenes de 'El acorazado Potemkin', considerada una de las mejores películas de la historia.

El criterio de selección de las películas prioriza aquellas con abundantes enlaces internos en Wikipedia, lo que facilita el acceso a obras relevantes o populares, pero también existen colecciones temáticas cuidadosamente

seleccionadas por la comunidad. Ejemplo de ello es la sección dedicada a directoras de cine, en la que puede encontrarse el cortometraje iraní The House Is Black (1962), que, con solo 22 minutos de duración, es destacado como una de las películas más importantes del país asiático.

Una lista negra de películas

WikiFlix no dispone de reproductor propio, sino que redirige a los usuarios a los archivos originales en plataformas externas. A pesar de esta limitación técnica, resulta sorprendente la magnitud y diversidad de su oferta, que incluye también animación soviética y rarezas como una versión de 1986 de Virus, una de las películas japonesas más caras de su época. El catálogo, aunque eminentemente anglófono y con predominio de clásicos, no excluye títulos de interés para los hispanohablantes, como Verbena trágica, una cinta estadounidense rodada con actores españoles.

La comunidad que impulsa WikiFlix mantiene una lista negra de películas, asegurando que los usuarios no se topen accidentalmente con material como propaganda política durante sus exploraciones. Aunque tales títulos siguen siendo accesibles mediante búsquedas específicas, la plataforma subraya su preferencia por el entretenimiento antes que por el contenido educativo o polémico. Al ser una herramienta diseñada inicialmente en inglés, la disponibilidad de subtítulos en español depende de cada archivo y tiene aún mucho margen de mejora.

Así, WikiFlix representa un recordatorio de que es posible acceder legalmente y sin coste a una parte fundamental de la historia del cine. Aunque puede que su catálogo no tenga la inmediatez ni la actualidad de fenómenos como *Stranger Things*, la propuesta invita a descubrir rarezas, musicales soviéticos, películas mudas de aventuras y producciones exóticas que, de otro modo, quedarían relegadas al olvido.

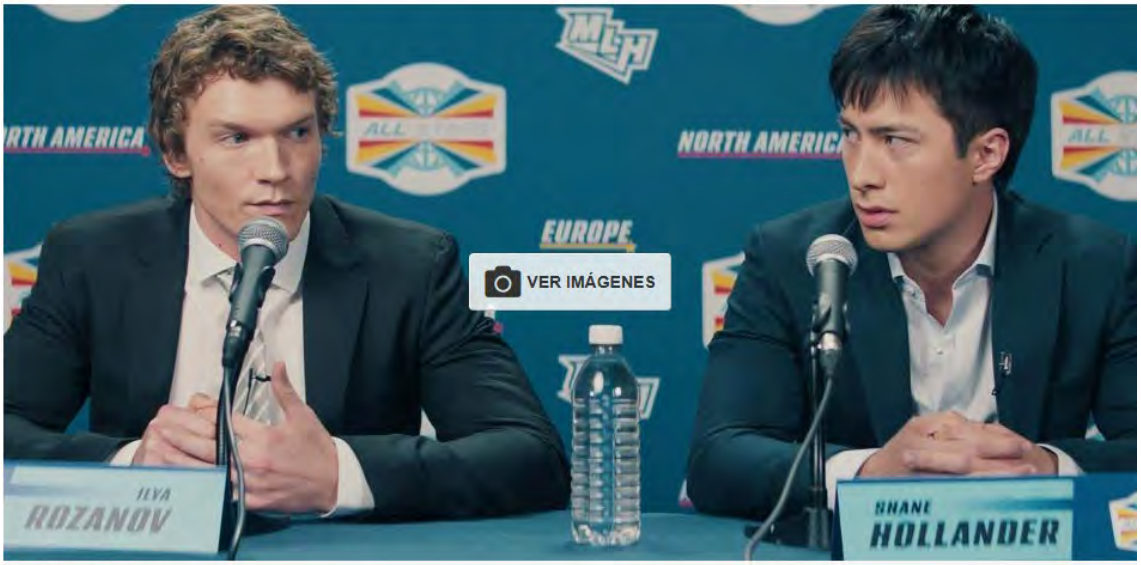
MUNDODEPORTIVO

Otro Mundo › Televisión

PLATAFORMAS

Movistar Plus+ pone fecha de estreno en España a la inesperada serie más exitosa de 2025

• La producción estará disponible próximamente en la plataforma de 'streaming'



'Más que rivales' / Movistar Plus+

Ángel Mor Actualizado a 29/12/2025 21:32 CET

Nadie se imaginaba que a días de acabar el año una serie que se estrenó sin pretensiones fuera a causar tanto revuelo en redes sociales y se convierta en una de las series más exitosas de 2025. Estamos hablando de la serie 'Heated Rivalry', la serie romántica deportiva basada en la novela de la canadiense Rachel Reid.

