RESUMEN DE MEDIOS **VIERNES, 5 DE DICIEMBRE DE 2025**

TEMAS DEL DÍA

DERECHOS DEPORTIVOS

De Telefónica a la OTT de Ligue 1: así queda el mapa de los derechos de TV en el fútbol europeo (2Playbook)

Movistar Plus+ y Orange TV ahora regalan el baloncesto: hay una letra pequeña (Xataka)

Ya se sabe qué paquetes de Movistar Plus+ van a tener la NBA y ACB con DAZN (Adslzone.net)

TELEFÓNICA

El presidente de Telefónica se sincera (The Times)

Telefónica reduce un 5% la afectación del ERE en la matriz y dos filiales (Cinco Días, Expansión)

Telefónica rebaja los despidos del ERE y mejora las condiciones para los trabajadores fuera de convenio ante una creciente tensión sindical (El Mundo)

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ actualiza tarifas: subida en paquetes principales con deportes y plataformas, descensos en opciones específicas (Mundoplus.tv)

La Diputación de Sevilla premia a Manuela Ocón por su trayectoria profesional (El Correo de Andalucía, Sevilla Informa)

WARNER BROS. DISCOVERY

Netflix gana la puja por Warner Bros. Discovery e iniciará negociaciones exclusivas para cerrar un acuerdo (Financial Times Deadline, The Wall Street Journal, Variety),

Figuras destacadas de la industria advierten al Congreso de un colapso económico e institucional en Hollywood si Netflix compra WBD (Variety)

Paramount cuestiona la imparcialidad de Warner Bros. Discovery y la idoneidad del proceso de venta: la carta completa (CNBC)

Paramount quiere que se sepa que no se quedará parada si Netflix o Comcast son los postores ganadores (Deadline)

Paramount Skydance alega que la venta de Warner Bros. Discovery se ha visto afectada por conflictos de gestión que favorecen la oferta de Netflix (Variety)

Las ofertas por WBD. Esto es lo que Paramount, Comcast y Netflix podrían hacer con los activos (CNBC)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

La Conferencia Episcopal premia a "Los Domingos" con el Bravo 2025 (Europa Press, Servimedia)

FICCIÓN ORIGINAL

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

Entrevista con Rafel Cobos, que se estrena como director con "Golpes" (EL PAÍS)

Miradas sobre la España de la Transición: 'Anatomía de un instante' y 'Golpes' (Mauricio Bach en El Español)

Anatomía de un instante (Daniel V. Villamediana en Rockdelux)

El peso de nuestra historia reciente (Abraham Ceballos en diarios del Grupo Publicaciones del Sur)

SILENCIO

María León, actriz: "El miedo es el demonio, es la destrucción de la humanidad" (Fotogramas)

Omar Ayuso, pesadilla en tonos pastel (Acero)

Por qué 'Silencio', la serie de Eduardo Casanova de vampiras y SIDA, está escandalizando al público (Libertad Digital)

Lo que estoy viendo: "Silencio" (Natalia Marcos en EL PAÍS)

Cómo se rodó 'Silencio': localizaciones, estética radical y secretos del rodaje de la serie más ambiciosa de Eduardo Casanova (Cultura en Serie)

NO FICCIÓN ORIGINAL

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

'Hasta que me quede sin voz' llega a Movistar+ (Rocktotal)

FLORES PARA ANTONIO

"Flores para Antonio" (Irene Villa en La Razón)

LEO HARLEM

Movistar Plus+ estrenará en Nochebuena el espectáculo «Hasta luego, Leo» (Mundoplus.tv)

CONTENIDO EXCLUSIVO

TERRA ALTA

Miguel Bernardeau: "Para mí no hubiera sido un problema hablar catalán en 'Terra Alta'" (El Periódico)

"Terra Alta" (Crítica en Mindies)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

España, Irlanda, Países Bajos y Eslovenia renuncian a acudir a Eurovisión al aceptarse la participación de Israel (EL PAÍS, El Mundo, ABC, Financial Times)

RTVE rueda su primer microdrama para Playz, que pasará a ser una app vertical (Cveintiuno)

Telecinco no encuentra su salvavidas (Natalia Marcos en EL PAÍS)

¿Oportunidad o sentencia de muerte para el cine de animación? Profesionales del sector analizan la irrupción de la IA (EL PAÍS)

Ibermedia Next: cómo el programa de nuevas tecnologías ha transformado la animación y a los animadores en Latinoamérica, España y Portugal (Variety)

3Cat recupera a la audiencia joven: el 43 % de los usuarios tiene menos de 45 años (Panorama Audiovisual)

DEPORTE Y TV

LaLiga cumple sus amenazas e inicia acciones legales contra los futbolistas por el paro contra el partido de Miami (El Mundo)

Entrevista con José María Solana, director Global de Marca de Moeve (MARCA)

¿Euroliga o NBA Europa? La fecha clave para definir el futuro del Barça (SPORT)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Los sentimientos no importan: cómo la era Ellison está transformando Paramount (The Hollywood Reporter)

SkyShowtime amplía su presencia en Portugal en alianza con NOS (TTV News)

Amazon agrega una pestaña de noticias a Prime Video para expandir su plataforma de usuarios (Reuters)

Solo 50 plataformas de microdramas sobrevivirán tras la consolidación del mercado (Cveintiuno)

El colapso de los publicistas de Hollywood (The Hollywood Reporter)

Las mejores series de TV de 2025 (Los Angeles Times)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Los dispositivos Fire TV de Amazon añaden un nuevo truco: describe una escena de una película y Prime la localiza al instante (The Hollywood Reporter)

El trío tecnológico que está redefiniendo cómo (y qué) vemos (The Hollywood Reporter)

2Playbook

De Telefónica a la OTT de Ligue 1: así queda el mapa de los derechos de TV en el fútbol europeo

Las telecos y DAZN dominan la oferta en cada país de las grandes ligas, donde LaLiga ha conseguido la mayor revalorización. Los clubes ingleses son los que más cobran, con una media de 162 millones de euros, tanto como el Barça por el torneo doméstico.



Jabier Izquierdo 5 de diciembre de 2025

El temor de que la gallina de los huevos de oro deje de ponerlos sobrevuela la industria del fútbol europeo. No es algo nuevo, se venía intuyendo desde hace unos años, pero tras la pandemia la inquietud aumentó. La televisión aporta la mayor parte de los ingresos de los clubes profesionales. En el top-20 de ligas europeas, los clubes facturaron 8.165 millones de euros por esta vía en 2023. Pese al nerviosismo, reconocido por las propias competiciones, varias de ellas han logrado renovar al alza sus contratos para el próximo ciclo. Casualidad o no, las ligas y torneos más relevantes. Así queda el mapa de derechos y su valor.

LaLiga, la que más crece por ahora: Movistar Plus+ y DAZN

Aunque no es la más valiosa, LaLiga EA Sports es la que más ha revalorizado sus derechos en el último tender. El nuevo contrato con Movistar Plus+ y DAZN para el ciclo 2027-2032 le garantiza 1.050 millones de euros anuales, un 6% más que en el periodo actual por sus dos principales paquetes de derechos. En total, 5.250 millones de euros a repartir, mayormente, entre los clubes de Primera División, aunque una parte irá a parar a CVC por el Plan Impulso. A eso habrá que añadir los 130 millones anuales que se espera obtener con el canal horeca para el siguiente ciclo.

Telefónica abonará una media de 527,17 millones de euros por temporada (2.635 millones en total), lo que supondría una subida de entre el 1% y el 2% respecto al anterior ciclo. DAZN, por lo tanto, se entiende que pagará una media de 522,83 millones, frente a los 470 millones que aproximadamente pagaba actualmente. La razón de esta subida de la OTT británica va ligada al gran cambio del próximo ciclo: no habrá jornadas exclusivas para Movistar Plus+. Esto se traduce en 15 partidos más al año para DAZN.

Por ahora, se desconoce si en 2027 se mantendrá la sublicencia del lote de plataforma de streaming a la teleco española para que su plataforma siga emitiendo el 100% de LaLiga EA Sports. En una entrevista exclusiva con 2Playbook horas después de la resolución del concurso audiovisual, Javier Tebas, deslizó posibles cambios: "Creo que en este próximo ciclo vamos a encontrarnos con un panorama diferente".

Según los últimos datos conocidos, relativos a 2023-2024, el reparto del dinero de la televisión en Primera División va desde los 162,5 millones de euros que se embolsó el Barça a los 42,6 millones de euros que percibió la UD Almería.

La Premier League, la más rica: Sky, TNT Sports (Discovery) y BBC

Si la liga española es la que más crece, la Premier League se mantiene como la más rica. Con mucha diferencia. Los 20 clubes de la Primera División inglesa se repartieron 2.833 millones de libras (3.230 millones de euros) en 2024-2025. La media fue de 142 millones de libras, 162 millones de euros al cambio, lo mismo que facturó el FC Barcelona en 2023-2024 por la televisión de LaLiga.

En esta brecha, la clave es la dominancia en el mercado internacional, por donde ya factura más que por la venta de sus derechos en el mercado doméstico. En Reino Unido, la Premier se la reparten Sky, TNT Sports y la BBC, aunque la televisión pública sólo cuenta con los resúmenes y el histórico programa Match of the Day.

Para lograr una revalorización del 4%, el recién estrenado contrato pasó de tres a cuatro años (2025-2029) y ha sumado 70 partidos más por temporada. Es la gran bala en la recámara del fútbol inglés, que hasta 2018 sólo emitía por televisión 200 partidos por campaña, frente a los 270 actuales.

Por lo tanto, esto reduciría en un 25% el valor teórico por retransmisión. Asimismo, Amazon no ha renovado su paquete de partidos por Navidad tras seis años de alianza. En total, tiene garantizados 6.704 millones de libras (7.643 millones de euros) en el mercado doméstico; 1.676 millones de libras (1.911 millones de euros) por temporada.

Bundesliga, la gran rival de España: Sky y DAZN

Por su parte, en la Bundesliga, la liga más próxima a la española en términos de negocio, la revalorización con sus derechos nacionales fue del 2%, hasta 1.121 millones por temporada. En total, la máxima categoría del fútbol alemán se ha garantizado 4.484 millones de euros para el ciclo 2025-2029. Y una ventaja en el reparto respecto a LaLiga y la Premier League: son 18 clubes, por lo que cada uno toca a más. En el anterior ciclo, repartía, de media, 60 millones de euros por club.

Sus socios audiovisuales son Sky y DAZN por segundo ciclo consecutivo. Entre 2025 y 2029, ambas plataformas se repartirán los derechos, si bien ambos querían hacerse con la exclusividad de la liga, que, por primera vez, se abría al comprador único. De hecho, previamente, DAZN logró frenar en los tribunales el tender, que inicialmente le había dado la exclusiva de los derechos a Sky.

La Bundesliga alegaba que la OTT británica no cumplía con los términos de la licitación. Sin embargo, la Justicia le dio la razón a la plataforma, que ganó uno de los lotes del concurso tras su reinicio.

Serie A, un contrato a la baja con muchos variables: DAZN y Sky

En Italia, el principal socio audiovisual del calcio es DAZN. La plataforma deportiva emite toda la Serie A –con 7 partidos en exclusiva–, a lo que se suma Sky con tres encuentros en coexclusividad. El primero paga 700 millones de euros anuales; y el segundo, 200 millones, para un total de 900 millones de euros por temporada en el ciclo 2024-2029.

La renovación se firmó con muchos variables y un fijo garantizado que supone un ajuste del 3% respecto al anterior ciclo. El objetivo de la Lega Serie A ha sido durante casi una década alcanzar los 1.050 millones de euros anuales. Sin éxito. La liga podría alcanzar los 1.000 millones en el último año sólo si la OTT británica alcanza un número de suscriptores prestablecidos, para lo que también está innovando con ideas como la de permitir suscripciones específicas para los partidos de un único equipo en lugar de toda la competición.

Ligue 1, un caos que acaba en un modelo pionero: Ligue 1+ y beIN

Mención aparte merece la Ligue 1. Con diferencia, la liga francesa es la más inestable del Big-5. Una crisis galopante que tiene relación directa con la televisión. Desde que Mediapro rescindiera su contrato anticipante en

pandemia, por la negativa de la LFP a renegociar un acuerdo de récord –830 millones de euros por temporada–, el valor de sus derechos no han dejado de caer. Ya la temporada pasada firmó sobre la campana un contrato de 500 millones, un 40% inferior, con DAZN y beIN Sports, que emite un partido en exclusiva.

La OTT sólo ha durado un año y el grupo catarí, que comparte presidente con el Paris Saint-Germain (PSG), amenaza con dejar el contrato si no recibe mayor libertad de elección de sus partidos. En juego, 400 millones de euros, de un contrato que expira en 2029 y de los que 80 millones corresponden al paquete de patrocinio de la competición adquirido por el canal.

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

El plan de negocio dibujado por la LFP pasa por alcanzar los 350 millones de euros de ingresos a través de la Ligue 1+ en 2028-2029. ¿Cómo? Acercándose a los 2,5 millones de abonados y una subida de precios gradual hasta los 19 euros mensuales –actualmente, cuesta 14,99 euros con compromiso de un año–. Por ahora, ya supera el millón de suscriptores en tres meses de vida. Y sin el apoyo de Canal+, que se ha negado a sellar un acuerdo de distribución del canal en los términos propuestos.

La Champions League da la bienvenida a Mr. Paramount

Finalmente, la Champions League también acaba de renovar su ciclo (2027-2031) y con novedades importantes. Mantiene a muchos socios históricos, como Movistar Plus+ en España y Canal+ en Francia, pero suma a otros que están llamados a hacer mucho ruido en el panorama audiovisual del fútbol y del deporte europeo. Ruido que proviene de Estados Unidos.

Paramount+ ha comprado el principal lote de partidos en Reino Unido y Alemania, y habría presentado ofertas en el resto del Big-5, forzando a que las ofertas recibidas por UC3 fueran superiores a lo inicialmente contemplado. La plataforma estadounidense ya era la televisión de la Champions League en Estados Unidos, donde pagará 1.500 millones de dólares (1.300 millones de euros) entre 2024 y 2030, un 66% más que en ciclo anterior. Es uno de los mayores contratos de UEFA fuera de Europa.

En Reino Unido, releva a TNT Sports, mientras que en Alemania coge el testigo a DAZN. En el primero de estos mercados, se mantiene Amazon Prime Video con un paquete de partidos de Champions, mientras que BBC emitirá los resúmenes. Otra cuestión importante es que a Paramount+ sólo le interesa la Champions. Tanto la Europa League como la Conference League la tendrá en exclusiva Sky Sports.

En Alemania también estarán muy repartidos los lotes de derechos y con un modelo muy similar: el principal para Paramount+; Prime Video tendrá partidos; la televisión pública ZDF se queda con los resúmenes y DAZN, con la exclusiva de Europa League y Conference League. Por su parte, en Italia, Prime Video mantendrá el paquete de primera elección de los miércoles de Champions y Sky emitirá la mayoría de encuentros (184 partidos).

La media de ingresos por club

Aunque esta operación no es sencilla, al incluirse en ocasiones partidas ligadas a derechos de la Copa, Europa u otras competiciones, sí que se puede cotejar un aproximado de cuánto factura, de media, un club de las grandes ligas europeas.

Por debajo de los 162 millones ya mencionados de Premier League, destacan los 68 millones de LaLiga, los 61 millones de la Bundesliga, los 55 millones de la Serie A y, antes del caos del último año, los 25 millones de la Ligue 1, según datos de la UEFA relativos a 2023.

Fuera del Big-5 sólo Portugal cobraba, de media, más de 10 millones por televisión, pero esta cifra tiene trampa. Es, con mucha diferencia, la liga con mayor brecha entre el primero y el último clasificado: el gap es de 12,6. ¿El motivo? Todavía no hay venta centralizada –llegará en 2027–, y su Big-3 (Benfica, Oporto y Sporting de Portugal) se embolsa el 64% del total de ingresos por televisión.

Movistar Plus+ y Orange TV ahora regalan el baloncesto. Hay una letra pequeña que hace que no sea tan chollo

Si pagas unos 90 euros o más por la fibra, el móvil y la televisión, tienes la posibilidad de ver todo tipo de deportes



Plokiko 4.12.2025

A todos nos gusta la palabra "gratis". Tiene un efecto magnético inmediato, especialmente cuando hablamos de deportes premium que, en los últimos años, se han fragmentado en mil suscripciones diferentes. La reciente inclusión de contenidos de baloncesto (como la NBA y la Liga Endesa) en las ofertas de Movistar y Orange sin subir el precio nominal de ciertos paquetes ha sido recibida como una gran noticia. Y, sobre el papel, lo es: más deporte por el mismo precio.

Sin embargo, en el mundo de las telecomunicaciones no es oro todo lo que reluce y conviene rascar un poco la superficie. ¿Es realmente un regalo para el aficionado medio al baloncesto? La realidad es que para acceder a este contenido "sin coste adicional", el usuario debe atravesar un peaje de entrada considerable. No basta con querer ver a LeBron James o al Real Madrid; hay que estar dispuesto a contratar el ecosistema completo del operador, lo que convierte este "regalo" en una estrategia de retención para clientes premium más que en una oferta accesible para el gran público.

El peaje de entrada: "gratis" si pagas más de 90 euros

Para entender la trampa, hay que mirar los requisitos. En **Movistar**, el baloncesto de DAZN (que incluye la ACB y la NBA) se integra en el paquete Motor o en Deportes Total. No puedes simplemente añadirlo a una tarifa barata. Esto implica contratar fibra, móvil y televisión básica, y luego sumar el paquete específico.

Las cuentas son claras y, para muchos bolsillos, dolorosas. La opción más "económica" en Movistar para ver este contenido implica fibra de 600 Mbps y una línea móvil de 60 GB junto con la televisión y el paquete Motor, lo que se traduce en 82 euros al mes. Si quieres la experiencia completa con la Euroliga (exclusiva de Movistar en el paquete Deportes Total), tenis y golf, el precio sube otros 10 euros. Estamos hablando de facturas que rozan o superan los 100 euros mensuales solo para empezar a hablar. Y si quieres añadir todo el fútbol, hay que sumar otros 50 euros.

En **Orange**, la situación es similar. El baloncesto llega de la mano del paquete "Todo el fútbol". Esto obliga al usuario a contratar una tarifa Love de alto rendimiento. El punto de partida es la fibra de 600 Mbps con móvil ilimitado, SkyShowtime y fútbol por 101 euros al mes. Si buscas la máxima velocidad, dos líneas móviles y Netflix, la factura se dispara hasta los 127 euros. El baloncesto es un añadido agradable, sí, pero el ticket de entrada es prohibitivo si tu único interés es el deporte de la canasta.

Los deportes incluidos en cada oferta son los siguientes:

	MOVISTAR	ORANGE
LaLiga EA Sports	1 partido por jornada	Incluida al completo
LaLiga Hypermotion Primera Federación	Incluida al completo	Incluida al completo
Champions League Europa League Conference League	1 partido por jornada	Incluida al completo

Premier League Liga F	Incluida al completo	Incluida al completo
Serie A Bundesliga	1 partidos por jornada	Incluida al completo
NBA Liga Endesa Copa del Rey Supercopa Endesa	Incluida al completo	Incluida al completo
EuroLiga	Exclusiva con el paquete Deportes Total	-
Moto GP Fórmula 1	Incluida al completo	10 euros extra (incluye tres plataformas)

¿Compensa frente al low cost?

Aquí es donde el usuario debe sacar la calculadora y ser crítico. La gran ventaja que venden los operadores es la comodidad de tenerlo todo bajo control del mando a distancia y, crucialmente, que estos paquetes de televisión no tienen permanencia. Esto contrasta con la contratación directa de DAZN Baloncesto, donde el precio mensual sin ataduras es de 14,99 euros, o de 9,99 euros si te comprometes a pagar durante todo un año.

Pero hagamos una comparación práctica. Si a ti lo que te mueve es ver la NBA y la Liga Endesa (y puedes vivir sin la Euroliga exclusiva de Movistar), la vía del operador tradicional es extremadamente ineficiente en términos de costes. Hoy en día, combinar un operador como Digi, Lowi o Simyo con una suscripción directa a DAZN es imbatible.

Por unos 35 euros puedes tener una fibra decente y móvil con 50 GB en operadores low cost. Si le sumas los 9,99 euros de la suscripción anual de DAZN, el coste total ronda los 45 euros mensuales. Es prácticamente la mitad de lo que pide Movistar en su opción más barata y menos de la mitad de la opción de Orange. La diferencia anual es de cientos de euros, una cifra que da para pagar varias temporadas de abono o viajar a ver un partido en vivo.

Estrategia de blindaje, no de captación masiva

El movimiento parece más diseñado para blindar a los clientes que ya tienen. Movistar y Orange saben que competir en tarifas básicas es una guerra sangrienta, por lo que apuestan por inflar de valor sus tarifas premium. Al regalar el baloncesto a quien ya paga el fútbol o el motor, están poniendo un candado de oro a ese cliente: "Mira todo lo que te damos, ¿por qué te irías?".



Para el usuario que ya estaba dispuesto a pagar por el fútbol o la Fórmula 1, esto es una noticia fantástica. Para el aficionado exclusivo al baloncesto, la oferta de los grandes operadores sigue siendo un traje que le queda demasiado grande y demasiado caro.

El mercado del *streaming* deportivo sigue evolucionando, y aunque ver cómo se agregan contenidos es positivo para simplificar la fragmentación actual, el usuario debe permanecer alerta. No te dejes deslumbrar por el cartel de "gratis" sin revisar antes la factura final. A veces, la libertad de contratar los servicios por separado sigue siendo la estrategia más inteligente para cuidar tu economía doméstica.

Operadores

Ya se sabe qué paquetes de Movistar Plus+ van a tener la NBA y ACB con DAZN



La NBA y ACB se incorporan al catálogo de Movistar Plus+ a partir del 11 de diciembre. Fuente: montaje logo Movistar Plus+

Daniel Caballero 04 de diciembre, 2025 · 11:17

Los abonados a Movistar Plus+ ya pueden saber en qué paquetes de TV del operador azul se van a incluir estas dos competiciones de baloncesto. De esta manera, aquellos que ya tengan los packs seleccionados, a partir del 11 de diciembre, tendrán acceso a esta nueva oferta deportiva tras la confirmación oficial del acuerdo entre la operadora española y DAZN.

Con la llegada de estas dos competiciones (además de un partido por jornada de la Serie A, la Bundesliga y una selección de partidos de la NFL), Movistar Plus+ vuelve a reforzar su liderazgo dentro de la oferta de derechos deportivos. Además, otro de los detalles clave es que también se conocen los diales en los que se colocarán los nuevos canales de DAZN Baloncesto.

Los paquetes elegidos por Movistar

No todos los paquetes adicionales que se pueden añadir a Movistar Plus+ van a tener la suerte de contar con estas dos competiciones de baloncesto. La operadora ha seleccionado solamente dos de sus packs de TV para incluir la NBA y la Liga Endesa a partir de la semana que viene –justamente, desde el 11 de diciembre de 2025-.



Imagen del contenido de Movistar Plus+ con diferentes disciplinas, entre ellas, la NBA y la Liga Endesa. / Fuente: Movistar

Aunque, hay que tener en cuenta que, en estos momentos –a 4 de diciembre de 2025-, en la web oficial de Movistar todavía no aparecen estas competiciones añadidas en los paquetes seleccionados. Por lo que hay que esperar a que la operadora actualice la información, tal y como ha hecho en anteriores ocasiones.

Deportes Total

Tenía lógica, pero muchos dudaban. Más que nada porque este paquete ya emite la Euroliga y, en su día, era el pack desde el que se podía ver la NBA, por ejemplo. Por esto mismo, tiene todo el sentido del mundo que sea una de las opciones de la operadora para ofrecer la selección de partidos de la NBA y todos los partidos de la Liga Endesa.

El precio de este paquete de televisión -que se puede contratar de manera adicional para Movistar Plus- es de 24 euros al mes. Y ten en cuenta que, como ya ha confirmado el operador, este pack no se encuentra entre los seleccionados para subir de precio a partir de 2026. Al menos, de momento, tal y como se puede leer en las condiciones que están visibles en su página web.

Motor

La otra opción con la que los clientes pueden tener acceso a estas dos competiciones de baloncesto –de la mano de DAZN– es el paquete Motor. Esta opción incluye varios canales de DAZN (1-4) y también el dial de DAZN F1. Y en cuanto a las competiciones que incluye están, por ejemplo, todas las carreras de MotoGP y la Fórmula 1.

Pues bien, este paquete de Movistar es el otro elegido para incluir estas dos competiciones. El precio mensual de este pack en particular es de 15 euros al mes. Y, al igual que con la opción de Deportes Total, no está entre los paquetes que subirán de precio de cara a la subida que se aplicará a partir del próximo enero de 2026.

¿Cuáles son los diales para los tres canales?

Además de los paquetes seleccionados para incluir estas competiciones, es importante hablar de cuáles serán los canales que se añaden con los packs de Movistar Plus+.

Ten en cuenta que los nuevos canales que se sumarán al catálogo de esta televisión (DAZN Baloncesto 1, DAZN Baloncesto 2 y DAZN Baloncesto 3) se podrán visualizar en los diales 87, 88 y 90. Por lo que estarán tras los canales de documentales, con DMAX entre medias. Y como hemos podido verificar, de momento, siguen entre los canales test de la operadora (aún no están disponibles en el decodificador).

THE TIMES

LUNCH WITH THE TIMES

Telefónica boss cuts through the tripe

Marc Murtra has insights into business in the UK and in Spain, where his appointment as head of the telecoms giant and friendship with the prime minister made waves



Marc Murtra's appointment at Telefónica was contentious

Isambard Wilkinson, Madrid Friday December 05 2025, 6.00am GMT, The Times

The pull of tripe is strong in Marc Murtra. It must be his Lancashire roots. It draws us to an unpretentious restaurant in a scruffy corner of the Spanish capital that boasts "Madrid's best callos".

We enter the Taberna San Mames's snug dining room through a front door coated with chipped green paint and squeeze ourselves into our places. The chairman and chief executive of Telefónica, Spain's telecoms giant, says in English, with the faintest northern accent: "Callos, or tripe, is very Castilian and, even though I'm Catalan, I think it's wonderful."

Reflected in a bowl of tripe, which Murtra, 53, is soon lapping up as a starter, is one of the most unusual heads of a member of the Ibex 35 stock market index. Born in Blackburn of a British nurse mother and a Catalan doctor father, he heads a cherished former national champion in the Castilian heartland of Madrid. He is that rare thing among Spain's incestuous business elite: an outsider.

Murtra's British links, which include two years as a pupil at Stonyhurst College, a Catholic public school in Lancashire, are helpful for dealing with Telefónica's UK business, which owns 50 per cent of Virgin Media O2. But a Catalan in charge of a strategic asset annoys conservative Spaniards. So too does his close friendship with Pedro Sánchez, the Socialist prime minister, who is viewed on the other side of Spain's deep political divide as a diabolical autocrat.

Murtra's appointment in January as the head of Telefónica, in which the government has a 10 per cent stake, sparked opposition accusations of political "colonialism". But Murtra responds to the charge of being Sanchez's "political commissar" with a smile and a gentle "pah", conferring it as much significance as the tripe over which his spoon hovers.

His sang froid would cheer his British ancestors. The unveiling of Telefónica's new strategy last month, in which it announced it was halving the dividend, was greeted by the company's shares falling 13 per cent on the day. Murtra recalls that at his previous job, as the head of the defence tech group Indra, "the share price went down 18 per cent one day … and the rest is history". The company posted the best-ever results under his leadership.

Mild-mannered and initially reserved, Murtra warms up after a few sips of house Rioja, a 2022 crianza from Bodegas Martínez Lacuesta, which locals would describe as *correcto*. I also have a glass but, being a soft southerner, dodge the tripe, opting instead for a tuna belly and tomato salad.

With brilliant winter sunshine pouring through a window onto our table, our conversation about his Britishness contrasts with our surroundings. Glazed tiles and a photograph of a *toro bravo* leaping into a bullfight crowd are offset by his declarations of love for porridge, milk in his tea, and Sir Winston Churchill.

Murtra left Blackburn before the age of one but his annual childhood holidays in Oswaldtwistle left their mark. His grandfather, originally a Presbyterian from Ballymena, practised as a GP in the small Lancashire town for 52 years. His English grandmother's love of the Queen and his grandfather's admiration for Margaret Thatcher have informed his own values, he says.

So too has his English reading, which includes David Hume, John Stuart Mill and all of Churchill's works. "I'd go running and listen to all his speeches, which my Catalan friends found peculiar," he muses.

Before the arrival of our main courses — miniature lamb cutlets for him and a fattened Galician tenderloin steak for me — we leave the subject of English idylls and return to Spanish realities.

Telefónica has huge political clout through its control of communications data vital to intelligence agencies and as one of Spain's biggest advertisers, which translates into media influence. Sánchez's detractors say he appointed Murtra, in part, to exert control over media through advertising revenues. Is it true? "Telefónica is a very influential company …[but] I don't think I'd single it out, because there's many other companies. But it is important," he replies.



Marc Murtra, left, in 2021 when he was head of Indra, with Alexander De Croo, right, who was prime minister of Belgium at the time, and Pedro Sánchez, Spain's prime minister

Then there is the question of why his appointments at Indra, which is 28 per cent owned by the state, and then at Telefónica caused a stink.

"Anything in Spain related to political discussion creates noise," he says of the first, where Sánchez fired his predecessor and parachuted him in. "Another reason is because I was considered to be outside the executive establishment in Madrid."

But the main cause, he adds, was "because a lot of the people that were in the company resented me coming in". To create a "Spanish national champion in defence" he managed to remove five naysaying directors from the board.

His critics view his cull as the work of a "smart party hack" acting on Sánchez's orders. Indra's success, they claim, is a fortuitous result of the Ukraine War. Murtra rejects any suggestion of receiving the prime minister's diktats, adding: "I was very much an advocate of talking about defence without any complex … I could see where things were going. So I bet on it very strongly, and that was very painful and noisy, but the results were, frankly, very good."

His appointment at Telefónica was contentious, not least because of the manner of his predecessor's departure. Sánchez summoned José María Álvarez-Pallete to his official residence and sacked him. The prime minister had ordered the Spanish state to acquire 10 per cent in the company in 2023 after Saudi Arabia's STC said it was building a 10 per cent stake in Telefónica. CriteriaCaixa, a private Catalan institution, did the same.

All three joined forces to install Murtra. He plays down the controversy. "I think there was a bit of noise, because Telefónica is such an emblematic company," he says, toying with a chop. He bridles at the suggestion that he is Sánchez corporate fixer but prides himself on his fixing abilities.

"I go to companies when there's a deep issue to change," he states, a steely glint in his pale blue eyes. "I set an objective and I go for it with very strong determination and that sometimes causes pain. I think it's for the greater good."

Consensus holds that Telefónica needs change and that his predecessor was short on ideas. The company, which is 100 years old and was Spain's monopoly operator until 1997, is struggling, like Europe's other biggest telecoms companies, with rising investment costs and falling prices. Valued today at €24 billion, it is highly leveraged, with nearly €29 billion of net debt.

Telefónica's biggest fault that Murtra wants to address is an "excessive focus in short-termism and not taking tough decisions, such as such as leaving lossmaking countries [in Latin America], adjusting our dividend pay-out to the realities of our cash-flow generation, and taking part of our cash flow and investing more in a way that will bring will results in three to four or ten years, and not necessarily next year".

His aim is for Telefónica to "become the best-in-class European telco". He adds: "We need to offer customer service, entertainment, broadband and mobile in all the countries. We need to have a good B to B offering."

As we relax over our food, we eat with our fingers in the Spanish style, picking up a chip, or, in his case, getting to grips with the remains of a chop. He gesticulates with a bone in hand when affirming his pledge on “delivery … [of] quarter by quarter and beating the drum constantly and transforming the company”.

He has offloaded Telefónica’s Argentine business and has just presented unions with a plan to cut just over 5,000 jobs in Spain as the telecoms group looks to consolidate its operations in four core markets, Spain, Germany, Brazil and the UK. Yolanda Diaz, the communist deputy prime minister, called the move “indecent” but Murtra, not to be drawn on politics, declines to comment.



Marc Murtra wants Europe to loosen rules on mergersMARTA GONZÁLEZ DE LA PEÑA ROYO FOR THE TIM ES

“So fewer projects with more debt to be able to innovate and invest in technology in a more transformative way, we need more scale,” he says, summing up his priorities. “It is safe to assume that we have [merger and acquisitions] conversations going on in every one of our markets.”

He sees growth opportunities in cybersecurity and AI markets but he is looking to Europe to loosen rules on mergers so that the Continent can try to catch up with China and the US. “What I know is that Europe doesn’t have technological giants and telcos can be technological giants if we’re allowed to gain scale. And that has to do with the European Commission, and that has to do with local regulators,” he says.

He cautions about “a Sputnik moment where Europe realises we don’t have the technology, and when that technology is necessary, we will not be allowed to use the latest, and that means that there is a huge asymmetry”.

The conversation reverts to the UK, and Telefónica’s British business as co-owner of VMO2 with Liberty. He plays down speculation that VMO2 is in strategic disarray at the top because of different priorities between Telefónica and Liberty, which is in cash-raiding mode. “We have a great relationship with Liberty,“ he says, the steely look returning. “We can all consider the merger a great success.”

Asked if the spin-out of its fibre network assets into a new company that could be floated on the stock market is off the table permanently or just for now, he replies: ‘Our strategy is to keep infrastructure, core infrastructure, that is telco infrastructure near.”

VMO2 is in early stage talks with Netomnia, fourth-largest fibre network in the UK. Is there a greater appetite for taking over some of the distressed altnets in the UK? He says: “The way I see it is there will be a consolidation.”

In spite of a high debt burden and, as per third-quarter results, still losing mobile and broadband customers, Murtra remains bullish about VMO2’s prospects. “We have an ambitious plan that includes investment and long-term permanence and hiring of a lot of people eventually,” he says.

The menu, which unsurprisingly lacks his beloved Lancashire cheese, also is unable to offer him some fruit “to counter the tripe”, he quips. He goes without dessert and I wolf a tarte tatin.

Over coffee, the sobre-mesa, or after-lunch chat, turns to Brexit — bad; old British values —disappearing; and his friend Sánchez, for whom he harbours “a great, great respect for his political ability, his grit and his capacity of achieving things”.

To many in Spain the latter point about the prime minister may sound like tripe. But few would disagree with the rest. Murtra at least shares the quality of grit with his powerful chum, relishing the battle. “I like a bit of rock ‘n’ roll,” he admits.

CV

Age: 53

Education: Industrial Engineering degree from the School of Industrial Engineering of Barcelona at the Polytechnic University of Catalonia. Also has a Master of Business Administration from the Stern School of Business at New York University.

Career: January 2025-present: Telefónica executive chairman; member of the board of directors of Telefónica and member of the board of trustees of the Fundación Telefónica. GSMA board. Member of the board of trustees at La Caixa.

2021-2025: chairman of Indra and member of the board of directors of ITP and Ebro Foods.

Previously: managing partner of Closa Investment Bankers and Crea Inversión; general director of Red.es, chief of staff to the minister of industry, tourism, and trade of the government of Spain; British Nuclear Fuels in UK and DiamondCluster. Associate professor of financial management, financial economics, and master of science in finance and banking at Pompeu Fabra University.

Family: Married with three children

Bill

1½ callos €20
1½ ensalada ventresca bonito €13.50
1 chuletillas €30
1 solomillo cebon €36
2 pan €5.60
1 agua mineral sin gas €3.50
2 copa Rioja €9
1 tarta tatin manzana €8
2 café espresso €5.60

Base imponible €119.27
IVA 10% €11.93
Propina (service) €10

Total €153.13

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 6214 €
ÁREA: 198 CM² - 43%

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

5 Diciembre, 2025





Edificio corporativo de Telefónica Chile. EUROPA PRESS

Telefónica reduce un 5% la afectación del ERE en la matriz y dos filiales

R. M.
MADRID

Telefónica ha propuesto una reducción del 5% de la afectación del ERE para tres filiales fuera del convenio de empresas vinculadas (CEV). La propuesta del grupo a los sindicatos situaría los despidos en 133 en Telefónica Global Solutions, 221 en Telefónica Innovación Digital y 359 en la matriz Telefónica SA, lo que supone 38 personas menos que en la afectación inicial. Esta reducción se une a la planteada hace dos días para Movistar+ de 52 bajas, un 17,5%, hasta un total de 245 salidas (frente a las 297 iniciales).

La compañía continúa con las negociaciones para el ajuste de plantilla fijado inicialmente en 6.088 personas para las siete filiales españolas, cifra que se ha ido rebajando en los últimos días hasta las 5.998 tras las negociaciones de ayer. No obstante, la empresa mantiene invariables los despidos en las tres principales filiales sujetas al CEV (Telefónica de España, Móviles, Soluciones).

Además, en la última oferta equipara las condiciones económicas de salida por prejubilaciones de las tres filiales secundarias a las de la CEV. Así, la nueva propuesta dirigida a los empleados de Telefónica Global Solutions, Telefónica SA y Telefónica Innovación Digital permite a los trabajadores nacidos en 1969 y 1970 y con al menos 15 años de antigüedad optar por la desvinculación. Las condiciones económicas consisten en el 68% de su sueldo regulador hasta los 63 años y el 35% hasta los 65 años.

El sindicato UGT indicó que espera que la compañía realice una mejora adicional a esta propuesta. El motivo es que, en estas sociedades en particular, la estructura salarial incluye una mayor proporción de pluses que reducen el atractivo de los porcentajes ofrecidos. Además de las rentas, UGT reiteró su demanda de que las bajas sean estrictamente voluntarias, rechazando cualquier aplicación de despidos forzosos.

Por otro lado, la dirección de Telefónica dio a conocer el esquema indemnizatorio para quienes salgan con el ERE y no puedan acogerse a las prejubilaciones. La empresa propone 46 días por año hasta el 12 de febrero de 2012 y 34 días por año desde esa fecha, con un límite de 30 mensualidades. Este modelo sería el único de aplicación al personal directivo.

El sindicato también ha solicitado mejorar estas indemnizaciones. "UGT no acepta que la dirección plantee modelos equiparables a los utilizados por empresas que han ejecutado despidos colectivos en situaciones de grave crisis económica o bajo el control de fondos de inversión especulativos. Telefónica no se encuentra en esa situación, por lo que urgimos a la empresa a incrementar las cuantías propuestas", manifestó la organización sindical.

En cuanto a la afectación del ERE, la organización sindical reiteró que debe limitarse exclusivamente a las prejubilaciones voluntarias. "Lo trasladado por la empresa está, hoy por hoy, muy lejos de un acuerdo posible", aseguró. Asimismo, reivindica que las indemnizaciones incorporen cantidades adicionales que "fomenten realmente la voluntariedad".

Expansión

5 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 3409 €
ÁREA: 31 CM² - 17%

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



Telefónica rebaja despidos en tres de las filiales del ERE

Ignacio del Castillo. Madrid

Telefónica propuso ayer reducir en un 5% la afectación del expediente de regulación de empleo (ERE) en Telefónica Global Solutions, Telefónica Innovación Digital y Telefónica S.A –tres de las siete filiales afectadas–, una oferta que los sindicatos tildaron de "insuficiente". El motivo es que ese porcentaje de disminución del ERE sigue siendo bajo para evitar la aplicación de despidos forzosos en las mencionadas sociedades en un contexto en el que los sindicatos abogan por que el proceso se cubra de forma íntegra con salidas voluntarias.

La propuesta de reducir en un 5% la afectación supondría que los despidos en Telefónica Global Solutions se situaría en 133 (frente a los 140 iniciales), mientras que en Telefónica Innovación Digital la cifra bajaría a 221 salidas (la propuesta inicial era de 233) y en Telefónica S.A –la matriz, de la que depende el centro corporativo– bajarían a 359 (378 al comienzo de las negociaciones).

Estos recortes en las afectaciones se unen a los ya propuestos en Movistar+, la televisión del grupo, en donde se redujo en 54 bajas (con 245 en vez de las 297 iniciales).

De esta forma, la cifra ya se ha recortado en 90 salidas, por lo que el monto total, que inicialmente era de 6.088 empleados ha bajado por debajo de 6.000, hasta 5.998.

Sin embargo, UGT considera que "esta reducción es totalmente insuficiente y continúa muy alejada de un posible escenario de acuerdo", según señaló el sindicato.



Marc Murtra, presidente ejecutivo de Telefónica.

Entel y América Móvil rompen su alianza para comprar la filial chilena de Telefónica

Ruptura en Chile

Por otra parte, la chilena Entel y la mexicana América Móvil –controlada por Carlos Slim– han roto su acuerdo para presentar una oferta común vinculante para adquirir los activos de Telefónica en Chile.

Ambas compañías aseguraron que seguirán explorando por separado la posibilidad de comprar la filial de Telefónica. Por otra parte, Wom, otro de los competidores, ha presentado una oferta vinculante por la filial de Telefónica, según la prensa local.

EMPRESAS

Telefónica rebaja los despidos del ERE y mejora las condiciones para los trabajadores fuera de convenio ante una creciente tensión sindical

La negativa de la empresa a que la oferta sea solo para prejubilaciones voluntarias y la fricción en lo económico marcará la próxima semana



José M. Rodríguez Silva Jueves, 4 diciembre 2025 - 15:00

La última ronda de negociaciones del ERE de Telefónica se ha saldado con una reducción mínima de afectados entre las filiales fuera del convenio, con un recorte de 38 despidos a repartir entre las tres sociedades, lo que viene a ser un 5%, y una sustancial mejora económica que equipara las indemnizaciones a los salientes de las filiales del convenio principal. En total, Telefónica plantea el despido de 6.005 trabajadores.

La nueva oferta permitiría a los trabajadores de Telefónica Global Solutions, Telefónica SA y Telefónica Innovación Digital nacidos entre 1969 y 1970 y con 15 años de experiencia dejar la empresa con el 68% del sueldo hasta los 63 años y el 35% hasta los 65. En este sentido, UGT destaca que espera una mejora aún mayor por parte de la empresa, ya que el esquema de retribución en estas sociedades es diferente y, al tener mayor parte del sueldo con pluses, hace los porcentajes menos atractivos.

Asimismo, también ha reclamado la voluntariedad de los despidos y una mejora para las indemnizaciones planteadas para personal directivo de 46 días por año hasta el 12/02/2012 y 34 días por año desde esa fecha, con un límite de 30 mensualidades. "UGT rechaza que la dirección especule con modelos similares a los firmados en empresas que han presentado Despidos Colectivos en contextos de causas económicas severas y bajo estructuras accionariales dominadas por fondos con clara orientación especulativa. Telefónica no se encuentra en ese escenario, y por ello instamos a la empresa a mejorar las cantidades", traslada el sindicato.

Tras esta reunión, el grueso de conversaciones se producirá ya después del puente cuando el ERE entra en su fase final, ya que debe cerrarse antes de que comiencen las Navidades. Las principales fracturas en la negociación están en la imposición de despidos forzosos y las áreas vetadas por la consideración de "no excedentarias" por parte de la compañía.

En paralelo, también existen dificultades a la hora de pactar el convenio, ya que Telefónica es reticente a los aumentos salariales que quieren los sindicatos y plantea que las futuras subidas o incluso la ampliación del teletrabajo se liguen a rendimiento.