Tras todo el revuelo que ha causado en redes sociales, ya que algunos vídeos de esta miniserie han corrido como la pólvora por las redes sociales, ha sido Movistar Plus+ quien se ha hecho con los derechos de la serie para su emisión en España. La producción, que se estrenará bajo el nombre de 'Más que rivales', llegará a nuestro país el próximo 5 de febrero de 2026.

Esta serie fue creada por Jacob Tierney y protagonizada por Hudson Williams y Connor Storrie, la serie adapta una de las historias más queridas de la saga 'Game Changers'. Sus protagonistas han enamorado a todo el público y han sido parte clave de su éxito en plataformas.



Sobre 'Más que rivales'

Shane Hollander e Ilya Rozanov son dos de las mayores estrellas de la liga de hockey sobre hielo, unidos por la ambición, la rivalidad y una atracción magnética que ninguno de los dos comprende del todo. Lo que comienza como una aventura secreta entre dos novatos se convierte en un viaje de años de amor, negación y autodescubrimiento.



Mientras buscan la gloria sobre el hielo, luchan por comprender sus sentimientos mutuos. Divididos entre el deporte que les apasiona y el amor que no pueden ignorar, Shane e Ilya deben decidir si hay espacio en su mundo ferozmente competitivo para algo tan frágil y poderoso como el amor verdadero.







Movistar Plus+ inicia el año con dos estrenos directos protagonizados por Samuel L. Jackson, Pierce Brosnan, Zoey Deutch y Jonah Hauer-King

29 de diciembre de 2025

La plataforma refuerza su apuesta por el cine inédito con dos títulos que llegan en enero sin pasar por salas: la comedia romántica Un. juego. de. tres. (The. Threesome) **y el thriller con aroma de wéstern** Maldita.Trinidad**.**

Movistar Plus+ arranca el nuevo año ampliando su catálogo de **estrenos directos**, una línea de contenidos que continúa creciendo con propuestas variadas y protagonizadas por nombres de primer nivel. En enero destacan *Un juego de tres (The Threesome)*, una comedia romántica inteligente y sorprendente, y *Maldita Trinidad*, un thriller ambientado en la Montana de 1870 con espíritu de wéstern clásico.

Un.juego.de.tres.(The.Threesome)

Desde el viernes 9 de enero La película ofrece una mirada fresca y sofisticada al género romántico, explorando las complejidades emocionales y morales de tres personas que intentan hacer lo correcto tras una noche que lo cambia todo. Protagonizada por Zoey Deutch (Nouvelle Vague), Jonah Hauer King (El tatuador de Auschwitz) y Ruby Cruz (Willow), es el sexto largometraje de Chad Hartigan (Pequeño pez).

Maldita.Trinidad

Desde el viernes 30 de enero Pierce Brosnan (*Goldeneye*, *El escritor*) y **Samuel L. Jackson** (*Pulp Fiction*) lideran este thriller con estética de wéstern ambientado en la convulsa Montana de 1870. La historia sigue a Henry, decidido a vengar a su padre, Isaac Broadway, condenado a muerte por un crimen que asegura no haber cometido. Su misión lo llevará a un pequeño pueblo donde pretende enfrentarse al sheriff local... si es que sigue vivo.

Otros estrenos directos en enero

Icefall **– Desde el miércoles 7**

Thriller de acción protagonizado por **Joel Kinnaman** (*The Killing*) en el último trabajo del actor **Graham Greene** (*Bailando con lobos*).

Muero.por.ella **– Desde el domingo 18**

Riccardo Scamarcio (*Misterio en Venecia*) encabeza este thriller irónico con tintes eróticos ambientado durante la pandemia.

Baja.de.paternidad **– Desde el domingo 11**

Drama familiar protagonizado por **Luca Marinelli** (*Las ocho montañas*) sobre la compleja relación entre un padre ausente y su hija.

Un.mundo.maravilloso **– Desde el miércoles 21**

Comedia futurista cargada de cinismo y sarcasmo, ambientada en un futuro cercano dominado por las máquinas.

Un.estupendo.chico.indio **– Desde el miércoles 14**

Comedia romántica disparatada sobre un chico indio, su novio y la boda entre dos hombres más increíble que se haya visto.

Mujeres.poderosas **– Desde el domingo 4**

Comedia dramática coral que sigue a seis mujeres en distintas etapas de la vida enfrentándose a las expectativas sociales.

Mensaje.en.una.botella **– Desde el martes 27**

Comedia romántica protagonizada por **Luisana Lopilato** (*Rebelde Way*) sobre una mujer que intenta corregir un error del pasado gracias a un inesperado salto temporal.