Recorte de valor de Bank Of America

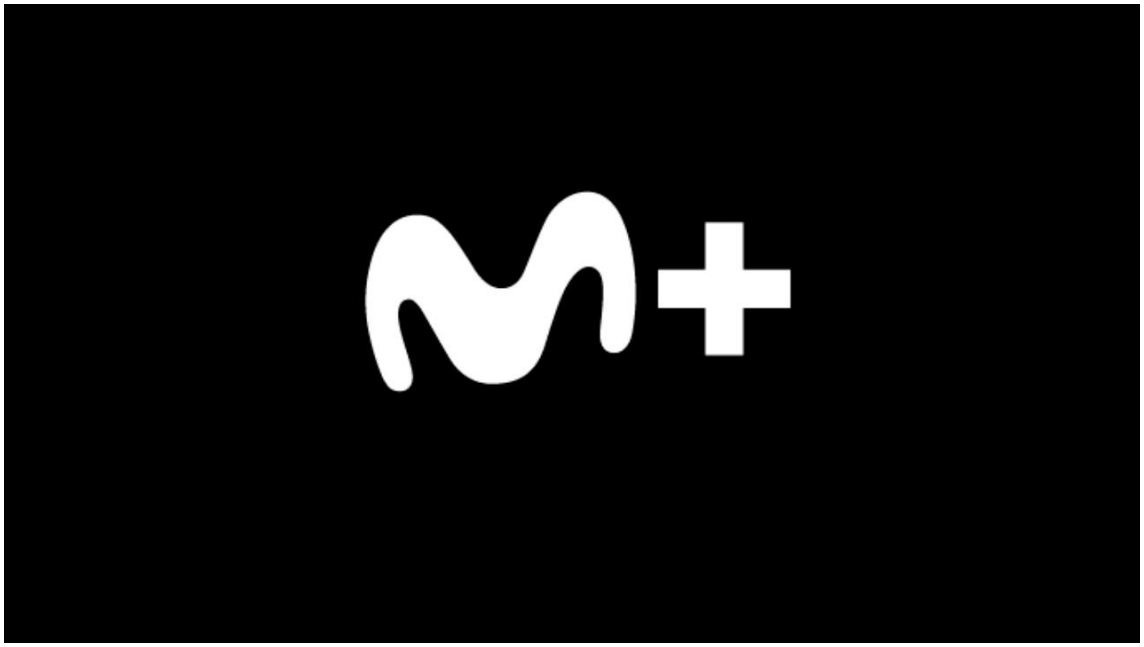
Precisamente, este jueves se cumple un mes de la presentación del nuevo plan estratégico de la compañía, del que Telefónica no se ha recuperado en bolsa. En un informe para inversores, Bank Of America le ha asestado un recorte de valoración hasta los 3,4 euros y ha señalado que la compañía se encuentra "en un limbo".

La entidad apunta a la difícil situación del mercado alemán y Reino Unido como elementos negativos contra la acción, pero señala que la racionalización de costes y la venta del resto de mercados latinoamericanos puede ser un valor al alza para los títulos.

TV Digital

Movistar Plus+ sube los precios

4 de diciembre de 2025



Movistar Plus+ ha anunciado una actualización general de tarifas que entrará en vigor el 13 de enero de 2026, una revisión que supone una subida directa en la mayoría de sus paquetes principales de televisión, especialmente aquellos asociados a contenidos deportivos y a plataformas de *streaming*, mientras que otros servicios complementarios experimentarán descensos destacables.

Entre las subidas más relevantes se encuentra «Movistar Plus+», cuya cuota pasa de 13 a 14 euros, un incremento de 1 euro mensual. También cambia el precio del paquete «Fútbol Total», que sube de 49 a 50 euros, sumando igualmente 1 euro. Del mismo modo, los paquetes deportivos individuales también se actualizan: «LALIGA» incrementa su precio de 35 a 36 euros, mientras que «Champions» sube de 23 a 24 euros, en ambos casos con una subida de 1 euro.

En el apartado de ficción la subida es más acusada. El paquete «Ficción Total» aumenta de 19 a 21 euros, es decir, 2 euros adicionales. Las modalidades que combinan este paquete con plataformas externas también se encarecen: «Ficción Total con Netflix Estándar» pasa de 31 a 33 euros (+2 euros), «Ficción Total con Netflix

Premium» sube de 37 a 39 euros (+2 euros), y «Ficción Total con Netflix con Anuncios» lo hace de 24 a 26 euros (+2 euros). La mayor subida se aplica a «Ficción Total con Disney+», que aumenta de 25 a 29 euros, un ajuste de 4 euros, el más alto de toda la actualización.

También las modalidades individuales de Disney+ experimentan incrementos: «Disney+ con Anuncios» sube 1 euro, «Disney+ Estándar» se encarece otros 1 euro, y «Disney+ Premium» añade 2 euros adicionales a su cuota mensual.

En contraste, aunque la operadora ha informado a través de sus condiciones generales de los nuevos precios donde se apreciaba una rebaja en alguno de ellos, lo cierto es que se trata de un error y las siguientes opciones de abono también incrementan su precios. «Mezzo» y «Stingray Classica» aumentan su precio de 6 a 8 euros, un incremento de 2 euros cada uno. También sube «Playboy», que pasa de 8 a 10 euros, mientras que el paquete «Adultos» aumenta de 18 a 20 euros. El aumento más fuerte es la de «Extra Latino», cuya cuota se se incrementa de 2,42 a 4,42 euros, lo que supone una subida de 2 euros.

Este reajuste, que combina incrementos generalizados en los paquetes más contratados con descensos en opciones específicas, afectará directamente a todos los usuarios que mantengan activas estas suscripciones, reflejándose en la factura correspondiente al mes posterior a la entrada en vigor.

RESUMEN COMPLETO DE PRECIOS

(Precio antiguo → Precio nuevo → Variación)

Movistar Plus+
13 € → 14 € → +1 €

Fútbol Total
49 € → 50 € → +1 €

LALIGA
35 € → 36 € → +1 €

Champions
23 € → 24 € → +1 €

Ficción Total con Netflix Premium
37 € → 39 € → +2 €

Ficción Total con Netflix Estándar
31 € → 33 € → +2 €

Ficción Total con Netflix con Anuncios
24 € → 26 € → +2 €

Ficción Total con Disney+

25 € → 29 € → +4 €

Ficción Total

19 € → 21 € → +2 €

Disney+ con Anuncios

5,99 € → 6,99 € → +1 €

elCorreo DE ANDALUCÍA

Cine

La Diputación de Sevilla premia a Manuela Ocón por su carrera en el cine de las dos últimas décadas

La institución provincial celebra la novena edición del Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla el 18 de diciembre



Manuela Ocón con su Premio Goya a la Mejor Dirección de Producción / Iberfemcom

Estela Cea Osorio 04 DIC 2025

El Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla organizado por la Diputación, que este año celebra su novena edición, ha concedido la Mención Especial 'Sevilla de Cine' a la trayectoria a la directora de producción Manuela Ocón, una de las figuras esenciales del audiovisual andaluz y español con una carrera que ha sido clave en el desarrollo de algunos de los títulos más relevantes de las dos últimas décadas.

De esta forma, la Diputación, a través de Prodetur-Turismo de la Provincia de Sevilla, quiere poner en valor la especial contribución que la profesional andaluza —afincada en Sevilla desde hace años— ha realizado a la proyección nacional e internacional del cine hecho en Andalucía, y muy especialmente del realizado desde la provincia de Sevilla, donde ha desarrollado la mayor parte de su carrera y donde ha acompañado el crecimiento del sector desde finales de los años noventa.

Manuela Ocón

A lo largo de su trayectoria, Manuela Ocón ha trabajado en más de una veintena de largometrajes y series, formando parte de todas las categorías del departamento de producción desde 1996. Tras sus primeros trabajos, a las órdenes de directores como Carlos Saura o Fernando Fernán Gómez, Ocón ha formado parte de buena parte de la filmografía de la llamada Generación Cinexin (Alberto Rodríguez, Santi Amodeo, Ana Rosa Diego, Paco Baños...)

Su colaboración con el director Alberto Rodríguez y con Atípica Films ha sido determinante en títulos como 7 vírgenes (2004), After (2008), Grupo 7 (2012), La isla mínima (2014), El hombre de las mil caras (2016) o la superproducción televisiva La Peste (2017–2019). Esta última está considerada uno de los proyectos más ambiciosos de la ficción española cuya complejidad logística y artística supuso un hito para el sector audiovisual sevillano.



Manuela Ocón reocgiendo el Premio Carmen de la Academia de Cine de Andalucía / iberfemcom

Además, su trayectoria incluye otros títulos como Operación Camarón, Héroes de barrio o Anatomía de un instante, junto con los proyectos en preparación Los Tigres y otros desarrollados para Movistar Plus+, plataforma en la que forma parte del equipo de ficción desde hace tres años.

Premios

En 2022 Manuela Ocón asumió la dirección de producción de Modelo 77, trabajo por el que obtuvo el Premio Goya a la Mejor Dirección de Producción, así como el Premio Carmen de la Academia de Cine de Andalucía. Ha recibido también reconocimientos como el Premio Luz del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, el Premio ASECAN Josefina Molina, el Premio Archidona y diversos galardones otorgados por la crítica y por asociaciones profesionales. Es vocal de la asociación TeSeA, miembro de APPA, AAMMA y CIMA, y académica tanto de la Academia de Cine de España como de la Academia de Cine de Andalucía, de la que es socia fundadora.

Con esta Mención Especial 'Sevilla de Cine', el Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla reconoce "la trayectoria de una profesional imprescindible, cuya excelencia técnica, liderazgo y compromiso han sido decisivos para demostrar que desde Sevilla pueden desarrollarse producciones de máxima calidad, competitivas a escala internacional y capaces de proyectar la imagen de la provincia en todo el mundo".

La directora de producción recibirá el galardón durante la gala de entrega de premios del IX Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla, que tendrá lugar el próximo 18 de diciembre, en el Cartuja Center CITE.

Sevilla Informa

Manuela Ocón, Premio ‘Sevilla de Cine’ a la trayectoria

El IX Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla reconoce la aportación decisiva de la directora de producción andaluza al cine realizado desde Sevilla



4 de diciembre de 2025

El Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla, que este año celebra su novena edición, ha concedido la Mención Especial ‘Sevilla de Cine’ a la trayectoria a la directora de producción Manuela Ocón, una de las figuras esenciales del audiovisual andaluz y español, con una carrera que ha sido clave en el desarrollo de algunas de las producciones más relevantes de las dos últimas décadas.

De esta forma, la Diputación, a través de Prodetur-Turismo de la Provincia de Sevilla, quiere poner en valor la especial contribución que la profesional andaluza —afincada en Sevilla desde hace años— ha realizado a la proyección nacional e internacional del cine hecho en Andalucía, y muy especialmente del cine realizado desde la provincia de Sevilla, donde ha desarrollado la mayor parte de su carrera y donde ha acompañado el crecimiento del sector desde finales de los años noventa.

A lo largo de su trayectoria, Manuela Ocón ha trabajado en más de una veintena de largometrajes y series, formando parte de todas las categorías del departamento de producción desde 1996. Tras sus primeros trabajos, a las órdenes de directores como Carlos Saura o Fernando Fernán Gómez, Ocón ha formado parte de buena parte de la filmografía de la llamada Generación Cinexin (Alberto Rodríguez, Santi Amodeo, Ana Rosa Diego, Paco Baños…) Su colaboración con el director Alberto Rodríguez y con Atípica Films ha sido determinante en títulos como 7 vírgenes (2004), After (2008), Grupo 7 (2012), La isla mínima (2014), El hombre de las mil caras (2016) o la superproducción televisiva La Peste (2017–2019), considerada uno de los proyectos más ambiciosos de la ficción española, cuya complejidad logística y artística supuso un hito para el sector audiovisual sevillano. En 2022 asumió la dirección de producción de Modelo 77, trabajo por el que obtuvo el Premio Goya a la Mejor Dirección de Producción, así como el Premio Carmen de la Academia de Cine de Andalucía.

Además, su trayectoria incluye otros títulos como Operación Camarón, Héroes de barrio o Anatomía de un instante, junto con los proyectos en preparación Los Tigres y otros desarrollados para Movistar Plus+, plataforma en la que forma parte del equipo de ficción desde hace tres años.

Manuela Ocón ha recibido también reconocimientos como el Premio Luz del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, el Premio ASECAN Josefina Molina, el Premio Archidona y diversos galardones otorgados por la crítica y por asociaciones profesionales. Es vocal de la asociación TeSeA, miembro de APPA, AAMMA y CIMA, y académica tanto de la Academia de Cine de España como de la Academia de Cine de Andalucía, de la que es socia fundadora.

Con esta Mención Especial ‘Sevilla de Cine’, el Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla reconoce “la trayectoria de una profesional imprescindible, cuya excelencia técnica, liderazgo y compromiso han sido decisivos para demostrar que desde Sevilla pueden desarrollarse producciones de máxima calidad, competitivas a escala internacional y capaces de proyectar la imagen de la provincia en todo el mundo”.

La directora de producción recibirá el galardón durante la gala de entrega de premios del IX Certamen de Cortos de la Provincia de Sevilla, que tendrá lugar el próximo 18 de diciembre, en el Cartuja Center CITE.

FINANCIAL TIMES

Media

Warner Bros in exclusive talks with Netflix about studio and streaming sale

Paramount and Comcast have also offered diverging paths for media behemoth



Warner Bros Discovery chief executive David Zaslav favours a merger with Netflix © Reuters

James Fontanella-Khan, Anna Nicolaou and **Oliver Barnes** in New York and **Christopher Grimes** in Los Angeles DECEMBER 5, 2025

Warner Bros Discovery has begun exclusive talks with Netflix for a sale of the legendary Hollywood group's streaming and studio businesses, according to sources familiar with the auction.

Netflix, Paramount and Comcast have spent the past week scrambling to convince the board — and indirectly, Washington regulators — that they offer the clearest path forward. The bidding kicked off in November, with many Hollywood observers viewing Paramount, led by David Ellison and backed by his billionaire father Larry, as the frontrunner.

But Netflix has put forward the highest offer for WBD's studio and streaming business, according to people involved in the process.

The streaming pioneer, which has disrupted the traditional film business and drawn the ire of many in Hollywood, is attracted to Warner Bros assets including HBO and its extensive library of films and television.

Netflix has also surprised many in Hollywood by offering assurances that it would continue to allow Warner Bros films to enjoy wide cinematic releases.

However, antitrust specialists warn a Netflix deal could be difficult to approve, given it would combine two of the top US streaming platforms.

People close to the Trump administration's regulatory officials have privately echoed that concern.

Netflix's bid continues to face rising resistance inside Hollywood. James Cameron, the famed director of Titanic, The Terminator and the Avatar series, warned this week that selling Warner Bros to the streaming giant would trigger "a catastrophic loss of long-term value" for the industry. Other top talent have expressed similar unease, according to people familiar with the conversations.

Despite those tensions, WBD chief executive David Zaslav favours a merger with Netflix, partly because he would retain operational independence, a crucial consideration as he seeks to preserve his influence in Hollywood, according to people briefed about the matter.

Paramount has made a slightly lower offer for WBD, according to people familiar with the matter. However, the group stunned rivals by committing to pay WBD a $5bn termination fee if the deal is agreed but not completed — a move that reflects its confidence that its bid could clear regulators swiftly.

People close to the Trump administration say the US president prefers a Paramount merger, as he likes the idea of CNN, now owned by WBD, and Paramount-owned CBS being controlled by the Ellisons.

Still, a Paramount takeover presents complications for Zaslav. Paramount has offered the WBD leader a co-chief executive role in the newly formed company, a role he does not find attractive, according to people familiar with the matter. Netflix would allow him to retain sole control of the Warner studio. But people briefed on the matter say the WBD board is not chiefly concerned with Zaslav's future.

Comcast, meanwhile, is seen as slipping out of contention, though people close to the company insist it remains "very much in the mix". They argue that the regulatory case for a Comcast-Warner Bros combination is cleaner than portrayed and reject the idea that Trump could sink the deal out of personal animus.

Bloomberg first reported that Netflix was in exclusive talks with WBD.

Ellison began pursuing WBD only weeks after closing an $8bn acquisition of Paramount this year, as he makes an ambitious push to build a Hollywood empire with the backing of his father, one of the wealthiest people in the world.

Acquiring WBD — which owns the movie studio, HBO and franchises including Harry Potter, DC Comics and Batman — would help Paramount compete against larger rivals such as Netflix and Amazon.

Any deal would dramatically reshape Hollywood, which has suffered thousands of lay-offs in recent years.

WBD and Paramount did not respond to requests for comment. Netflix and Comcast declined to comment.

DEADLINE

NEWS

Netflix Wins Bidding War For Warner Bros. Discovery, Will Start Exclusive Deal Talks

By Dominic Patten, Jill Goldsmith December 4, 2025 8:03pm



Netflix has emerged victorious with what appears to be the highest and so far the winning bid for Warner Bros. Discovery, Deadline has learned, and will start exclusive talks to finalize a deal. This caps a tumultuous day that saw Paramount move aggressively to counter the giant streamer and seal a deal of its own for WBD.

Netflix offered around $28 a share for WBD, according to sources.

It's been a fast moving process and one that will reshape the entertainment landscape dramatically. WBD put itself on the block in October to open up the process after receiving three consecutive offers from Paramount. Warner had hoped to get a deal in place by mid-to-late December.

Netflix would acquire the Warner Bros. Studios and HBO Max streaming assets. Paramount's offer was for all of WBD. Bloomberg is reporting that Netflix offered a $5 billion breakup fee if the deal fails to close.

Paramount has argued that it was the only one of the three offers with a clear path to closing, insisting in a letter to WBD that the rival offers from Netflix and Comcast both "present serious issues that no regulator will be able to ignore." David Ellison's company has also called the sale process unfair and titled towards Netflix.

THE WALL STREET JOURNAL.

BUSINESS | MEDIA

Warner Bros. Discovery and Netflix Enter Exclusive Deal Negotiations

Move comes after the latest round of bids for the media company; Paramount and Comcast also made offers

By **Lauren Thomas** and **Joe Flint** Updated Dec. 5, 2025 12:35 am ET



Netflix, home to 'Stranger Things' has submitted a mostly cash bid. Mike Blake/Reuters

Warner Bros. Discovery has entered exclusive negotiations for a deal to sell its studios and HBO Max streaming business to Netflix, a combination that would reshape the entertainment and media industry, according to people familiar with the matter.

Warner's move to exclusive talks with Netflix comes after the latest round of bids for the media company known for Superman and the Harry Potter movies. Paramount had sought to buy the entire company, including cable networks such as CNN, TNT and TBS, while Comcast was pursuing the studios and HBO Max streaming business.

Netflix and Warner are expected to announce a deal imminently, the people said.

All three companies came in with sweetened offers this week. Netflix, home to "Stranger Things" and "Love Is Blind," has submitted a mostly cash bid, The Wall Street Journal previously reported.

Netflix, the biggest subscription streaming service, hopes Warner Discovery's prolific movie and TV studios, along with its libraries and streaming service HBO Max, will bolster its offerings. A merger would be its largest acquisition ever by far.

Bloomberg earlier reported Netflix's exclusive talks with Warner Discovery.

Warner Discovery is continuing with plans to split itself into two separate companies, one comprising the studio and streaming assets and the other containing its global cable network operations, before closing a potential deal with Netflix.

Netflix's interest in Warner Discovery has raised concerns among some Washington lawmakers and law-enforcement officials that acquiring HBO Max would give it too much power in the streaming marketplace, the Journal previously reported.

A Netflix acquisition of Warner Discovery streaming and studio assets raises questions about how the streaming giant's business model might change in the future, analysts have said. For example, Warner's film studio releases its movies in theaters long before they hit streaming, while Netflix currently makes films primarily to drive subscriptions to its platform.

Warner's TV studio sells shows to several networks and streaming services, including rivals of both HBO Max and Netflix. Netflix has historically kept its shows in-house.

The exclusive talks are a blow to Paramount CEO David Ellison's ambitions of bringing together two famed entertainment brands. Ellison took control of Paramount earlier this year.

Paramount wrote in a Wednesday letter to Warner Discovery Chief Executive David Zaslav that the company has "embarked on a myopic process with a predetermined outcome that favors a single bidder," which it believes to be Netflix.

Paramount earlier criticized Netflix's bid in a letter to Warner Discovery's lawyers, saying a sale to the streamer would likely "never close" because of potential regulatory challenges here and abroad, given its global dominance.

Write to Lauren Thomas at lauren.thomas@wsj.com and Joe Flint at Joe.Flint@wsj.com

VARIETY

Dec 4, 2025 8:50pm PT

Netflix Enters Exclusive Deal Talks for Warner Bros. Discovery

By **Matt Donnelly, J. Kim Murphy**



Netflix has entered exclusive talks with Warner Bros. Discovery to acquire the company's film and television studio, as well as the HBO Max streaming service, Variety confirms.

The development comes after a weeks-long bidding war for the assets at Warner Bros. Discovery between Netflix and rivals Paramount Skydance and Comcast. Paramount Skydance, under the newly minted studio CEO David Ellison, had sought to acquire the entirety of Warner Bros. Discovery in an all-cash deal, while both Netflix and Comcast only submitted bids for the company's studio and streaming.

Prior to a potential sale to Netflix, Warner Bros. Discovery would complete its plans to spinoff its cable channels, including CNN, TBS, TNT, TruTV and the Discovery Channel.

The news follows months of speculation and anxiety in the larger entertainment and media sector surrounding the potential sale of Warner Bros. Discovery. Ellison's Paramount was the first and, arguably, most aggressive bidder at roughly $27 per share for the whole of Warner Bros. Discovery. Netflix and Comcast came in later to solidify an intense horse race.

The bidding war saw highest offers submitted Monday. Paramount went nuclear Thursday morning, accusing Netflix of impropriety surrounding its bid for the legendary studio, arguing that it "has a credible basis to believe that the sales process has been tainted by management conflicts, including certain members of management's potential personal interests in post-transaction roles and compensation."

Paramount's offer submitted on Monday included financial backing of three Middle Eastern sovereign wealth funds, Variety reported.

Should Netflix and Warner Bros. Discovery reach a deal, it would mark a seismic transformation to the media landscape. As the leader in paid streaming services, Netflix has grown into the biggest company in Hollywood, bigger than the combined net worth of traditional studios. The acquisition would give the streamer rights to the Warner Bros. library, including comic book characters at DC Studios, HBO series, Harry Potter and over 100 years of output from the film studio.

VARIETY

Dec 4, 2025 4:28pm PT

Anonymous A-Listers Lobby Congress Against Netflix-WBD Acquisition: Streamer Would 'Hold a Noose Around the Theatrical Marketplace' (EXCLUSIVE)

By **Matt Donnelly**



A consortium of top industry players have sent an open letter full of alarm to Congress, describing a potential economic and institutional meltdown in Hollywood if Netflix succeeds in its effort to acquire Warner Bros. Discovery.

The letter was sent via email to members of Congress from both parties on Thursday, from an anonymous collective identifying themselves only as "concerned feature film producers." The group explained it was leaving the letter unsigned "not out of cowardice" but fear of retaliation, given Netflix's considerable power as a buyer and distributor. Netflix and Warner Bros. Discovery declined to comment.

One well-placed source confirmed to Variety that the group includes a number of prominent filmmakers.

The communication outlines three areas of great concern, including that Netflix could stand to "destroy" the theatrical film marketplace by escalating or eliminating the amount of time Warner Bros. films would play in theaters before hitting a combined

Netflix-HBO Max streaming platform. Sources told Variety earlier on Thursday that Netflix's current proposal for Warner Bros. would have a theatrical window as thin as two weeks of exclusivity before moving to streaming. Another insider familiar with the deal process flatly denied this, saying the periods would be longer. Rival bidders Comcast and Paramount both have robust theatrical distribution outlets. Paramount has specifically pledged to keep Warner Bros. operating as a standalone business that will make a minimum of 14 films for theaters per year.

The producers argued that Netflix would "effectively hold a noose around the theatrical marketplace," with what they assert would be enough market influence to reduce the footprint of theatrical movies and force down subsequent licensing fees paid in post-theatrical windows.

The letter to Congress also references the many times Ted Sarandos, co-CEO of Netflix, has extolled that Netflix's business model has nothing to do with movie theaters (including a quote from a 2023 earnings call, where Sarandos said, "Driving folks to a theater is just not our business").

The note concludes by urging members of the House and Senate to speak out publicly against the acquisition and afford the potential deal "the highest level of antitrust scrutiny." The stakes, the letter concludes, represent millions of jobs and a treasured art form.

MEDIA

Paramount questions Warner Bros. Discovery on 'fairness and adequacy' of sale process: Read the full letter

PUBLISHED THU, DEC 4 2025•9:43 AM EST | UPDATED THU, DEC 4 2025•3:49 PM EST

Julia Boorstin @JBOORSTIN | Lillian Rizzo @LILLIANNNN | Alex Sherman @IN/ALEX-SHERMAN @SHERMAN4949 | David Faber @DAVIDFABER

SHARE

KEY POINTS

- Paramount Skydance is questioning the fairness of Warner Bros. Discovery's sale process and whether it's acting in the best interest of shareholders, according to a letter reviewed by CNBC.
- Paramount made three offers to acquire the entirety of Warner Bros. Discovery before the company launched a formal sale process, CNBC previously reported.
- Earlier this week Warner Bros. Discovery received second-round bids from Paramount, Netflix and Comcast, CNBC previously reported.



BURBANK, CALIFORNIA - SEPTEMBER 12: A bus passes near Warner Bros. Studio on September 12, 2025 in Burbank, California. Media giant Paramount Skydance is reportedly preparing a bid to purchase Warner Bros. Discovery, including its movie studio and cable networks. (Photo by Mario Tama/Getty Images)

In a letter reviewed by CNBC, Paramount attorneys told Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav that Paramount was questioning the "fairness and adequacy" of the process, which officially launched in October. This week, Paramount, Netflix and Comcast submitted second-round bids to acquire some or all of Warner Bros. Discovery's assets, CNBC previously reported.

"It has become increasingly clear, through media reporting and otherwise, that WBD appears to have abandoned the semblance and reality of a fair transaction process, thereby abdicating its duties to stockholders, and embarked on a myopic process with a predetermined outcome that favors a single bidder," reads the letter from attorneys at Quinn Emanuel. "We specifically request and expect this letter will be shared and discussed with the full board of directors of WBD."

In particular, Paramount's letter calls out reports that WBD's management appears to favor Netflix's offer.

Netflix has made an offer of mostly cash, while Paramount's latest bid was all cash, according to people close to the matter who declined to be named speaking about confidential dealings. All three companies submitted higher bids than their initial offers, the people told CNBC.

As of Thursday morning, Netflix was the leading bidder based on how WBD is valuing the offers, people familiar told CNBC. Comcast executives, for their part, continue to be disciplined in the company's offer as to not anger shareholders by taking on

additional debt and risking its balance sheet, according to people familiar with that company's thinking. Comcast leadership has previously said that its bar for M&A is generally high.



Warner Bros. Discovery told CNBC it confirmed to Paramount that it had received the letter and would share it with members of the WBD board.

"Please be assured that the WBD Board attends to its fiduciary obligations with the utmost care, and that they have fully and robustly complied with them and will

WBD requested third-round bids from the potential buyers, due Thursday, sources told CNBC. The company expects to announce a winner as early as next week, sources said.

While first-round bids arrived in mid-November, Paramount has been vying to acquire the entirety of Warner Bros. Discovery — which includes its streaming service HBO Max, film studio Warner Bros. and a portfolio of cable TV networks like TNT and TBS — since September, CNBC previously reported.

Warner Bros. Discovery rebuffed three offers made by Paramount, the last of the those for $23.50 a share, before launching a formal sale process to beckon other buyers, CNBC previously reported.

Netflix and Comcast are interested only in WBD's streaming and film studio business, CNBC has reported. Prior to the sale process Warner Bros. Discovery had begun the process of splitting its company into two — Warner Bros., the streaming and studio businesses which would be led by Zaslav, and Discovery Global, the cable TV networks division that would be run by current WBD CFO Gunnar Wiedenfels.

Paramount attorneys sent the letter as the company suspects that Zaslav has been biased against a merger with Paramount since the outset, and instead, would rather complete its path toward a separation, some of the people familiar told CNBC. Paramount and its advisors have viewed WBD's contact with them as more obstructionist rather than constructive, two of the people said.

Before the sale process, Zaslav had been known to tell colleagues that Amazon's

Prime Video or Netflix would likely be interested suitors in Warner Bros. Discovery, or specifically HBO Max and the film studio, the people said. In the letter, Paramount asks the WBD board if reporting that WBD management has "chemistry" with Netflix management is accurate.

Paramount is seeking confirmation, according to the letter, of whether Warner Bros. Discovery appointed an independent special committee of disinterested members of its board to steer the sale process and consider offers.

"If not, we strongly urge you to empower such a special committee comprised of directors with no potential appearance of bias or beholdenness to others whose interests may differ from those of the stockholders," the letter reads. "This would seem to be an important step at this stage, to ensure the fairness and unimpeachability of the transaction process and to maximize the value of whatever outcome WBD determines to pursue."

Read the full letter from Paramount to WBD:

> Dear Mr. Zaslav: We write on behalf of Paramount Skydance Corporation ("Paramount", "we" or "us") to express our serious concerns about the fairness and adequacy of the bidding process for a potential combination with Warner Bros. Discovery ("WBD" or "you"). It has become increasingly clear, through media reporting and otherwise, that WBD appears to have abandoned the semblance and reality of a fair transaction process, thereby abdicating its duties to stockholders, and embarked on a myopic process with a predetermined outcome that favors a single bidder. We specifically request and expect this letter will be shared and discussed with the full board of directors of WBD.
>
> We have recently seen reporting in the U.S. and foreign media that gives serious cause for concern. The German newspaper Handelsblatt recently reported on a meeting that reportedly took place in Brussels between Gerhard Zieler, President of WBD's International Business and a direct report to WBD's Chief Executive Officer, who "arrived with a three-person team," with the E.U. Commission Vice President Hena Virkkunen, to discuss the potential merger prospects for WBD. In that conversation, the article reports that "concerns were raised that the Ellison family's planned acquisition of Warner Bros. Discovery

could lead to excessive media concentration," and that the E.U. Commission would consider intervening in a potential merger with Paramount for this reason. The article quotes "sources close" to Zeiler as saying "that the talks with the Commission were important because both Warner and the EU wanted to preserve media diversity." The implications of such a meeting, if it occurred, are clear and evince a tacit resistance to, if not active sabotage of, a Paramount offer.

While this report is concerning in itself, this is not an isolated report regarding purported WBD resistance to a combination with Paramount. Several U.S. media outlets have reported on the enthusiasm by WBD management for a transaction with Netflix, and on statements by management that a transaction between WBD and Netflix would be a "slam dunk," while also referring to Paramount's bid in a negative light. Additional reporting since the submission of revised bids on December 1 has indicated that WBD's "board has really warmed to" a transaction with Netflix due to the "chemistry between" WBD management and Netflix management. We have come to you first to inquire whether this reporting is accurate, and to engage in a productive discussion with you around any actual or perceived issues that it may reflect.

Moreover, these media reports echo similar indications that we have been hearing throughout this process, despite what we viewed as otherwise productive conversations that we have had with WBD leadership. Paramount has a credible basis to believe that the sales process has been tainted by management conflicts, including certain members of management's potential personal interests in post-transaction roles and compensation as a result of the economic incentives embedded in recent amendments to employment arrangements. These concerns are amplified by indications of director bias and beholdenness to others whose interests may not align with the stockholders', and the fact that alternatives involving only certain WBD assets are being prioritized notwithstanding their heightened regulatory risk and potential to deprive stockholders of consideration for the entirety of WBD's enterprise value.

Further, as you know, Paramount agreed to certain standstill arrangements in exchange for the opportunity to participate in a truly competitive and unbiased bidding process. Paramount did not bargain for WBD to foster, whether intentionally or unintentionally, a tilted and unfair process. We believe that all parties to this process should have a shared desire for, and will mutually benefit from, an unimpeachable transaction process. As we assume you agree, even discounting the accuracy of any media reports, just the appearance of a flawed process imperils any potential transaction that might result and may

undermine the potential value maximization to WBD stockholders from any prospective transaction.

In light of our grave concerns regarding the integrity of WBD's process, we seek confirmation as to whether WBD has appointed an independent special committee of disinterested members of its board to consider the potential transaction opportunities and to make a final determination regarding a sale or break-up of all or part of the company. If not, we strongly urge you to empower such a special committee comprised of directors with no potential appearance of bias or beholdenness to others whose interests may differ from those of the stockholders. This would seem to be an important step at this stage, to ensure the fairness and unimpeachability of the transaction process and to maximize the value of whatever outcome WBD determines to pursue. Engaging with WBD throughout this process, we have been encouraged by the enormous potential from a combination of our entities. We remain confident that the Paramount offer would provide the maximum value to WBD stockholders and look forward to the opportunity to continue to engage with you productively in this process. But at this point we must insist on assurances and steps taken to ensure that a truly fair and independent process is being conducted, both for Paramount's benefit and in the interest of WBD's stockholders.

***Disclosure**: Comcast is the parent company of NBCUniversal, which owns CNBC. Versant would become the new parent company of CNBC upon Comcast's planned spinoff of Versant.*

DEADLINE

NEWS

Paramount Insists WBD-Netflix Deal Would Be DOA As It Presses Its Case

By Jill Goldsmith December 4, 2025



David Ellison and David Zaslav
Getty Images

Paramount is plenty peeved about the way Warner Bros Discovery is conducting a possible sale and it wants everyone to know it won't go quietly if either Netflix or Comcast are the winning bidder.

The David Ellison company is pushing the regulatory angle hard, insisting it's the only suitor with "a clear path to closing based upon decades of legal precedent." In a letter from its counsel to WBD, it insists rival offers from Netflix and Comcast both "present serious issues that no regulator will be able to ignore."

The epistle, submitted alongside its latest offer Monday when the second round bids were due, is separate from a missive delivered Wednesday calling WBD's sale process unfair.

The letters from Paramount's Melrose lot to WBD's Burbank lot indicate a court filing or hostile-takeover play may be in the cards if and when WBD picks a buyer other than Paramount, according to industry insiders.

"Netflix's dominance in streaming and Comcast's presence as a leading broadband and MVPD player each present unique and serious antitrust concerns that guarantee a long, expensive review process and imperil closing either deal. Paramount is the easier path, and its outcome is assured," the letter said.

It mostly focused on the giant streamer. "The simple truth is that a deal with Netflix as the buyer likely will never close," it said. "Netflix is the only remaining Big Tech company that has not faced serious global antitrust enforcement, but attempting to acquire the WBD assets will change that."

It included charts and stats detailing Netflix's dominance of streaming in the U.S. and abroad, which would be greatly expanded with the addition of HBO Max. It said that while Netflix may attempt to define a market to include social media and short-form video platforms like YouTube, Facebook and TikTok, that strategy is "doomed to fail" with regulators. The letter referenced a presentation of said argument to WBD's team last weekend.

It also noted that a Netflix-Warner Bros deal would reduce the number of films for broad theatrical release, "further pushing consumers away from theaters to streaming and harming those theaters which are already struggling."

Netflix has reportedly said it would continue to honor WBD's theatrical commitments, but Paramount called the statements "inherently time-limited, transactional and defensive — aimed at blunting an obvious theory of harm that enforcers in the U.S. and outside the U.S. are expected to pursue."

"Paramount provides WBD with a clear path to closing around the world. There is no market segment in the U.S. or abroad where the parties' combined share even comes close to the 30 percent threshold that triggers regulators and competition enforcers to presume that a transaction is illegal. To the contrary, the transaction will create a much more robust competitor against the dominant firm in streaming, Netflix, while creating new opportunities for creators and talent. A combination of Paramount and WBD accordingly will provide WBD shareholders the fastest and most certain path to unlocking value," Paramount said.

The Wall Street Journal, which first reported on this second letter, said WBD has asked for a third round of bids by today although some are calling the situation a bit more fluid. WBD had hoped to settle on a buyer for all or part of the company by year's end. Paramount is going for all of Warner Bros., including global linear networks. Netflix and Comcast are in the running to buy the Warner Bros. Studios and HBO Max streaming.

On Comcast, Paramount wrote that its "presence as a leading broadband and MVPD player also presents significant antitrust concerns. Antitrust enforcement has shifted, and the tough regulatory path Comcast faced when it acquired NBC Universal with a tortured and controversial consent decree will not be available under this Administration or any subsequent one."

Comcast and Warner both have major film and television studios. They have few other overlapping businesses as the Philadelphia-based media giant is spinning off its cable networks into a new company, Versant. It's a major theme park owner and and broadband and video provider.

Dominic Patten contributed to this report.

VARIETY

Dec 4, 2025 7:23am PT

Paramount Skydance Alleges Warner Bros. Discovery Sales Process 'Has Been Tainted by Management Conflicts' That Favor Netflix Bid

WBD lawyers, in response to Paramount letter to David Zaslav, wrote that the WBD board has 'fully and robustly complied with' its 'fiduciary obligations'

By **Todd Spangler**



David Zaslav October 2025 Courtesy of Warner Bros. Discovery

Lawyers for Paramount Skydance sent a letter to Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav, expressing "grave concerns" about the alleged unfairness of WBD sales process. The attorneys suggested the Warner Bros. Discovery board has "embarked on a myopic process with a predetermined outcome that favors a single bidder" — meaning Netflix.

The Warner Bros. Discovery board is reviewing second-round bids submitted Dec. 1 from David Ellison's Paramount Skydance (which is seeking to acquire the entire company in an all-cash deal) and Netflix and Comcast (which are bidding for just Warner Bros. streaming and studios).

“Paramount has a credible basis to believe that the sales process has been tainted by management conflicts, including certain members of management’s potential personal interests in post-transaction roles and compensation as a result of the economic incentives embedded in recent amendments to employment arrangements,” the Dec. 3 letter from Paramount Skydance lawyers to Zaslav said. The Paramount letter also alleged that “It has become increasingly clear, through media reporting and otherwise, that WBD appears to have abandoned the semblance and reality of a fair transaction process, thereby abdicating its duties to stockholders, and embarked on a myopic process with a predetermined outcome that favors a single bidder.”

The Paramount lawyers cited U.S. media reports about “the enthusiasm by WBD management for a transaction with Netflix, and on statements by management that a transaction between WBD and Netflix would be a ‘slam dunk,’ while also referring to Paramount’s bid in a negative light” and that WBD’s “board has really warmed to” a transaction with Netflix due to the “chemistry between” WBD management and Netflix management.

In a reply sent Thursday morning (Dec. 4), Warner Bros. Discovery lawyers wrote to acknowledge receipt of the letter sent on behalf of Paramount Skydance. “We have shared the letter with the members of the Warner Bros. Discovery (‘WBD’) board of directors,” the WBD response letter said. “Please be assured that the WBD Board attends to its fiduciary obligations with the utmost care, and that they have fully and robustly complied with them and will continue to do so.”

Paramount’s letter cited a report by German newspaper Handelsblatt on a meeting that apparently took place in Brussels between Gerhard Zeiler, WBD’s president of international (who, the Paramount lawyers noted, reports directly to Zaslav) with the European Commission’s Henna Virkkunen, EVP of tech sovereignty, security and democracy, to discuss the potential merger prospects for WBD. Zeiler “arrived with a three-person team,” per the Handelsblatt article, and “concerns were raised that the Ellison family’s planned acquisition of Warner Bros. Discovery could lead to excessive media concentration” — and that the European Commission “would consider intervening in a potential merger with Paramount for this reason,” the letter stated. The article quoted “sources close” to Zeiler as saying “that the talks with the Commission were important because both Warner and the EU wanted to preserve media diversity.” Per the Paramount lawyers’ letter to Zaslav, “The implications of such a meeting, if it occurred, are clear and evince a tacit resistance to, if not active sabotage of, a Paramount offer.”

Paramount Skydance’s Ellison previously submitted three bids for WBD but in October the Warner Bros. Discovery board rejected his previous highest offer of $23.50/share, comprising 80% cash and 20% stock. In his previous bids, Ellison had proposed

offering WBD chief David Zaslav a co-chairman and co-CEO role in a merged Paramount Skydance-WBD. After WBD commenced the formal M&A review process, Paramount, Comcast and Netflix submitted initial bids Nov. 20, followed by higher offers Dec. 1. The offer prices could not be learned. Paramount's all-cash offer submitted on Monday included financial backing of three Middle Eastern sovereign wealth funds, Variety reported.

Last month, amid the company's M&A review, the WBD board amended the employment agreements of Zaslav — as well as CFO Gunnar Wiedenfels, chief revenue officer Bruce Campbell and head of streaming and games JB Perrette — to guarantee their stock options will remain valid in the event of a sale of Warner Bros. as a stand-alone entity. WBD's original separation plan called for the spin-off of Warner Bros. (streaming and studios) as an independent company, with Discovery Global (TV networks) the remaining entity. Under the revised employment agreements, if there's a "reverse spinoff" — in which Warner Bros. is the remaining entity and Discovery Global gets spun off — the same terms of the employment agreements for Zaslav and the others will apply. In addition, the amendments to the execs' employment agreements specify that if WBD or Warner Bros. stand-alone enter into a definitive merger agreement before Dec. 31, 2026, Zaslav and the other top brass "will have the same opportunity to vest in, and incentives from, the Signing Options" that they would have received had a separation been completed in 2026, the company said in an SEC filing.

In their letter to Zaslav, the lawyers for Paramount said the company "agreed to certain standstill arrangements in exchange for the opportunity to participate in a truly competitive and unbiased bidding process. Paramount did not bargain for WBD to foster, whether intentionally or unintentionally, a tilted and unfair process."

The lawyers said they were seeking "confirmation as to whether WBD has appointed an independent special committee of disinterested members of its board to consider the potential transaction opportunities and to make a final determination regarding a sale or break-up of all or part of the company. If not, we strongly urge you to empower such a special committee comprised of directors with no potential appearance of bias or beholdenness to others whose interests may differ from those of the stockholders."

The Paramount letter concluded, "We remain confident that the Paramount offer would provide the maximum value to WBD stockholders and look forward to the opportunity to continue to engage with you productively in this process. But at this point we must insist on assurances and steps taken to ensure that a truly fair and independent process is being conducted, both for Paramount's benefit and in the interest of WBD's stockholders."

ENTERTAINMENT

Bids for WBD are in. Here's what Paramount, Comcast and Netflix could do with the assets

PUBLISHED THU, DEC 4 2025•8:00 AM EST | UPDATED THU, DEC 4 2025•10:56 AM EST

Sarah Whitten
@SARAHWHIT10

SHARE

KEY POINTS

- Paramount Skydance, Comcast and Netflix are bidding for all or part of Warner Bros. Discovery.
- WBD's coveted library of content includes franchises like DC's superheroes, Harry Potter, Lord of the Rings, Game of Thrones, Looney Tunes and Scooby-Doo.
- The IP comes with rich programming, merchandising and theme park potential.
- Its streaming service, HBO Max, could boost the offerings of any potential buyer.



With more than a century of some of the most popular film and television content, it's no wonder why Paramount Skydance, Comcast and Netflix are bidding for Warner Bros. Discovery's assets.

Paramount made an initial offer in September to acquire Warner Bros. Discovery, leading WBD, which months earlier had announced plans to split itself into two companies, to officially explore a sale process.

WBD's plans mirrored those of Comcast — separating out its cable networks from its movie properties and streaming service, HBO Max.

Its coveted library of content includes franchises like DC's superheroes, Harry Potter, Lord of the Rings, Game of Thrones, Looney Tunes and Scooby-Doo. It is also the distributor of Legendary's Dune franchise and Godzilla and King Kong films. The cable networks include CNN, TNT, TBS and TruTV, among others.

Earlier this week the company received second-round bids from potential buyers, according to people familiar with the matter who declined to be named speaking about internal processes.

As of Thursday morning, Netflix was the leading bidder based on how WBD is valuing the offers, CNBC reported Thursday. WBD expects to announce a winner as early as next week, sources told CNBC.

"All three candidates could potentially be beneficial, which is why Warner Bros. would be such an attractive acquisition," said Shawn Robbins, director of analytics at Fandango and founder of Box Office Theory. "Potential isn't enough, though. Resources, experience, and the proven ability to execute must be weighed."

Here's what each suitor could do with WBD assets.

Preening Peacock

Comcast is in the process of spinning out its portfolio of cable networks, which includes CNBC, but will retain broadcast network NBC, streaming service Peacock, the Universal film studio and theme parks.

Given its exit from the cable TV business, Comcast isn't interested in Warner Bros. Discovery's massive portfolio of networks. Therefore, Comcast's offer includes a clause that would allow WBD to spin out its cable networks at any point before the proposed acquisition closes, CNBC previously reported.

Warner Bros. Discovery intellectual property would serve the most immediate boost to NBCUniversal's Peacock. The streaming service is far behind its peers in terms of subscriber numbers, with just 41 million customers as of Sept. 30. The platform has bulked up heavily on sports programming but has been lacking on original content.

Outside of the superhero fare, WBD's television content could strengthen NBCUniversal's streaming service Peacock with programming like "IT: Welcome to Derry," "The Pitt," "The Last of Us" and a pair of shows from the Game of Thrones universe.

Adding Warner Bros. Discovery's IP into the fold would allow Universal to bolster its number of popular franchises, pad its streaming service with television content and expand its theme park business.