SEGRE

30 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 1430 €
ÁREA: 77 CM² - 26%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7180
OTS: 40000
SECCIÓN: TELEVISION



CRÍTICA

Dotze cites, zero sorpreses

L'última crítica de l'any està dedicada als amants de la comèdia romàntica nadalenca, més concretament d'aquelles produccions emmarcades en el conegut com a model Hallmark –fórmula de creació de contingut familiar, reconfortant i emocionalment ressonant atribuïda a Hallmark Channel, enfocant-se en tòpics com els valors tradicionals, l'amor i la comunitat–. Entre molts altres exemples, a l'esmentat model es troben títols com *Una Navidad en Biltmore* (2023), *La clase de Santa* (2024) i *Nueve vidas en Navidad* (2014). El problema de *Doce citas antes de Navidad* no és haver estat confeccionada segons aquestes directrius, sinó no haver sabut innovar al més mínim respecte a la resta d'obres del gènere. El guió, adaptació del best-seller homònim escrit per Jenny Bayliss, gira entorn de Kate (Mae Whitman), una jove dissenyadora d'estampats tèxtils amb una rutinària vida al pintoresc poble anglès de Blexford, abocada a més gairebé del tot a la cura

MOVISTAR+



Kate (Mae Whitman) i el seu millor amic, Callum (Julian Morris).

del seu pare Mac (Nathaniel Parker). Decidida a treure-la d'aquesta letargia, la seua millor amiga Laura (Lucy Eaton) la inscriu d'amagat a *Les 12 cites de Nadal*, un programa local que organitza una dotzena de trobades romàntiques temàtiques –des de balls d'època fins a sessions de patinatge sobre gel– amb l'objectiu de trobar parella abans de les festes.

Com no podia ser d'una altra manera, a la trama coral acaben sumant-se el millor amic de tota la vida de la protagonista, Callum (Julian Morris); la mare que torna a casa per Nadal, Delilah (Mary McDonnell); i la viuda del poble que comença a obrir el seu cercle social, Evelyn (Jane Seymour).

Sense entrar en més detalls per no rebentar la trama, encara que aquesta sigui més que predictible, la cinta de sis episodis aprofundeix de forma molt explícita en temes recurrents com les segones oportunitats, l'autenticitat davant de la mentida i la necessitat d'atrevir-nos a sentir. La treballada ambientació nadalenca i la brillant interpretació de Whitman, que actua com a ancoratge emocional de tota la història, es contraposen a les cites reduïdes a la caricatura i a l'escassa explotació dels personatges secundaris. El típic producte d'aquestes dates, en definitiva, que serveix més com a entreteniment lleuger i amable que no com a narració innovadora –i molt menys inoblidable–, a cavall del plaer culpable i la saturació del subgènere.

DOCE CITAS ANTES DE...

Plataforma: Movistar+.
Creació: Erin Rodman.
Repartiment: Mae Whitman, Nathaniel Parker, Lucy Eaton, Julian Morris, Jane Seymour.

★★

El Confidencial

EN 'STREAMING'

Quedan 2 días para ver en Movistar Plus+ esta imaginativa ciencia ficción, que mezcla vikingos con extraterrestres

Dirigida y escrita por Howard McCain, parte de una idea arriesgada: trasladar el espíritu del poema épico 'Beowulf' a un contexto alienígena



Por **A. R.** 29/12/2025 - 16:05

Quedan apenas dos días para que una singular película de ciencia ficción abandone el catálogo de la plataforma de streaming Movistar Plus+. Estrenada en 2008, propone un cruce poco habitual entre vikingos, mitología nórdica y elementos extraterrestres, con acción, criaturas y un tratamiento épico que la erige como un entretenimiento ideal para las festividades.

La cinta es *Outlander* (cabe no confundirla con la popular serie de televisión), dirigida y escrita por Howard McCain, y parte de una idea tan arriesgada como directa: trasladar el espíritu del poema épico *Beowulf* a un contexto de ciencia ficción. Ambientada en la Escandinavia del siglo VIII, la historia arranca con el impacto de una nave espacial en plena era vikinga.

De ese accidente emerge Kainan, un guerrero alienígena interpretado por Jim Caviezel, que deberá integrarse en una comunidad humana mientras persigue a una criatura letal llegada con él desde otro mundo. Tras ser capturado por los guerreros locales, Kainan se ve obligado a demostrar su valía en un entorno hostil, donde los ataques de una bestia conocida como el Moorwen ponen en jaque a varias aldeas.

A medida que avanza la trama, la película explora temas como la culpa, la venganza y la convivencia entre culturas, apoyándose en una imaginería visual marcada por aldeas vikingas, forjas, espadas y criaturas diseñadas por Patrick Tatopoulos. El reparto se completa con **Sophia Myles, Jack Huston, John Hurt y Ron Perlman**, en una producción que apostó por escenarios construidos expresamente, y un diseño artesanal muy vinculado a la tradición nórdica.



Fotograma de la película 'Outlander'. (Movistar Plus+)

En su estreno, *Outlander* tuvo una recepción crítica desigual. Algunos medios como The Hollywood Reporter destacaron su ambición visual y el diseño del monstruo, mientras que Variety subrayó la autenticidad del vestuario y los decorados. En taquilla, el filme no logró recuperar su elevado presupuesto, pero con los años ha encontrado cierto recorrido como obra de culto menor. Su salida inminente de Movistar Plus+, **este 31 de diciembre**, la convierte en una última oportunidad para descubrir una propuesta de ciencia ficción del todo inusual.