"For Comcast, it would simply add to the depth of Universal's current roster which already mixes a healthy balance of IP and more daring, often original, content," Robbins said. "They check a lot of necessary boxes, without question."

Universal already has a vast collection of franchise IP including Jurassic Park, Fast & Furious and Despicable Me as well as a suite of popular horror films.

"Comcast — they've got a pretty good film slate," said Doug Creutz, senior media and entertainment analyst at TD Cowen. "They're trying to sort of create Disney Prime piece by piece, and I guess having a superhero brand would be another step in that direction. I don't know that it's something that they particularly view as a strategic imperative. I think having more IP generally is something that, of course, you always would like."

Warner Bros. Discovery's DC Studios, now under the stewardship of James Gunn and Peter Safran, are set for a slew of theatrical releases as well as upcoming TV series. The pair's first film, "Superman," which released in July, tallied more than $600 million at the global box office and received positive reviews from critics.

On the slate is a Supergirl film, a Superman sequel, a second Batman film from Matt Reeves and a Clayface feature. On the television front, DC has plans for shows centered on the Green Lantern Corps; the origins of Wonder Woman's island of Amazons; and some lesser known, but fan favorite comic book characters like Booster Gold.

Comcast and Warner Bros. Discovery already have some IP in common. The NBCUniversal parent licenses the rights to the Wizarding World for its theme parks. Having the film and television rights to Harry Potter would allow the company more control over production and how that translates into rides, experiences and merchandise.

"There are synergistic opportunities that you could turn over if you had authority over film and TV production, along with having the theme parks," Creutz said.

Disney is the blueprint for this strategy. The company's portfolio of intellectual property has been the bedrock of its theme parks since the first location opened its doors in 1955. Disney controls not only the production of content, but also how it's curated in its themed experiences.

Nimble Netflix

The most surprising bidder of the bunch, Netflix, has similarly been looking only at WBD's streaming and studio assets.

After all, Netflix co-CEO Ted Sarandos reiterated during the company's third-quarter earnings in October that the company has "no interest in owning legacy media networks."

Initially, analysts and industry insiders speculated that Netflix's interest in Warner Bros. Discovery was simply an effort to hike the price for its competitors who were eager to acquire WBD assets. But the streaming giant has made a bid of mostly cash, sources told CNBC, and remains a competitive bidder.

And the streaming giant could earnestly benefit from WBD's content library.

As a relatively new player in the space — Netflix didn't release original content until 2012 — it took the company time to build out its franchises. Because of that, Netflix didn't even launch a merchandising division until 2019 and didn't have an official online store until 2021.

Now, it has a handful of strong intellectual properties like "Stranger Things," "KPop Demon Hunters," "Bridgerton," "Wednesday" and "Squid Games." Like Comcast, having access to beloved franchises that have built-in audiences would be a big boon for Netflix.

Yet, industry experts are more interested in how the company would handle WBD assets that have traditionally been released in theaters.

"With Netflix, it's less a question of how it could benefit them and more a deep concern of how they would handle the Warner Bros. legacy, particularly from a theatrical perspective," said Robbins. "The money would certainly be there, yes, as would the initial exposure. But would their willingness be to behave more like a traditional movie studio than they have shown so far?"

Netflix has long opposed releasing films in theaters and only does so to stay in awards contention, to appease high-profile directors or to capitalize on buzzy titles. The streamer has always argued that its content is meant to be delivered to its subscribers through the Netflix platform and has limited how long its theatrical releases run in cinemas.

This strategy has allowed Netflix to avoid costly marketing campaigns, which are typically estimated to be about half of whatever is spent on the production budget. However, it also often puts the company at odds with theatrical partners. The company also does not share box-office data, something traditional movie studios provide.

“Many in the industry feel a Netflix purchase of Warner would be a death knell for some of the movie business’s most important aspects, properties, and long-held traditions,” Robbins said. “Netflix would need a significant turnabout face to even begin easing that sentiment.”

Netflix has told Warner Bros. Discovery management that it would honor contractual agreements to release movies in theaters if it secures a deal to acquire its assets, people familiar with the matter told CNBC.

Paramount Plus

Things are moving fast over at Paramount.

The company was recently merged with Skydance, and, in short order, its new CEO and chairman, David Ellison, has signed creative and C-suite talent, greenlit new franchises and struck a $7.7 billion deal for live UFC rights.

This strategy was laid out in an open letter from Ellison published in early August, in which he told investors that Paramount would invest in “high-quality storytelling and cutting-edge technology” to help “define the next era of entertainment.”

Ellison is hoping that the next era will include the acquisition of Warner Bros. Discovery — in its entirety.

“Paramount has struggled in recent years to capture the same kind of consistent, top-tier franchise output as some of their rivals,” Robbins said. “There’s a strong argument that absorbing Warner Bros.′ library would move the needle in a more material way pound for pound.”

Paramount has a suite of franchises like Star Trek, Transformers, Sonic the Hedgehog, Paw Patrol and SpongeBob SquarePants, but much of its theatrical success has been tied to one actor, in particular.

“Paramount’s by-far-most-important IP is a 63-year-old dude who does his own stunts,” Creutz said. “Maybe they are going to make an AI version of Tom Cruise and we’ll keep getting Tom Cruise movies for the next 100 years. But, the next thing down the ladder for them — it’s Star Trek.”

Before the Paramount-Skydance merger, the studio released around eight films annually, Ellison told investors in the company’s third-quarter earnings report in November. The new goal is to release at least 15 films theatrically in 2026.

So far, the slate for next year has about 10 titles, some produced solely by Paramount and some as part of the studio’s distribution deals. Most studios update their calendar throughout the year, especially as new independent features come up for sale during film festivals. Acquiring Warner Bros. Discovery and its theatrical slate would easily get Paramount past its goal.

However, Creutz noted that typically when studios merge, the number of films tends to decline in the years that follow.

“If Warner merges with any of these other companies, you are going to see some similar dynamic on the film side, you’re going to see a similar dynamic on the TV production side, and you’re probably going to see a similar dynamic in whatever they do with the streaming platform,” he said. “Presumably, in all three cases, there’s a merger of streaming platforms and that’s going to probably result in less content for consumers.”

Where Paramount diverges from the competing bids is that it wants all of WBD, including its cable networks. Of note, CNN would bolster Paramount’s news coverage, which already includes CBS, and the addition of TNT, TBS and TruTV would represent a big addition to the company’s sports coverage.

Live sports rights are scarce and only become available when previous deals expire. Apple has already emerged as the future home of Formula 1, and Major League Baseball is waiting until its deals expire after the 2028 season to reorganize its media packages. That means that Paramount will have few other top-shelf sports assets to bid on and acquire in the medium term.

Meanwhile, Warner Bros. Discovery has the rights to broadcast games from the National Hockey League, Major League Baseball and NCAA March Madness basketball along with the French Open and NASCAR.

Disclosure: Comcast is the parent company of NBCUniversal, which owns CNBC. Versant would become the new parent company of CNBC upon Comcast’s planned spinoff of Versant.

— CNBC’s Julia Boorstin, Lillian Rizzo and Alex Sherman contributed to this report.

europa press

Los obispos españoles premian a Rosalía, por 'Lux', y a Alauda Ruiz de Azúa, por 'Los domingos', con sus Premios ¡Bravo!



Archivo - Portada del nuevo álbum de Rosalía, 'Lux', proyectada en la plaza de Callao, a 20 de octubre de 2025, en Madrid (España).

- Carlos Luján - Europa Press jueves, 4 diciembre 2025 19:03

MADRID, 4 Dic. (EUROPA PRESS) -

El jurado designado por la Comisión para las Comunicaciones Sociales (CECS) de la Conferencia Episcopal Española (CEE) ha galardonado a la cantante Rosalía, por su último álbum 'Lux', y a la directora de cine Alauda Ruiz de Azúa, por su película 'Los domingos', con sus Premios ¡Bravo! 2025.

Con estos premios, la CECS reconoce "por parte de la Iglesia, la labor meritoria de todos aquellos profesionales de la comunicación en los diversos medios, que se hayan distinguido por el servicio a la dignidad del hombre, los derechos humanos o los valores evangélicos".

En concreto, en la categoría de Música, el jurado ha premiado a Rosalía por su último disco 'Lux'; y en la categoría de Cine, ha reconocido a Alauda Ruiz de Azúa, por su película 'Los domingos'.

Además, el Premio ¡Bravo! Especial ha sido para el periodista Fernando Ónega; el Premio ¡Bravo! de Prensa, ha recaído en el escritor Javier Cercas; el ¡Bravo! de Radio, ha sido para la Fundación COPE, y el de Televisión, para el periodista José Luis Pérez, de TRECE.

Por otro lado, el jurado ha otorgado el ¡Bravo! de Comunicación digital la iniciativa 'Adopta un comercio', de la agencia Siberia; el de Publicidad, a la campaña 'Tan como tú', de Contrapunto BBDO para Down España; el ¡Bravo! de Podcast, a Carlos Roca por Roca Project, y el ¡Bravo! de Comunicación diocesana, a Eva Cañas y María Criado.

El jurado ha estado compuesto por el obispo emérito de Lleida y miembro de la CECS, Salvador Giménez Valls, la directora del área socio-religiosa del grupo Ábside Media, Irene Pozo, el decano de la Facultad de Comunicación de la UPSA, Fernando Galindo, el director de la revista Ecclesia, Fran Otero, el director de prensa de la CECS, Ulises Bellón, el director del Departamento de Cine de la CECS, Juan Orellana, y el director de la Oficina de Información de la CEE, José Gabriel Vera.

El acto de entrega de estos galardones tendrá lugar en torno a la 60 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2026, que esta vez se celebra el próximo 17 de mayo.

Discamedia
El periódico sobre discapacidad de servimedia

COMUNICACIÓN

Rosalía, 'Los Domingos' y una campaña de Down España, Premios ¡Bravo! de la Conferencia Episcopal Española

- El periodista Fernando Ónega, Premio Especial, y Javier Cercas en la categoría de Prensa



Galardones de ediciones pasadas de los ¡Bravo! | Foto de la CEE

04 Dic 2025 18:54

SERVIMEDIA

La Comisión para las Comunicaciones Sociales de la Conferencia Episcopal Española (CEE) dio a conocer este jueves los galardonados de los Premios ¡Bravo! 2025, que en su 56ª edición son para la cantante catalana Rosalía, la película 'Los Domingos' y una campaña de sensibilización de la Confederación Down España sobre las personas con esta discapacidad.

Con estos Premios, la Conferencia Episcopal reconoce "por parte de la Iglesia, la labor meritoria de todos aquellos profesionales de la comunicación en los diversos medios, que se hayan distinguido por el servicio a la dignidad del hombre, los derechos humanos o los valores evangélicos".

En el caso de Down España, el jurado ha encontrado esos valores en la campaña que lanzó con motivo del Día Mundial del Síndrome de Down (21 de marzo), que bajo el título '#TanComoTú' buscaba dar visibilidad a la vida real de las personas con esta discapacidad y mostrar que sienten, piensan y actúan "tan como tú, tan como todos nosotros". La campaña fue posible gracias al trabajo de la agencia creativa BBDO y a la productora Pueblo Films.

Por categorías, los galardones han recaído en el periodista Fernando Ónega (Especial), al escritor Javier Cercas (Prensa) por su libro sobre el papa Francisco; Fundación COPE (Radio); José Luis Pérez, de Trece (Televisión); la iniciativa 'Adopta un comercio' de la agencia Siberia (Comunicación Digital); y los ya citados Alauda Ruiz de Azúa por 'Los Domingos' (Cine); Rosalía por 'Lux' (Música) y '#Tan como tú', de Contrapunto BBDO para Down España (Publicidad).

Además, los premios ¡Bravo! han reconocido a Carlos Roca por Roca Project (Podcast) y a la comunicación diocesana de Eva Cañas y María Criado (por informar sobre la Iglesia en Salamanca y Ciudad Rodrigo).

El jurado ha estado compuesto por Salvador Giménez Valls, obispo emérito de Lleida y miembro de la CECS; Irene Pozo, directora del área socio-religiosa del grupo Ábside Media; Fernando Galindo, decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca; Fran Otero, director de la revista 'Ecclesia'; Ulises Bellón, director de prensa de la CECS; Juan Orellana, director del Departamento de Cine de la CECS; y José Gabriel Vera, director de la Oficina de Información de la CEE y del Secretariado de la CECS.

El acto de entrega de estos galardones tendrá lugar en torno a la 60ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2026, que esta vez la Iglesia celebrará el 17 de mayo.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 42
AVE: 53530 €
ÁREA: 301 CM² - 53%

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

5 Diciembre, 2025



Rafael Cobos, hasta ahora guionista de las películas de Alberto Rodríguez, se estrena como director con 'Golpes'

"En la marginalidad hay poesía"

AMALIA BULNES
Sevilla

Un golpe puede ser un atraco. La oportunidad, una vez conseguido el botín, de retirarse a un destino paradisiaco donde empezar una nueva vida. Pero puede ser también un impacto violento de un cuerpo contra otro, un movimiento brusco, una desgracia que sucede de pronto... Y un latido del corazón. "Golpe a golpe, verso a verso", escribió Antonio Machado. De esta poética polisemia se ha servido Rafael Cobos (Sevilla, 52 años) para firmar su primera película como director, *Golpes* (ya había dirigido, como primera experiencia detrás de la cámara, la miniserie *El hijo zurdo* en 2023), que llega hoy a los cines de toda España.

La trayectoria profesional de Cobos contiene también cierta polisemia, célebre por su fecunda colaboración con el cineasta Alberto Rodríguez como coguionista en todas sus películas y series hasta la fecha. Porque Cobos es escritor, que quiere decir guionista, pero también quiere decir narrador, y también quiere decir poeta. Coguioniza otro escritor, Fernando Navarro. Todo esto está y cristaliza en *Golpes*, aparentemente un *thriller* de alto voltaje que mira al cine quinqui de los ochenta, con sus dosis de adrenalina, atracos a sucursales bancarias y heroína; pero que contiene muchos otros géneros: el principal es el drama generacional de un país en transformación tras la salida de la dictadura, una reivindicación de la memoria histórica y un relato fraternal que acaba dejando desarmado al espectador.

Apenas dos semanas después de estrenar en Movistar+ la serie de Alberto Rodríguez *Anatomía de un instante* —donde vuelve a firmar el guion—, basada en la novela homónima de Javier Cercas y que recrea los acontecimientos en torno al intento de golpe —otra acepción más de la misma palabra— de Estado de Tejero en 1981, Cobos presenta su primera película en un mismo ambiente, los mismos años, la misma esperanza de cambio: "Es una época sobre la que he caminado mucho, digamos desde mediados de los setenta hasta finales de los ochenta. Es un momento que nos ha hecho ser como somos como país. Confieso que me fascina la época, esos meses justo entre el Mundial de fútbol de 1982 y la primera victoria de un partido de izquierdas en unas elecciones democráticas. Por primera vez íbamos a tener un Gobierno de apertura, marcadamente progresista, que iba a consolidar la transformación y la constitución de un país mirando y recuperando su pasado", explica Cobos en una entrevista en el extrarradio de Sevilla, que ya es marca de la casa como escenario de rodaje de la mayoría de las películas que ha escrito. Cobos regresa en aquellos mismos años a la sociología del barrio y de la periferia, a la dignificación de los desheredados y excluidos del sistema que han estado siempre en su imaginario.

"Siempre me había apetecido acercarme al cine quinqui, y de modo directo lo había hecho en *7 vírgenes* y algo en *Grupo 7*, cuyos protagonistas son personajes marginales, con vidas que son consecuencia del sistema. Hay un determinismo social en ese cine, lo que pasa es que fue tan inmediato, tan frontal, que no permitió espacio para la reflexión. Pero me apetecía volver sobre él, aunque quería hacerlo de otra forma, no copiar, no ser continuista, sino darle una mirada más actual, pero sobre todo, una cosa que tenía clara es que había poesía: en el extrarradio, en la marginalidad, en los excluidos del sistema, también hay poesía. Quería que fuera una película reflexiva pero también lírica. Y que eso la diferenciara del cine quinqui", reflexiona Cobos.

El resultado es "un drama emocional", describe, en el que dos hermanos separados de pequeños tras el fusilamiento de su padre en la Guerra Civil, y que 40 años después continúa sin ser enterrado dignamente, representan la metáfora de las dos Españas durante la Transición: "La que no quiere mirar hacia atrás y está instalada en el *status quo*; y la que quiere a toda costa que se restaure esa memoria. Y para ello generaba una poesía fantástica, un policía y un ladrón, el representante del sistema y el excluido".

Al madero lo interpreta Luis Tosar; mientras que Jesús Carroza es el atracador que no tiene nada que perder y quiere dar el gran golpe para poder comprar el terreno bajo el que cree que está el cuerpo de su padre. Es curioso cómo Cobos además, en esa poética, presenta la paradoja de que el policía es un hombre perdido mientras el quinqui tiene un horizonte, un objetivo claro en la dignificación de la memoria del padre. "Esto ha funcionado porque Jesús Carroza es verdad pura, es un actor de una intuición sobrenatural; y lo he podido colocar al lado de un animal escénico como es Luis, que todo lo hace bien", reconoce el cineasta.

La película se sostiene en ese difícil equilibrio entre el cine comercial y la película de autor. "Yo necesitaba la capa entretenida, que para mí es importante, la de cine lúdico, cine de atraco, de acción, que me parece que hace que la película cabalgue; y combinarla con la capa más soterrada que tiene que ver con lo emocional y con político". De este modo se da por estrenado Rafael Cobos en la dirección del largometraje, aunque más bien parezca *Golpes* una película de fin de ciclo y no una de debut, por cuanto condensa todo el imaginario creativo que ha ido desgranando a lo largo de sus dos décadas de trabajo en el cine.



Rafael Cobos, el 26 de noviembre en el callejón Colombre, en Sevilla. PACO PUENTES

Letra Global



'Anatomía de un instante'

Miradas sobre la España de la Transición: 'Anatomía de un instante' y 'Golpes'

La serie del sevillano Alberto Rodríguez y el debut como director de Rafael Cobos, su guionista habitual, añaden nuevas perspectivas y capas de significado a la mirada sobre la España que pasó de la dictadura franquista a la democracia

Mauricio Bach 4 diciembre 2025

La Transición fue una densa humareda. No solo en sentido metafórico, sino literal. La hicieron hombres-chimenea. Carrillo fumaba como un carretero. Suárez fumaba cuando estaba nervioso o desbordado, que era casi siempre. Y Gutiérrez Mellado se apuntaba gustoso a un piti. El resto de diputados, los militares y los españoles en general también echaban humo a todas horas, de nuevo no solo en sentido figurado, sino literal. Se fuma tanto en Anatomía de un instante que el visionado de la serie creada por Alberto Rodríguez a partir del libro de Javier Cercas puede provocar ataques de tos.

Hay otros marcadores de época muy bien traídos, como ese cartel de Portero de noche en un cine de la Gran Vía madrileña, cuando Carrillo regresa a España clandestinamente con el ridículo peluquín. La Transición fue también la época del destape, la llegada de las películas prohibidas y la invasión de las revistas porno -y los cómics underground- en los quioscos. La ambientación de Anatomía de un instante es impecable y no es lo único en lo que acierta. Estrenada en Movistar + en la muy señalada fecha del 20-N, es una de las series más recomendables de este 2025.



En primer lugar, hace una adaptación inteligente de un libro a priori imposible de llevar a la pantalla. La obra de Cercas es un hito -de entrada infunde respeto- y además es un artefacto singularísimo. Un ensayo narrativo o crónica literaturizada, que no sale de la pluma de un historiador o de un periodista, sino de un escritor. Es a un tiempo literatura y documento. Una perspicaz indagación en los vericuetos del 23-F, con sus medias verdades, secretos a voces y especulaciones. Está construida con meticuloso rigor fáctico, pero siempre desde la mirada literaria. No por casualidad toda la pesquisa parte de la observación de un gesto convertido en símbolo: la imagen de los tres diputados que no se escondieron bajo su escaño al sonar los tiros de Tejero.

El libro consiste en una sucesión de exploraciones argumentativas y divagaciones, de datos comprobados e hipótesis, de constataciones y elucubraciones. Trasladarla a la pantalla tratando de mantener este planteamiento solo hubiera sido posible mediante un formato de documental especulativo. Pero la serie de Alberto Rodríguez opta por el formato de ficción con actores y por una arquitectura formal clásica. Su vínculo más directo con el texto del que parte es la voz narradora que va reflexionando sobre lo que acontece (el propio autor en el libro, un joven periodista que aparece al final en la serie).



'Anatomía de un instante' JULIO VERGNE

Adaptar en cuatro capítulos de una hora las más de cuatrocientas páginas repletas de meandros y excursos de Cercas solo es posible sintetizando y quedándose con el tronco principal de la historia. El peligro es simplificar tanto que se acabe banalizando, pero Rodríguez, con Rafael Cobos y Fran Araújo, su equipo de guionistas, salvan con nota este escollo. Consiguen trasladar al espectador la maraña de tramas y subtramas que fueron cincelando la Transición. Siguiendo el esquema básico del libro, la serie divide el relato en capítulos centrados en una figura: Suárez, Carrillo, Gutiérrez Mellado y, por último, la coralidad de los golpistas, dando protagonismo a tres: Armada -el más hermético y maquiavélico, un personaje digno de una novela-, Milans y Tejero (estos dos más dados a los ¡Viva España!). Quedan fuera, entre otras cosas, las especulaciones sobre la participación o no en la orquestación del golpe de un sector del CNI, a las que Cercas sí dedica atención.

Siguiente escollo a sortear en una serie ambientada en un tiempo reciente y a cuyos protagonistas reales todo el mundo tiene en la retina: encontrar a actores que, debidamente caracterizados, ofrezcan un parecido razonable. Aquí Rodríguez opta por el criterio de los directores listos: primar sobre el parecido la solidez del intérprete. Del mismo modo que el espectador se cree que Bruno Ganz es Hitler en El hundimiento, Frank Langela Nixon en Nixon contra Frost y Kristen Stewart Lady Di en Spencer, en Anatomía de un instante se produce enseguida el embrujo de que Álvaro Morte es Suárez, Eduard Fernández, Carrillo y Manolo Solo, Gutiérrez Mellado. A los que se suman Juanma Navas como Armada, Óscar de la Fuente como Milans, David Lorente como Tejero y Miki Esparbé como el rey. Todos estupendos, con especial mención al trío principal, que se mimetiza con sus personajes.



'Anatomía de un instante'

La serie tiene un implacable ritmo de thriller político -algo que Rodríguez ya había manejado de forma primorosa en El hombre de las mil caras- y logra atrapar varios aspectos muy relevantes de la Transición, hoy tan frívolamente denostada por cierta izquierda radical y no tan radical. Por ejemplo, que quienes trataron de hacerla descarrilar fueron la ultraderecha -el atentado de Atocha-, pero sobre todo el Grapo y ETA, cuyos herederos políticos son hoy vergonzosamente blanqueados. Se refleja muy bien la sistemática campaña de asesinatos -130 en 1980, año en el que hubo 450 atentados-, cuyo objetivo principal eran los uniformados, buscando provocar una reacción. Salvo estos extremistas, el resto de actores supieron estar a la altura de los tiempos.

El elemento crucial del libro, que la serie logra trasladar a la pantalla, es la trastienda de la política, hecha no por marmóreos mitos sobre un pedestal, sino por imperfectos seres humanos, por personas muy normalitas, con sus debilidades e incluso mezquindades, pero que, ante un momento histórico, supieron dar la talla. Cercas habla, referenciando a Enzenberger, de los héroes de la retirada, dispuestos incluso a la autoinmolación.

Suarez era un arribista, un trepa que había empezado en Falange, pasado por la gobernación civil y la dirección de la televisión. Alguien con más labia que poso intelectual. Un listillo, un espabilado, un vendedor de lavadoras. Pero también un trilero que, cuando el rey le confió el Gobierno, fue capaz de hacer que el régimen se autoinmolara, con aquel famoso "de la ley a la ley" de Torcuato Fernández Miranda. Gutiérrez Mellado había combatido con los sublevados en la guerra y asumió el incómodo papel de convertirse en un traidor a ojos de sus compañeros uniformados, a los que en aquellos años iban asesinando día tras día.

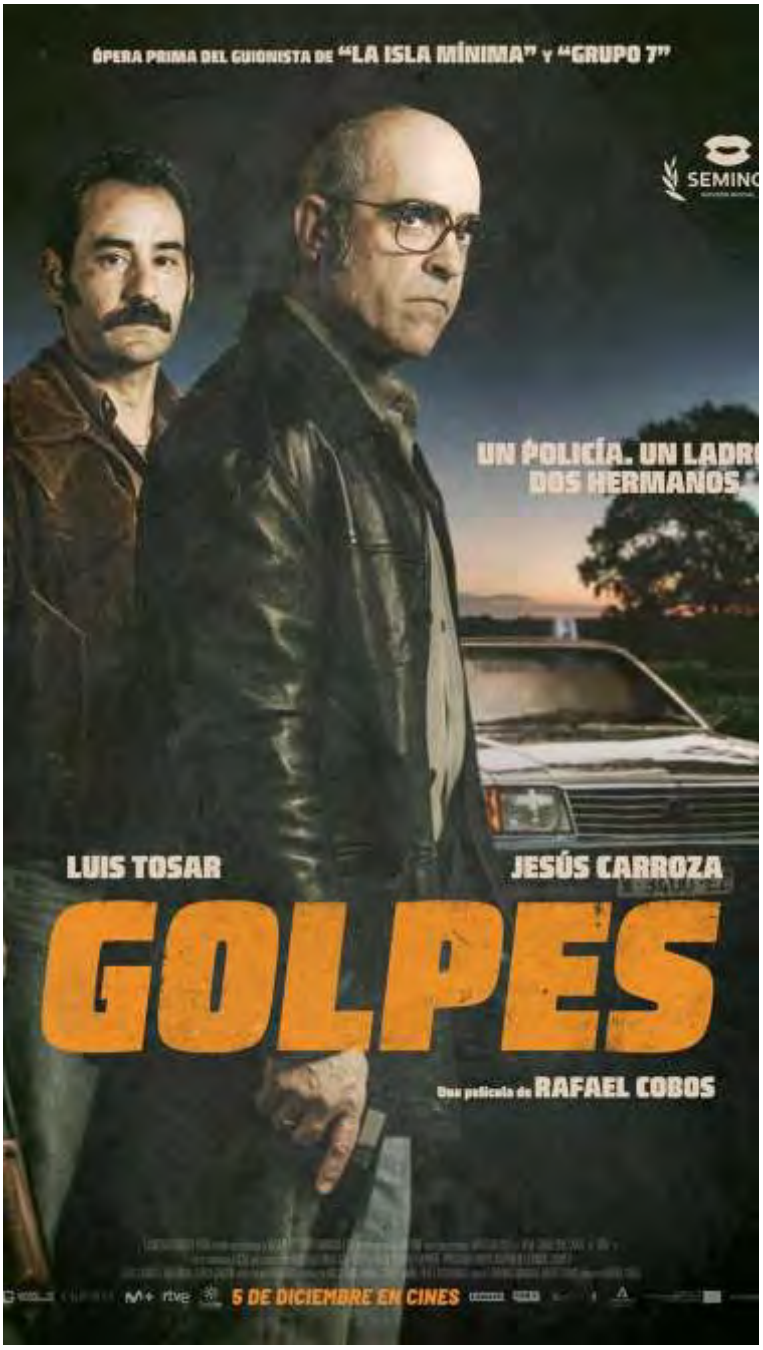


Alberto Rodríguez durante el rodaje. JULIO VERGNE

Y en cuanto a Carrillo, era un viejo comunista con un pasado siniestro. El diablo en persona para los militares por Paracuellos. La serie muestra varias veces imágenes de las sacas de presos asesinados, para al final -mostrándose acaso demasiado magnánima- le concederle la exculpación de su participación directa en todo aquello. Al menos se digna a hacerle apostillar que en otras atrocidades sí anduvo metido en la guerra. Pero llegado el momento, también él, aunque presionando hasta el límite por la legalización de su partido, actuó como un estadista y tragó con cesiones.

Estos tres personajes supieron pactar, en ocasiones con osadía -la legalización del Partido Comunista, sin ir más lejos-, y llegado el momento asumieron la inmolación, porque sabían que las decisiones que tomaban y las concesiones que hacían los acabarían condenando a salir del primer plano. Fueron héroes improbables. La serie no mitifica, pero sí dignifica la Transición, y, buscando su propio camino expresivo, hace justicia al libro de Cercas. Está dirigida por Rodríguez, salvo un capítulo en el que se pone tras las cámaras Paco R. Baños. Uno de los guionistas es Rafael Cobos,

colaborador de Rodríguez, que ahora ha debutado como director de largometraje con Golpes, después de codirigir la serie El hijo zurdo.



Golpes es una visión del periodo de la Transición desde un ángulo muy distinto, el del lumpen. Lo hace a través de dos hermanos enfrentados: uno es un atracador de bancos que regresa a Sevilla tras unos años en la cárcel; el otro un policía tristón, amante del teatro de Harold Pinter ("es tan raro como yo", dice), con un matrimonio en descomposición y el sueño de retirarse en Portugal.

Los ochenta eran años en que además de los atentados de ETA, había otro ingrediente en el menú diario de los horrores: los atracos a sucursales bancarias. El cine captó ese clima en el llamado cine quinqui -con más interés sociológico que cinematográfico, exceptuando Deprisa, deprisa de Saura- y uno se esperaría de

Golpes una revisitación de ese modelo, pero Cobos opta por una vía muy diferente. El suyo es un atracador con vocación de Robin Hood y empeñado en una reparación histórica: enterrar dignamente a su padre, abatido a tiros por la guardia civil en la posguerra. Para desenterrarlo y darle digna sepultura debe comprar una parcela de terreno a un facha local, lo cual le lleva a reunir a su banda y ponerse a la faena delictiva.



Rafael Cobos dirigiendo a los actores durante el rodaje de 'Golpes' JULIO VERGNE

Primando la mitología del perdedor y los dilemas morales -en el enfrentamiento entre los dos hermanos ubicados en lados opuestos de la ley- la cinta no pone el énfasis en los marcadores de época. Sorprende, por ejemplo, la presencia apenas anecdótica de la heroína, que en aquellos años circulaba en los ambientes marginales como si fuera una chuchería. Los atracadores de Cobos están más cerca de los clásicos del cine negro americano clásico.

Son como los personajes de La jungla de asfalto de Huston o de Atraco perfecto de Kubrick, trasladados a Sevilla, con alguna pincelada local, como el miembro de la banda que canta travestido de folclórica en un garito. De hecho, la muerte de uno de los hermanos en un coche, contemplando el paisaje de olivos, tiene ecos de la de Sterling Hayden tras regresar a la granja de su infancia en la película de John Huston.

Rockdelux

Anatomía de un instante

Alberto Rodríguez

› (miniserie, Movistar+)

Por Daniel V. Villamediana 04. 12. 2025



"Anatomía de un instante" (2025) lo tenía difícil: narrar, una vez más, los hechos que propiciaron el intento de golpe de estado de 1981 en el Congreso de los Diputados. Un complejo momento de la historia de España en el que la democracia tuvo que recorrer un verdadero campo de minas. La serie, dirigida para Movistar+ por Alberto Rodríguez (Sevilla, 1971), está basada en el libro de 2009 de Javier Cercas, un ensayo que es ante todo un brillante análisis de una imagen, cuando las cámaras captaron un momento único: tres hombres que no se agacharon frente a las balas de los golpistas. Una instantánea que Cercas analizó minuciosamente, abriendo la imagen hasta hacernos comprender cómo esta se había producido. La adaptación televisiva, por su parte, abandona la forma ensayística y se centra en narrar, desde la muerte de Franco hasta el fallido golpe de Estado, la vida de estos tres protagonistas. Hablo del por entonces presidente del Gobierno Adolfo Suárez, del general Manuel Gutiérrez Mellado –era el vicepresidente– y del líder del Partido

Comunista de España Santiago Carrillo, aquí interpretados por Álvaro Morte, Manolo Solo y Eduard Fernández.

"Anatomía de un instante" tiene algo pedagógico que se agradece, aunque la voz en off tienda a ser explicativa y reiterativa, como si no confiara en el espectador ni en la propia narración. Ni siquiera es un narrador con entidad propia, aunque al final entendamos, en un plano de unos segundos, que pertenece a un periodista sin rostro, un hecho anecdótico. A pesar de ello, la serie logra transmitir la inquietud y el miedo de una época marcada por el poder de los militares franquistas, los atentados de ETA –a la que apenas se menciona– o los asesinatos de la ultraderecha. Suarez es visto aquí más que como un héroe, cosa que se agradece, como un jugador de cartas que supo aprovechar sus bazas en el momento adecuado. Resulta sorprendente ver cómo el personaje se va deshinchando a partir del episodio tercero, cuando pasa su tiempo en un despacho sin contacto con el mundo. No se dan explicaciones claras respecto a ello y simplemente queda abandonado por la propia narración.



El verdadero protagonista es en realidad Gutiérrez Mellado, quien se jugó el cuello al traicionar a sus compañeros de filas y facilitar que los militares se tragasen la nueva democracia. Un personaje magníficamente interpretado que demostró una gran valentía al ayudar a liquidar la vieja guardia franquista. Por otro lado, "Anatomía de un instante" sorprende por el crudo retrato que ofrece de Juan Carlos I y su inacción durante el golpe. Un personaje antipático que corresponde con la imagen actual del exmonarca.

Aunque “Anatomía de un instante” esté lejos de series como “Exterior noche” (Marco Bellocchio, 2022) o las obras pioneras realizadas para televisión por Roberto Rossellini durante los años sesenta y setenta, supone un paso adelante a la hora de afrontar seriamente episodios de la historia de España atendiendo al contexto social y político, y no a las leyes dramáticas en las que solo importan los conflictos personales de los protagonistas. Tampoco recurre como otras series a personajes cool, a bandas sonoras cargadas con éxitos de la época o al abuso de colores chillones. En ese sentido, el trabajo de Alberto Rodríguez es meritorio, esperemos que abra la puerta a una narración de episodios de la historia española de forma rigurosa y entretenida. ■



Los tres hombres que no se agacharon.

Viva Málaga

5 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 11
AVE: 1976 €
ÁREA: 210 CM² - 45%

FRECUENCIA: Lunes a viernes
DIFUSIÓN: 4250
OTS: 3000
SECCIÓN: ACTUALIDAD



LA CRÍTICA DE LA SEMANA Movistar estrena la serie que adapta la obra de Javier Cercas, 'Anatomía de un instante'

El peso de nuestra historia reciente

CINE EN TELEVISIÓN_Alberto Rodríguez regresa al mundo de las series sin perder su pulso como contador cinematográfico de historias en esta interesante revisión del 23F y la transición

Abraham Ceballos

Ha escrito esta semana Rosa Belmonte que la adaptación de *Anatomía de un instante* es "una serie para *dummies*"; es decir, que está muy bien para quien no tenga ni idea de lo que ocurrió el día del intento del golpe de Estado el 23 de febrero de 1981. De hecho, mi primer impulso fue recomendar su proyección obligatoria en los institutos de todo el país; no sólo por el retrato de aquellas horas intensas que paralizaron a toda la nación y llevaron el miedo a la mayoría de los hogares, sino por el del tránsito previo de una dictadura a una democracia y el de algunos de los personajes que protagonizaron e hicieron posible esa transición. Todo está en la obra de Javier Cercas, pero Alberto Rodríguez y Paco R. Baños lo han sabido contar muy bien a la hora de convertirlo en imágenes. Y ahí es a donde voy: independientemente de que haya un determinado público que pueda darse por enterado de lo que pasó el 23F y del papel que jugaron determinadas personas, la serie en sí resulta más que interesante desde el plano cinematográfico, por mucho que se trate de un producto para televisión, y parte de la culpa la tiene Rodríguez, arropado aquí por el mismo equipo con el que ya trabajó en *La peste* -el citado Baños, Fran Araujo y su inseparable Rafael Cobos-, que ha hecho un sensacional trabajo de adaptación.

Y es ahí a donde voy porque lo que invita a disfrutar la serie es la forma en la que lo cuentan todo sus responsables, en especial Alberto Rodríguez, que dirige el primer y excepcional episodio -los demás no están a la misma altura-, centrado en la figura de Adolfo Suárez, que es todo un prodigio en el uso del ritmo y el montaje, en la línea del mejor Scorsese: voz en off -de Raúl Arévalo-, planos secuencias, elipsis... un despliegue visual que te atrapa desde el primer momento.



Manolo Solo, como Gutiérrez Mellado, y Álvaro Morte, como Adolfo Suárez, en el Congreso en 'Anatomía de un instante'. MOVISTAR

ANATOMÍA DE UN INSTANTE
★★★☆☆
España. 4 episodios. 180'
Dirección: **Alberto Rodríguez, Paco R. Baños**
Reparto: **Álvaro Morte, Eduard Fernández, Manolo Solo, Miki Esparbé, David Lorente**

Cuenta además con tres intérpretes excepcionales -Álvaro Morte (Suárez), Eduard Fernández (Carrillo) y Gutiérrez Mellado (Manolo Solo)-, perfectamente caracterizados, y una ambientación muy cuidada -no sé si se fuma tanto como en *Casablanca*, pero sus personajes lo necesitan de la misma manera-, lo que da mayor consistencia al desarrollo de una acción a la que le cuesta mantener el nivel en los otros tres episodios, un tanto descompensados, pero que sabe sacar partido a sus mejores atributos; entre ellos, su acercamiento a cada uno de los tres personajes que permanecieron de pie en el Congreso y temieron por su propia vida al ver aparecer a Tejero en la cámara baja. Y de entre esos tres personajes el de Gutiérrez Mellado, el más desconocido para la mayoría -el golpista frente a los golpistas-, y que, desde el punto de vista de la introspección dramática, es el mejor abordado de todos. Eso, precisamente, choca después con el trazo grueso con el que se describe a los "malos de la película", o la desequilibrada recreación del juicio del 23F, pero sin perder el sentido del entretenimiento.

María León, actriz: "El miedo es el demonio, es la destrucción de la humanidad"

La actriz se enfrenta a uno de los personajes más difíciles de su carrera en 'Silencio', la serie de Movistar Plus+. Hablamos con ella sobre su desnudez emocional y física, sus miedos y lo que ha ido aprendiendo con el paso del tiempo.

Por Álvaro Onieva y Fotos: Antártica / Maquillaje: María Andrés / Peluquería: Lauren Voicceci / Estilismo: Laura Bluetooth Publicado: 04/12/2025



María León se ha enfrentado a uno de los personajes más difíciles de su carrera en 'Silencio'. Esta serie de vampiros, recién aterrizada en Movistar Plus+, es pequeñita en algunos aspectos (en duración, en presupuesto) y

gigante en otros (en profundidad, en construcción de universo), pero sin duda es una demostración del talento de Eduardo Casanova para dirigir a actores. León aparece solo en el tercer episodio, pero brilla como nunca encarnando a una mujer perdida en la vida que, desde un cuarto cochambroso, transita por muchas emociones. 'Silencio' es una de las series españolas imperdibles del año: divertida, visceral, auténtica.

Cuéntame cómo te convenció Eduardo para este proyecto.

Sabía mucho de la historia porque Edu suele compartir las inquietudes que tiene con los amigos. Su cabeza no para de trabajar; él vive dentro de esa creatividad constantemente. Entonces, sabía de 'Silencio' desde hace mucho, pero no pensaba que me fuese a poner a mí un personaje. Yo le dije que sí y no me había leído el guion siquiera. Trabajar con Eduardo Casanova me alimenta mucho porque es alguien que tiene el corazón puesto a la hora de contar historia. No está en una imagen. Sí tiene una estética, pero para entrar en un lugar donde todo el mundo va a funcionar. Él siempre va a arriesgar. Y yo, otra cosa no, pero soy una actriz que me gusta arriesgar. Y, concretamente aquí, creo que ha sido uno de los trabajos donde más he arriesgado en toda mi carrera. Hay una entrega total con una actriz. Y hay esa entrega porque tengo una seguridad absoluta de que el personaje tiene un sentido. Como actriz me sentía muy afortunada de poder contar desde el ojo de Eduardo un trocito de su corazón.

¿Cómo es Triana? Solo estás en un episodio, pero no es un personaje fácil...

Conmigo ha conseguido hacer una punki, yonqui, bollera de los 80. Tenía que mostrar todo ese punkarrismo, el deseo de salir del pueblo y de la casa, de contar la sexualidad. Y cómo, en aquella época, toda la gente que quería ser libre se encontraba con más estigma. Insisto, yo llevo muchos años como actriz y quiero trabajos que me pongan en el precipicio como me pone esto. Fue un viaje muy fuerte. Para empezar, esta serie está rodada en 15 días. Ya los tiempos y los cuidados son diferentes. Yo tenía que exponerme mucho físicamente ante un equipo, y con un texto muy complejo: tengo que contar de dónde viene, quién es, la pareja que tiene, la sexualidad que tiene, el pensamiento interno... Y todo esto pasa en una escena y con un ciego de heroína que yo tengo que transitar. Eran muchas cosas encima de la mesa. Y no había otra forma que coger el texto, quitarte las bragas, tal cual, y lanzarte a viajar con Lucía Díez, que ha sido una suerte tenerla como compañera.

¿Ha sido difícil exponerse así?

Yo me he expuesto y he hecho esto con esta entrega porque estaba en las manos de Eduardo. A mí me lo llega a proponer cualquier otro director o directora, el más importante de este país o internacional, y hubiese hablado con él para ver cómo podíamos contar eso sin tener que enseñar nada.

¿Pero por el hecho de estar desnuda o por otra cuestión?

Por el hecho de dar tanto como actriz. Si he dado tanto es porque está justificado. Es tan importante el mensaje y tiene tanto sentido el personaje que ahí sí sirvo coño. Sin miedo, entregada y a por todo. Pero lo he hecho entregada a la verdad de la historia y a la verdad que tiene Eduardo.



¿Notas la diferencia en la mirada que tiene él o que tiene un director heterosexual a la hora de filmarte desnuda?

Completamente. Aquí no hay nada sexualizado. De hecho, no te fijas en el cuerpo, estás con ella. Están pasando tantas cosas y no ves un cuerpo puesto en postura para que se vea más bonito. Lo que se ve es lo que es, lo bruto, lo punki… Yo llegué, me quité las bragas y dije: 'Eduardo, ¿dónde?'. Y a todo coño. Y la gente del equipo se miraban entre ellos como diciendo: 'Pero bueno'. Yo sabía que esto es historia, esto es real. A mí me merece la pena enseñar el coño, si es para contar una historia importante, donde muchas lesbianas, y mucha gente, se van a sentir identificadas conmigo y no van a tener pudor a la hora de ver un culo o una teta. No están viendo una actriz pendiente del físico. Como no hay una mirada fijada en lo sexual, podía hacerlo. Podía entregar. Esto no lo hubiese hecho ni siquiera con mi hermano Paco, fíjate. No hubiese tenido yo esta libertad y esta entrega. Siento que esto dentro de 30 años va a seguir siendo moderno y va a seguir siendo actual.

Háblame del VIH, que es uno de los temas centrales de 'Silencio'.

La serie habla muchas cosas sociales, políticas... trasciende a muchos lugares. El tema central, que es el VIH, el vampirismo, o también la heroína, es hablar de los estigmas. A través de los estigmas y de silenciarnos nos crean miedo. Y ese miedo lo que hace es desdibujarnos y apagarnos. Hoy en día, por suerte, las personas con VIH pueden vivir una vida tranquila y sana. Es importante hablar de ello porque hay mucha gente que lo vive en el silencio y con miedo. Y el miedo es el demonio, es la destrucción de la humanidad. Eduardo llega mucho más allá y en la serie no solo habla del VIH, sino de que el silencio traspasa a todo: a la sexualidad, a ser uno mismo... Es importante no estigmatizarse porque socialmente y políticamente estamos en unos tiempos que cada vez vamos más para atrás y cada vez quieren más silencio y menos empatía. Y romper el silencio es buscar la empatía y mirarte de igual a igual para tener la oportunidad de vivir más y mejor. El miedo es necesario para reaccionar y estar alerta, pero no para silenciarse. Si tú tienes miedo y te callas, te va a matar por dentro. Si tú tienes miedo y lo dices, por lo menos tu miedo va a tener un valor. Hay que ser valiente, aunque ser valiente no es fácil porque todos tenemos miedo y todos vivimos en una sociedad donde nos limitan y donde nos señalan.

¿De qué miedos has tenido tú que ir despojándote?

De muchos. Y sigo y seguiré trabajando. Mi miedo es quizás la aprobación. Es un miedo que me ha costado mucho trabajo, a pesar de que siempre he sido una persona aparentemente muy espontánea, pero detrás de esa

simpatía todos tenemos vulnerabilidad. Antes tenía una necesidad más de aprobación y de rellenar más los tiempos, de querer contarle más a la gente mi sentir. Ahora tengo menos interés y menos necesidad de aprobación. Tengo más necesidad de encontrar la paz y un pensamiento interno mío con el que me sienta a gusto; si yo estoy buscando el pensamiento del otro va a ser difícil que yo esté a gusto. Escucharse, no silenciarse.

Hace años te entrevisté en el rodaje de 'Allí abajo'. ¿Cómo has cambiado, desde entonces, como actriz?

Como empecé a trabajar tan jovencita y he hecho tantas cosas, tengo la sensación de que sigo exactamente igual. Estoy en el mismo punto de aprendizaje. Sé que he aprendido y sé que tengo un traje mucho más formado, sobre todo a nivel técnico, pero como actriz el único cambio que noto es a la hora de elegir. Antes me daba igual porque hasta los personajes más malos me parecían un reto defenderlos. Sí que es verdad que he tenido la oportunidad de trascender y pasar por muchos lugares, por otras series de ficción con personajes mucho más alejados a mí. El personaje de 'Allí abajo' a mí me interesaba menos porque tenía menos opinión. Y una de las luchas he tenido desde entonces es que el personaje tenga opinión y le pasen cosas, y que no sea un personaje que está al servicio del resto. Y pasaba eso un poco con Carmen, siendo la protagonista estaba todo el tiempo muy al servicio. Para eso soy luchona.

ACERO



Omar Ayuso entra en Silencio, la nueva serie de Eduardo Casanova para Movistar+, como quien cruza por fin la puerta de un universo que ha admirado desde lejos durante años, casi con devoción, con ese anhelo que se reserva para las cosas que parecen inalcanzables hasta que, de pronto, dejan de serlo. Su aparición en la ficción es breve, sí, pero la intensidad del espacio que encontró al otro lado (esa belleza incómoda, desbordada, radicalmente sensible que define la mirada de Casanova) lo marcó con una fuerza inesperada.

No habla de ello como quien recuerda una anécdota profesional más, sino como alguien que ha vivido una experiencia estética y emocional que se le ha quedado adherida a la piel. Lo cuenta con una mezcla de entusiasmo y vértigo, con ese temblor contenido de quien aún está procesando lo vivido, y esa energía recorre toda la conversación como un hilo que lo arrastra de nuevo hacia ese set, hacia ese imaginario excesivo, rosa, grotesco y tiernísimo en el que sintió que se cumplía algo muy íntimo. Hablamos con él sobre ese salto, las heridas que laten en la serie, lo político y lo íntimo, y cómo ha ido transformando su manera de entender el oficio.



Tu aparición en Silencio es muy impactante, ¿cómo fue entrar en ese universo tan bello, extremo e incómodo que propone Eduardo Casanova?

Ha sido un sueño cumplido, sin que sea una frase hecha y manida. Edu es uno de mis directores favoritos, en primero de carrera fui cinco veces a ver Pieles a los Artistic Metropol de Madrid. Cuando me llamó me puse muy contento y le dije que sí sin haber leído el guion aún.

¿Qué fue lo que te hizo decir: sí, quiero estar en esto?

Hay una razón personal, mi admiración por la filmografía de Edu. Una razón política, que tiene que ver con un compromiso con romper el silencio de las personas con VIH. Y una razón artística, el cine de Edu es narrativa y estéticamente muy interesante.

La estética de Eduardo es un lenguaje muy reconocible. ¿Te costó encontrar tu lugar dentro de ese mundo o conectaste rápido con él?

Hacer una serie sobre vampiras que toman ansiolíticos en el siglo XIV y cantan Rocío Jurado…¿cómo no conectar con eso? Además, me entiendo muy bien con Edu y confío plenamente en él. Ha sido muy fácil abandonarme y entrar en su mundo.

¿Hubo algún detalle del rodaje, del personaje o del ambiente en el set que se te quedara rondando después?

Lo que se me quedó es sangre artificial en partes recónditas de mi cuerpo y en el textil de mi hogar durante semanas.

“Hacer una serie sobre vampiras que toman ansiolíticos en el siglo XIV y cantan Rocío Jurado… ¿cómo no conectar con eso?”

La serie toca temas como el cuerpo que cambia o las heridas heredadas. ¿Te resonó algo de todo esto mientras la rodabas?

Todo lo que aborda Silencio me resuena. Hay una conversación sobre la madre que interpreta María León que me emociona profundamente. Y una secuencia de Lucía Díez abriendo unas cortinas…

En los últimos años has elegido proyectos cada vez más singulares y subversivos. ¿Qué pesa hoy en tu criterio a la hora de decir sí a un trabajo?

No soy de esos actores que eligen el trabajo; a mí el trabajo me suele elegir. Esa imagen del actor con ocho proyectos para escoger es la excepción, no la norma. Tengo la suerte de que directores como Edu, Javi Giner o Julia de Castro han confiado en mí y me han escrito personajes superchulos.

¿Sientes que tu forma de leer los guiones o de acercarte a un personaje ha cambiado mucho respecto a tus inicios?

Todo ha cambiado mucho respecto a mis inicios. Empecé a trabajar sin formación, no tenía ni puta idea de nada, ni herramientas ni técnica. Todo lo he aprendido trabajando, mirando y escuchando mucho a mis compañeros, actores, técnicos y directores.

Cuando miras tu evolución como actor, ¿qué dirías que ha cambiado más en tu forma de trabajar o de presentarte ante un proyecto?

Cada vez trabajo más desde la diversión y la serenidad.

Silencio usa la fantasía, lo grotesco o lo simbólico para hablar de cosas muy reales. ¿Qué te atrae de esa mezcla?

Empatizar con ‘los monstruos’ y vernos en ellos puede ser muy revelador.

“No hay nada que disfrute más como espectador que incomodarme y cuestionar mi propio sistema de valores.”

¿Qué crees que permite la fantasía (o el lenguaje no literal) a la hora de hablar de lo social que quizá no permite el realismo puro?

No lo sé. A mí, personalmente, me interesa el arte más como una expansión de la realidad que como un realismo puro. Pero, como todo, es cuestión de gustos.

A menudo interpretas personajes o historias desde los márgenes. ¿Qué encuentras ahí que no encuentras en relatos más convencionales?

Me interesan más. Artística y políticamente.

¿Sientes algún tipo de responsabilidad, o deseo, de participar en ficciones que cuestionen normas o incomoden al espectador?

Deseo, sobre todo deseo. No hay nada que disfrute más como espectador que incomodarme y cuestionar mi propio sistema de valores.

Como persona y artista, ¿qué problemáticas actuales te preocupan más o te atraviesan en este momento?

Me preocupa el silencio. La falta de posicionamiento político en un contexto tan peligroso como el que estamos viviendo.

¿Hay algún tema que te gustaría explorar en una ficción porque crees que aún no se está contando como debería?

Hay tantas maneras de contar historias como personas que las cuentan. Me fascina comprender la forma de mirar el mundo de cada director o directora.

Y cuando miras hacia adelante, ¿hay algún territorio creativo, algún tipo de personaje o proyecto que aún no hayas hecho y te apetezca mucho probar ahora?

Me apetece probarlo todo.

Texto
Sergi Boira

Fotografía
Irene Martinez

Asistente fotografía
Sofía Meza

25 Aniversario Libertad Digital

Por qué 'Silencio', la serie de Eduardo Casanova de vampiras y SIDA, está escandalizando al público

Silencio, estrenada en Movistar+, es una. miniserie de tres episodios que está generando polémica por su mezcla de vampiras y SIDA.

Juanma González 04/12/2025 - 21:00



Glam, camp, kitsch, trash... podemos adoptar todos los anglicismos que quieran para describir la labor tras las cámaras de Eduardo Casanova, actor de la telecomedia Aída que ha logrado abrirse camino tras las cámaras con una pecular mezcla de autoría, desparpajo y sí, caradura.

Silencio, su serie de vampiras concebida como metáfora del VIH realizada de la mano con la ONG Apoyo Positivo y Movistar, ofrece al espectador tres capítulos de breve duración donde utiliza los procedimientos del género para vehicular no ya tanto una denuncia social, sino un mundo personal que van desde los inevitables Almodóvar y Lynch hasta Cronengerg y Waters.

Suena de maravilla, pero todos nos sabemos lo que pasa con los envoltorios llamativos: a menudo contaminan el medio ambiente. Y el medio ambiente que ha recibido Silencio ha sido el de la polémica en redes sociales ya desde su presentación en el último Sitges.

Algunos evidentemente no pueden entrar por la puerta (delantera o trasera) del pretendidamente hortera universo de Casanova, otros se escandalizarán por alguna que otra imagen explícita mil veces vista en la Transicion (hay que decir que María León lo da todo en el tercer capítulo, el mejor de todos) y otros por el indisumulado ejercicio "queer" de una ficción gritona y pretenciosa. Pero la verdad es que el medio ambiente ya estaba contaminado de antes y Eduardo Casanova se divierte

provocando, como con esas declaraciones sobre las subvenciones que ahora sus detractores le recuerdan.

En lo relativo a la serie, el autor recurre a un prisma fundamentalmente humorístico que permitiría añadir a los Monty Phyton a la fórmula expuesta más arriba. El director de Pieles (film con el mismo ADN) tiene un incuestionable buen ojo visual, nadie a estas prontas alturas puede discutírselo, y el diseño de producción (debido a él mismo) y el maquillaje resultan excelentes, mejor que algunas interpretaciones.

En realidad, Silencio es un melodrama romántico hipervitaminado como ópera bufa que utiliza la metáfora del vampirismo para abordar el VIH de una manera evidente, cosa que -por otro lado- es lo que el cine de género siempre ha hecho: hablar en clave y desde los márgenes. Novedad cero en este punto, y esto es tanto una defensa como una crítica al producto, por mucho que Casanova esté evidentemente satisfecho de haber conseguido su propio "épater la bourgeoisie" de diciembre de 2025.

Porque donde Silencio ya no brilla tanto es en su exceso de diálogo, quizá para maquillar las limitaciones técnicas de una serie que en ese sentido es, por otro lado, irreprochable, y que no produce los efectos deseados sino que precisamente los estrangula. Casanova intenta crear un ritmo trepidante a traves de los diálogos y una edición de cortes rápidos, pero ese procedimiento pronto le deja sin recursos, y esos mismos diálogos no siempre funcionan. Los capítulos son afortunada e inteligentemente cortos, y el director y guionista se vale de ello para cambiar de tercio en cada uno de ellos, empujando la serie desde la parodia al cliché de La Bruja y el cine de terror de A24 al del cine quinqui español más sórdido y tremendo, ganando densidad con el cambio.

Tan juguetona como irreverente en su afán de llamar la atención, enternece su naturaleza bienintencionada y a la vez lo provocador de sus imágenes, aunque lo que petardo es, petardo se queda. Silencio es una miniserie que gustará exactamente a aquellos adeptos a los que iba dirigida, que vuelve a apuntar maneras de cineasta, pero que no acaba de gestionar totalmente su propio absurdo.

EL PAÍS

Lo que estoy viendo

NATALIA MARCOS 4.12.2025

También vi *Silencio* (Movistar Plus+), la comedia existencialista de tres episodios de Eduardo Casanova sobre vampiros y sida. Suena una mezcla rara, y así es la serie (o artefacto audiovisual, o como se quiera llamar), rara, aunque no tanto como se podría esperar viendo las imágenes promocionales. Reconozco que alguna vez me reí y que el mensaje se hace bastante explícito, que es una buena forma de escapar de ese silencio que se denuncia. También que no conecto con ese estilo algo excesivo y casi surrealista a ratos. Pero se agradece la audacia y la intención de ser diferente.

culturaenserie

Cómo se rodó ‘Silencio’: localizaciones, estética radical y secretos del rodaje de la serie más ambiciosa de Eduardo Casanova

Por J Vallejo 4 diciembre, 2025

En un panorama audiovisual cada vez más homogéneo, ‘Silencio’, la nueva serie original de Movistar Plus+ escrita y dirigida por Eduardo Casanova, irrumpe como un puñetazo estético.



La producción se presenta como una experiencia visual extrema, profundamente emocional y formalmente arriesgada. Pero ¿cómo se construye desde dentro un universo tan autoral y visceral? Nos adentramos en las entrañas de su rodaje para entender cómo se hizo posible esta obra radical.

Aunque aún no se han hecho públicas todas las localizaciones, se sabe que buena parte del rodaje tuvo lugar en interiores construidos o modificados específicamente para responder a la visión estética de Casanova.

El objetivo no era recrear lugares reconocibles, sino crear espacios que funcionaran como extensiones de los personajes: habitaciones asfixiantes, pasillos rosados, casas que se deforman como reflejo del trauma.

La estética de ‘Silencio’ convierte lo doméstico en algo amenazante, lo cotidiano en pesadilla. El tratamiento del espacio recuerda más al teatro de la crueldad que al realismo televisivo. Según fuentes cercanas al equipo, se trabajó con sets cerrados para tener un control absoluto de la luz, el color y los ángulos.

Diseño de producción: cuando cada objeto respira significado

El universo visual de Casanova es inconfundible: saturación cromática, texturas orgánicas, simetrías inquietantes. En ‘Silencio’, todo el diseño de producción está pensado para generar incomodidad y belleza a partes iguales. El rosa se impone como color dominante, acompañado de blancos clínicos, tonos carne y contrastes duros.

Los espacios renuncian a la verosimilitud en favor de la potencia simbólica. Hay cocinas que parecen quirófanos, camas flotando en habitaciones casi oníricas y baños convertidos en cámaras de confesión emocional. La decoración sigue un lenguaje visual propio que bebe del cine radical europeo, del body horror y de un camp muy estilizado.

Vestuario y dirección artística: el cuerpo como lienzo emocional

En ‘Silencio’, la dirección artística no se limita al entorno. El cuerpo humano se convierte en una superficie narrativa, intervenida mediante vestuario, maquillaje e incluso prótesis físicas. La ropa no viste: expresa estados emocionales. Hay personajes envueltos en telas translúcidas, otros que parecen salidos de un quirófano performativo.



El vestuario mezcla lo grotesco con una estilización extrema. No es moda: es dramaturgia visual del cuerpo. Una línea que continúa la tradición casanovista de usar la carne —la visible y la simbólica— como territorio donde se escribe el dolor, la vergüenza o el deseo reprimido.

Rodaje: una exigencia estética que atraviesa al equipo

Trabajar con Casanova implica asumir que cada plano es una composición pictórica. El ritmo de rodaje fue meticuloso, casi quirúrgico, con un control férreo de encuadres, posiciones actorales y paletas de color. El silencio, más allá del título, se usa como pausa dramática, como tensión y como espacio expresivo.

Según el reparto, fue un rodaje intenso. Varias escenas reclamaron una entrega emocional profunda, desnudez psicológica e incluso transformaciones físicas. La colaboración entre intérpretes, dirección y equipo técnico fue clave para sostener ese nivel de precisión y carga simbólica.

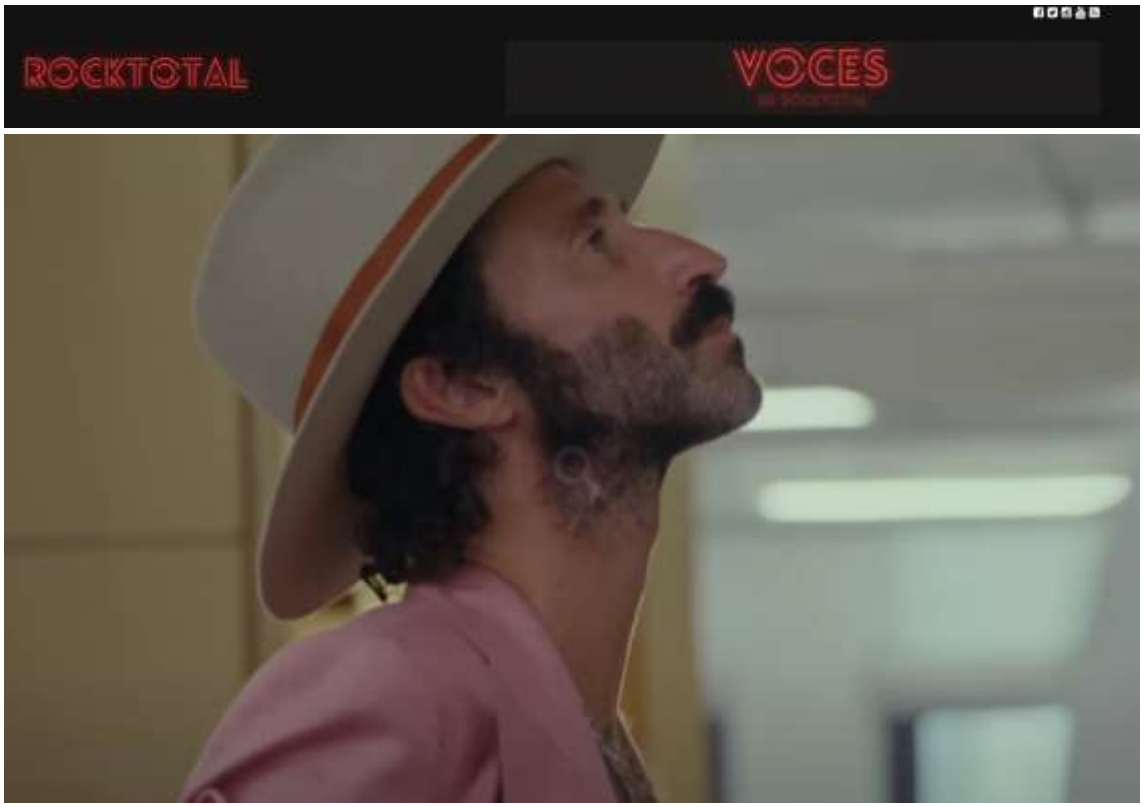
Secretos del set: entre la performance y el cine

Algunas secuencias se rodaron en decorados construidos íntegramente desde cero, lo que permitió una libertad creativa total. Varios sets funcionaban casi como instalaciones artísticas: un útero gigante, una habitación que se encoge, un altar de duelo bañado en luz rosa. Se optó por efectos prácticos, prótesis y un trabajo de maquillaje que roza lo escultórico.

Según se ha filtrado, hubo escenas donde los actores interactuaban con elementos físicos deformes o altamente simbólicos: cuerpos hiperrealistas, fluidos artificiales o prótesis diseñadas por artistas plásticos. Todo pensado para intensificar la experiencia sensorial y emocional.

El rodaje de ‘Silencio’ no fue una producción convencional. Fue una apuesta estética radical, un proceso creativo exigente donde cada detalle tenía un peso narrativo. En la serie de Casanova no existe lo casual: todo está concebido para transmitir algo, para incomodar, para emocionar o para agitar.

Y esa coherencia absoluta, tanto dentro como fuera del set, coloca a ‘Silencio’ entre los proyectos televisivos más ambiciosos y únicos del panorama español reciente.



Noticias

‘Hasta que me quede sin voz’ llega a Movistar+

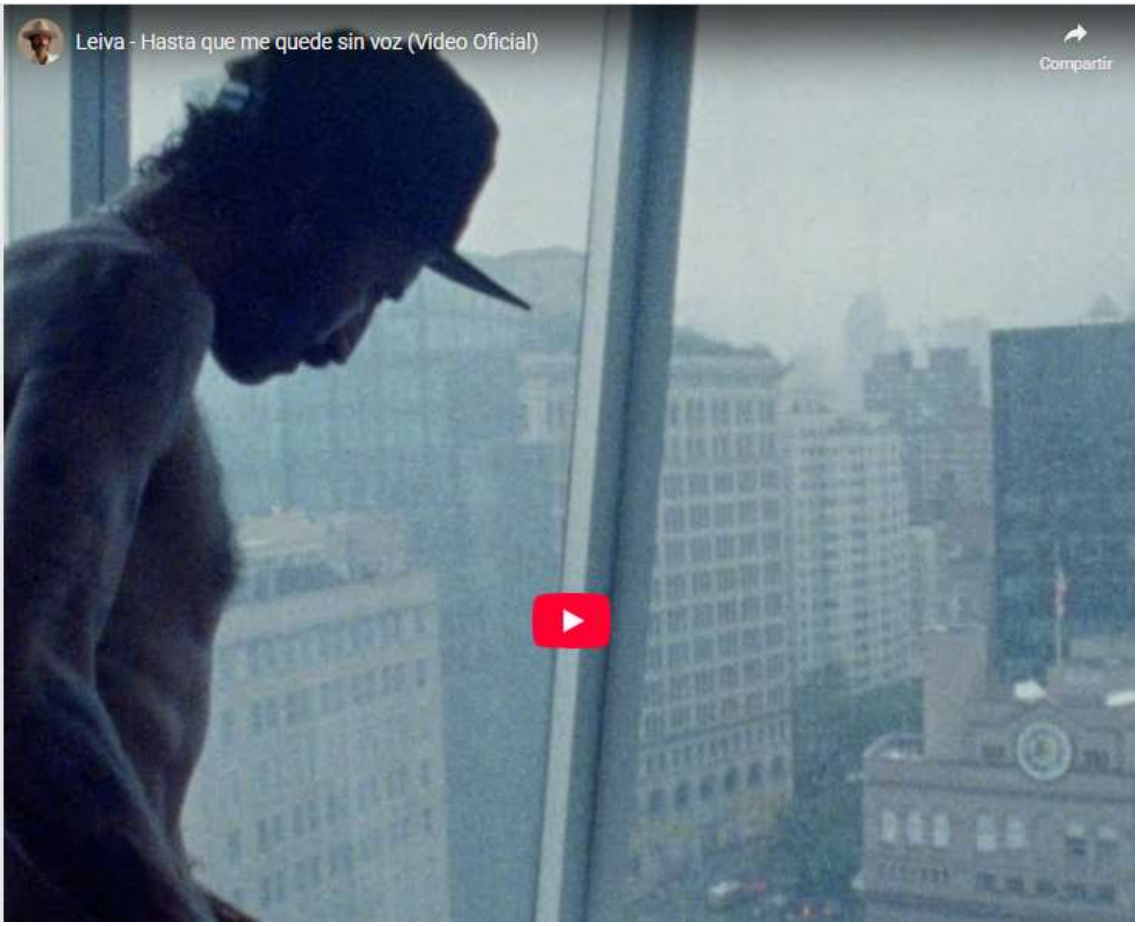
La película documental de Leiva «Hasta que me quede sin voz» llegará a la plataforma Movistar+ el 23 de diciembre.

El documental sigue su carrera como artista hasta uno de los momentos más vulnerables de su vida: la gestión de su problema en la voz.

El músico madrileño compuso y produjo el tema original que da título al mismo también y cuyo proceso de creación y grabación forma parte de la película

«Hasta que me quede sin voz» es el retrato más íntimo de Leiva. Un trabajo colectivo de Mario, Lucas y Sepia Un original Movistar Plus+ producido por Blur y distribuido en cines por Sideral

Su estreno en cines tuvo lugar el 17 de octubre de 2025..


Leiva - Hasta que me quede sin voz (Video Oficial)
Compartir

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 5
AVE: 6460 €
ÁREA: 20 CM² - 14%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: OPINION

5 Diciembre, 2025



Mar en calma

Flores para Antonio



Irene Villa

Alba Flores es, desde hace años, una actriz consagrada. Y ahora, gracias al emocionante y poderoso documental dedicado a su padre, demuestra que también ha heredado una sensibilidad especial para cantar. «Flores para Antonio» no es solo la historia que deseábamos conocer, es también un proceso de sanación para quien hemos perdido un ser querido y para una saga artística irrepetible, que forma parte de la memoria de todo el país. Un diálogo pendiente para continuar un legado único tan vibrante como nuestro.

La partida de la gran Lola Flores, Lola de España, y la de su hijo apenas catorce días después, han requerido treinta años de duelo. Mucho dolor que podemos ver en la gran pantalla convertido en amor, memoria y arte, en una obra en la que brilla también la madre de Alba, Ana Villa (¡qué orgullo ser tu prima!), cuya lucha y fuerza interior traspasan la pantalla y llegan al alma.

Como dijo Alba en el preestreno: «El público siempre ha estado en nuestras vidas. Forma parte de nuestra constelación familiar». Y es que crecimos admirando el arte de los Flores. Me conmueve especialmente que llegue ahora, justo tres décadas después de aquellas pérdidas que seguimos llorando. Treinta años fueron también los que necesitó mi hermana para sanar y perdonar. Y recordaba, al ver la película, aquella frase de «La bailarina de Auschwitz»: «En la infancia se crean las dimensiones y las fronteras de nuestra propia valía». La protagonista de la popular novela tardó también tres décadas (casualidad o causalidad) en descubrir que lo importante no es saber por qué vive, sino qué hacer con su existencia.

Siempre hay que luchar por algo y Alba, con su búsqueda y vulnerabilidad, nos invita a reparar heridas, superar pérdidas y abrazar el presente. Su canción final, puro sentimiento y pura luz, convierte «Flores para Antonio» en una obra profundamente conmovedora.

Hablar del dolor es también honrar la vida.

Programación

Movistar Plus+ estrenará en Nochebuena el espectáculo «Hasta luego, Leo»

4 de diciembre de 2025



Leo Harlem estrena el 24 de diciembre en Movistar Plus+ dos programas especiales

Leo Harlem se baja de los escenarios para tomarse un merecido descanso, y Movistar Plus+ estará ahí para despedirle como se merece. El próximo 24 de diciembre, el humorista estrena en la plataforma dos especiales muy especiales: «Hasta luego, Leo», un show organizado por Divertia Producciones y Etiqueta negra grabado en un teatro de Madrid donde recupera algunos de sus monólogos más memorables, y «Ni tan mal», un programa cargado de anécdotas y testimonios que repasa, con humor y mucho cariño, su brillante trayectoria.

Hasta Luego, Leo

Leo Harlem nos dice hasta luego con Hasta luego, Leo, un gran espectáculo en el Teatro Caixabank Príncipe Pío de Madrid, retransmitido por Movistar Plus+. En este show especial, el humorista hará una revisión de los mejores monólogos de su carrera, repasando su brillante trayectoria. Una noche llena de humor, emoción y cariño, con la que Leo deja a un lado sus giras y películas para tomarse un merecido descanso.

Leo Harlem: «Me voy a descansar, repasando todos esos monólogos que se me han ido ocurriendo en estos años y que parece han dejado mella en muchos de vosotros».

«Ni tan mal»

Un emotivo y divertido repaso a la trayectoria de Leo Harlem, uno de los grandes del humor español. En el especial Ni tan mal Leo comparte anécdotas, recuerdos y reflexiones sobre su carrera, mientras amigos, compañeros y referentes del humor aportan sus testimonios más cercanos y sinceros. Un programa lleno de risas y cariño que celebra la brillante trayectoria de un artista irrepetible, en el momento en que anuncia un merecido descanso.

Leo Harlem continuará en Movistar Plus+ en 2026 con nuevas entregas de Leo Talks.

Entrevista

Miguel Bernardeau: "Para mí no hubiera sido un problema hablar catalán en 'Terra Alta'"

El actor protagoniza la nueva serie de Movistar Plus+ basada en una novela de Javier Cercas



Miguel Bernardeau, en 'Terra Alta' / MOVISTAR PLUS+

Marisa de Dios 05 DIC 2025 8:00

Desde que se dio a conocer en 'Élite', el currículum de Miguel Bernardeau no deja de acumular títulos: 'La última', 'Zorro', 'Todo lo otro', '1899', 'Querer'... Ahora es un 'mosso' con un pasado oscuro en la serie producida que acaba de estrenar Movistar Plus+ 'Terra Alta', un 'thriller' basado en la novela homónima de Javier Cercas, ganadora del Premio Planeta en 2019.

--Interpreta a un agente de los Mossos d'Esquadra, Melchor Marín, con un pasado bastante turbio.

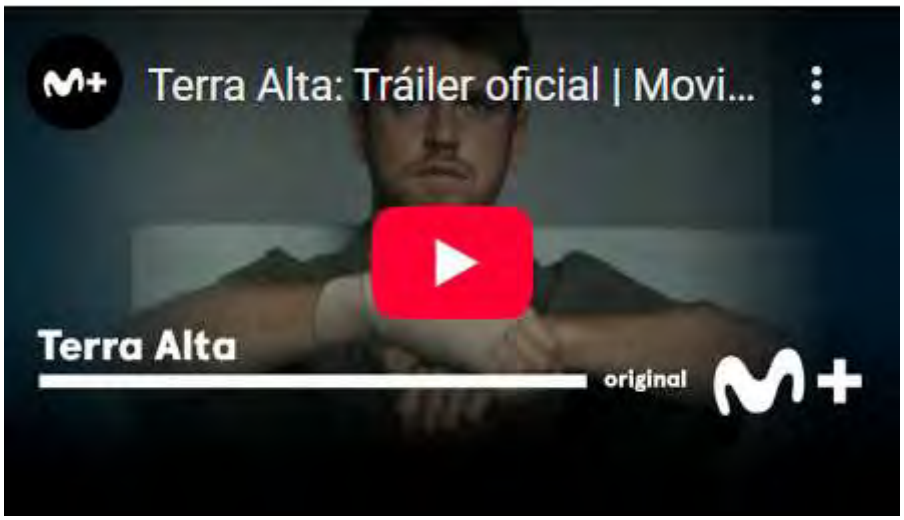
Es un 'mosso' con una vida llena de giros inesperados. Nace en Barcelona, hijo de una prostituta, y nunca conoce a su padre. Vive mucho en la calle y acaba entrando en prisión muy joven por un asunto relacionado con el narcotráfico y, estando allí, le dicen que su madre ha sido asesinada. En prisión vive una catarsis leyendo 'Los miserables' y se engancha a la lectura. Empieza a estudiar para ser policía con la intención de encontrar al asesino de su madre, un caso que nadie quiso investigar por razones que él desconoce.

--Y entonces llega el atentado de Cambrils…

Sí. Poco después de empezar a ejercer como policía y de estar investigando el asesinato de su madre, ocurre el atentado de Cambrils. Él es el héroe que mata a los terroristas, y eso supone otro giro importante en su vida. Para protegerle del ISIS lo trasladan a Gandesa, en Terra Alta, para que viva una vida más tranquila y en el anonimato, para que se recupere mentalmente porque ha vivido un trauma fuerte.

--Pero la vida allí no acabará resultándole tan tranquila.

Cuando empieza la serie lleva allí unos seis años, tiene una hija y una mujer a la que conoció en la biblioteca local, y está muy enamorado. Y entonces ocurre un doble asesinato que hace que su pasado regrese para perseguirle. La serie alterna la trama actual, que es la línea principal, con 'flashbacks' de su pasado.



--¿Cree que Melchor es su personaje más adulto? Hasta ahora venía de papeles más juveniles, como 'Élite' o 'Zorro'.

En 'Querer' también interpretaba un personaje con un drama familiar. Pero sí, es mi segundo personaje realmente adulto y con hijos.

--¿Es también su personaje más difícil por todo ese pasado que arrastra?

Tiene mucha historia detrás. Es un personaje complejo. No diría difícil, pero sí complejo por todo lo que arrastra.

--La serie se basa en la novela de Javier Cercas. ¿Le recomendaron que debía leerse el libro o no?

Es que yo ya lo había leído.

--¿Entonces se había imaginado interpretando a Melchor?

No. Lo leí un año antes de que me ofrecieran el papel y ni siquiera pensaba que estuviera en mi rango de edad. No era de esos personajes que lees y dices “ojalá lo

pudiera hacer". No por nada, porque la novela me encantó, sino porque no veía mi perfil ahí ya por la edad.



Ivan Massagué y Miguel Bernardeau, en 'Terra Alta' / MOVISTAR PLUS+

--La serie está ambientada y rodada en Catalunya, pero no hablan en catalán. ¿No se planteó en algún momento?

Ningún personaje habla catalán en la serie. A mí me habría gustado, pero no es una decisión que me corresponda.

--Usted nació en València. ¿Entiende el catalán?

Sí. Por mí no hubiera sido un problema, pero no formaba parte de mis decisiones.

--Para interpretar a un 'mosso', ¿se preparó con policías reales?

Tuvimos varias charlas. Estuve en contacto con un 'mosso' de asalto que trabaja en operaciones contra traficantes de armas y drogas. Con ellos preparé técnicas de entradas a una casa, registros, cómo esposar, sus rutinas... De todas formas, Melchor no es un 'mosso' al uso. Es muy particular, por su historia, de dónde viene y por lo joven que es.

--¿No tuvo ningún tipo de contacto con el 'mosso' real que evitó que el atentado de Cambrils fuera más cruento?

Su nombre no es público, y no hemos hablado con él. Pero es que la historia no va de él. Javier Cercas me contó que no escribió la novela basándose en ese hecho o en ese personaje, sino que cuando la estaba creando pasó lo de Cambrils y lo incluyó.

--Dice que habló con Cercas. ¿Qué 'feedback' le dio?

Fue un placer. Me parece que es uno de los mejores escritores que tenemos, tiene libros muy buenos. Me dio claves que me vinieron muy bien y sentí mucha libertad para poder decir lo que pensaba del personaje. Impone un poco hablar con el creador de tu personaje, pero fue muy amable.



Miguel Bernardeau, en la serie 'Terra Alta' / MOVISTAR PLUS+

--Muchos lectores tendrían una imagen muy marcada de Melchor por la novela. ¿Le condicionó eso?

Creo que la imagen del Melchor del libro es más seca que la que hemos hecho en la serie, era un personaje más distante y traumatizado. Yo lo he hecho un poco más empático, quizá por miedo a que el público no conectase con él. He interpretado su trauma, pero quizá no la incapacidad que tiene Melchor para comunicarse. En la novela casi no habla. De hecho, en los primeros guiones casi tampoco lo hacía, y dije: "Si no habla, ¿cómo va a empatizar la gente con él?". Y se cambió.

--De hecho, en la serie también vemos su faceta familiar.

Sí. A mi mujer en la serie la intepreta Marta Etura. Estoy muy contento con la pareja que hemos construido: hay una diferencia de edad, pero el romance es muy bonito. Se enamoran a través de los libros. Ella entiende su trauma y le permite ser como es. Melchor es muy seco y granítico en el trabajo, pero en casa necesita cariño y es muy amoroso con su mujer y su hija.

--En la serie también hay reminiscencias de la Guerra Civil. ¿Cómo aparece en la historia?

Terra Alta fue escenario de la batalla del Ebro y aún hay minas y bombas enterradas. La serie trata esa idea de que la tierra respira las guerras pasadas, no solo por las familias que las vivieron, sino por lo que todavía permanece bajo el suelo.

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



Por **MindiesCine** – 4 DICIEMBRE 2025

El sol cae sobre una comarca que parece dormida, pero la calma es solo un espejismo. En 'Tierra Alta', el pasado se agazapa detrás de cada colina y se mezcla con la vida diaria como una sombra imposible de apartar. La serie, dirigida por Eduard Cortés y escrita por Eligio R. Montero, convierte la adaptación de la novela de Javier Cercas en una historia sobre la herencia del dolor y la imposibilidad de escapar de él. Lo que empieza como una investigación policial pronto se transforma en un retrato sobre la culpa, la justicia y el peso de la memoria colectiva. En su paisaje de luz limpia y apariencia apacible, cada rincón guarda el eco de una violencia que sigue respirando. Cortés construye el relato con una mirada precisa, alternando presente y pasado sin artificios, como si el tiempo fuera un mismo hilo que ata los destinos de los personajes y el territorio que habitan.

Melchor Marín, interpretado por Miguel Bernardeau, es el centro de esa historia. Su figura encarna una lucha interior que se mantiene incluso cuando parece haber encontrado redención. Su pasado delictivo, su paso por la cárcel y su posterior conversión en agente de los Mossos d'Esquadra lo colocan en un punto donde la ley y la venganza se confunden. La lectura de 'Los miserables' marca un antes y un después en su vida, no como salvación, sino como espejo que refleja sus contradicciones. Melchor busca justicia con una obsesión que le consume, como si castigar al culpable fuera la única forma de silenciar sus propios errores. Bernardeau transmite esa tensión con una interpretación contenida, casi hermética, que hace visible el peso de los recuerdos. El personaje avanza por la trama sin descanso,

atrapado entre el deber profesional y una necesidad personal de reparación que no consigue calmarse. Su evolución sostiene la historia con una coherencia que refuerza la idea de que el pasado siempre encuentra una manera de regresar, incluso en los lugares que intentan olvidar.

El crimen que impulsa la acción sirve como detonante para abrir un abanico de relaciones marcadas por el miedo, la ambición y la lealtad. La muerte de los empresarios Adell deja al descubierto un sistema social construido sobre silencios, donde cada vecino sabe más de lo que admite. La serie se apoya en los flashbacks para mostrar los orígenes del protagonista y los vínculos entre la violencia pasada y la actual. De este modo, la investigación policial se convierte en un espejo de una comunidad que arrastra sus propias culpas. El ritmo avanza con firmeza, sin concesiones al espectáculo gratuito, dejando que las revelaciones lleguen a través de las miradas o los gestos contenidos. 'Tierra Alta', con su paisaje rural y su aparente serenidad, se convierte en un personaje que observa sin intervenir. Los encuadres amplios y el uso insistente de la luz natural acentúan la sensación de que el territorio entero participa en la historia, como si cada montaña y cada casa conservaran la memoria de las heridas que todavía supuran. En esa tensión entre claridad y oscuridad se mueve todo el relato.

El elenco que acompaña a Bernardeau aporta equilibrio y densidad a la historia. Marta Etura interpreta a Olga, su compañera y ancla emocional, con un tono sobrio que refleja el desgaste de una relación donde el amor y el miedo conviven. Goya Toledo da vida a una superior que encarna la rigidez del sistema policial y contrasta con el temperamento impulsivo del protagonista. Francesc Orella aporta una serenidad inquietante, siempre en los márgenes, pero decisivo en los momentos de mayor carga moral. Pere Ponce deja una huella breve pero intensa, mientras Iván Massagué refuerza el contrapunto entre camaradería y desconfianza. La dirección de actores apuesta por la contención, permitiendo que el silencio diga más que cualquier diálogo. Cortés muestra preferencia por los detalles mínimos, por los momentos en los que los personajes revelan su fragilidad sin necesidad de palabras. Esa economía expresiva refuerza la idea de que en este mundo nadie se salva del pasado, solo se aprende a convivir con él.

La serie construye su identidad visual con un trabajo de fotografía que subraya la contradicción entre la belleza del entorno y la podredumbre moral de lo que ocurre en él. Joan Benet utiliza una luz casi cegadora, que convierte los días soleados en una especie de juicio permanente. Los interiores, en cambio, se llenan de sombras que recortan los rostros y acentúan el encierro. Cada plano parece diseñado para recordar que la claridad puede ser tan opresiva como la oscuridad. La música de Arturo Cardelús refuerza ese contraste con una composición que oscila entre el desasosiego y la melancolía. Las cuerdas marcan el pulso del recuerdo, mientras el piano insinúa

la tristeza de lo que no puede recuperarse. En los momentos de mayor tensión, la percusión marca el paso del peligro, sin convertirse en protagonista. La banda sonora funciona como un eco emocional que acompaña al espectador sin distraerle de lo esencial: el peso de los hechos sobre las conciencias.

'Tierra Alta' también ofrece una lectura social y política que atraviesa toda su trama. La serie plantea cómo la violencia no desaparece con el tiempo, sino que se transforma en silencio y se transmite de generación en generación. La historia muestra una comunidad que prefiere fingir normalidad antes que asumir su historia. En esa negación colectiva se esconde la verdadera raíz del conflicto. Los personajes se mueven entre la lealtad y el miedo, atrapados por un sistema que protege a los poderosos y castiga a los que intentan romperlo. El guion se adentra en la relación entre la justicia institucional y la moral personal, dejando claro que ambas siguen rutas distintas. Melchor representa esa grieta, un hombre que cumple la ley mientras la desafía, que busca reparar lo irreparable. En el fondo, 'Tierra Alta' es una reflexión sobre la herencia del dolor y sobre cómo la memoria puede ser una forma de resistencia. La venganza, el perdón y el olvido se confunden, como si todos formaran parte de una misma necesidad de cerrar un círculo que nunca se cierra del todo.

Eduard Cortés dirige la serie con una calma que multiplica la tensión. Sus decisiones formales renuncian al artificio y apuestan por un ritmo pausado, donde cada plano tiene un propósito. Los cambios de tiempo fluyen sin interrupciones, los silencios se prolongan hasta incomodar y los personajes se muestran tal como son: marcados por su historia y por su entorno. La puesta en escena busca la veracidad antes que el impacto, lo que la acerca a una corriente de thriller europeo que entiende el género como un espacio para el análisis moral. Movistar+ presenta con esta producción un relato que se desmarca de la espectacularidad fácil y apuesta por la observación precisa, por la huella que deja cada decisión. 'Tierra Alta' demuestra que un crimen puede ser mucho más que un enigma: puede ser el espejo de una sociedad que sigue cargando con sus propios fantasmas.

'Tierra Alta' se queda grabada por la manera en que muestra la violencia sin exaltarla. El crimen es solo el detonante de un retrato sobre la culpa, la justicia y la memoria. La serie no busca redenciones ni victorias, sino la comprensión de lo que el tiempo arrastra y transforma. En su último plano, lo que permanece no es el castigo ni el perdón, sino la conciencia de que la verdad, aunque se entierre, sigue viva en la tierra que la oculta.



La representante israelí Yuval Raphael, en mayo en la última edición de Eurovisión. SEBASTIAN REUTER (GETTY)

España no irá a Eurovisión tras la decisión de que Israel siga en el festival

La UER apoya al país de Oriente Próximo y aprueba las nuevas normas de votación del certamen. Países Bajos, Eslovenia e Irlanda tampoco participarán

HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ
Madrid

España, Países Bajos, Eslovenia e Irlanda confirmaron ayer que no participarán en Eurovisión 2026. La 95ª asamblea general de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) —organizadora del festival de Eurovisión—, celebrada ayer y hoy en Ginebra (Suiza), decidió apoyar que Israel participe en la edición de 2026, tras la aprobación de las nuevas medidas propuestas la semana pasada. La salida del festival implica además que RTVE no emitirá la final —que se celebrará en mayo en Viena— según anunció la cadena pública española en un comunicado, aunque Gonzalo Pinillos sí participará el sábado 13 de diciembre en Eurovisión Junior, la versión infantil del concurso.

El objetivo de la reunión de ayer era debatir y votar el nuevo paquete de medidas anunciadas el 21 de noviembre para atender las inquietudes sobre el sistema de votación manifestadas por varios países miembros de la UER, organización a la que pertenecen 113 emisoras de radio y televisión de 56 países. Se requería una mayoría simple para su aprobación. Las nuevas normas salieron adelante con 738 votos a favor de las nuevas medidas, 264 en contra y 120 abstenciones.

Durante la reunión, RTVE y las cadenas de otros siete países solicitaron por escrito la votación secreta en la asamblea. La presidencia de la UER denegó a la cadena pública española la realización de una votación específica sobre la participación de Israel, explicaba ayer la cadena española. "Esta decisión acrecienta la desconfianza de RTVE en la organización del festival y confirma las presiones políticas en torno al mismo", detalló en su comunicado posterior.

El consejo de administración de RTVE había acordado en septiembre que España se retiraría de Eurovisión si Israel continuaba, en un acto de sanción por la masacre perpetrada por este país en Gaza y su "incumplimiento sistemático" de las normas del propio concurso. Hace una semana, el presidente de la corporación, José Pablo López, explicó en el Senado que las medidas anunciadas por la UER para conciliar todas las posturas son insuficientes. En el comunicado de ayer, el secretario general de la corporación, Alfonso Morales, defendía la decisión: "La situación en Gaza, a pesar del alto el fuego y la aprobación del proceso de paz, y la utilización del certamen para objetivos políticos por parte de Israel, hacen cada vez más difícil mantener Eurovisión como un evento cultural neutral".

Entre las medidas aprobadas se incluye que las emisoras y los artistas en competición no puedan participar activamente, facilitar ni contribuir a campañas promocionales de terceros que pudieran influir en el resultado de la votación popular. El número máximo de votos por método de pago (ya sea en línea, SMS o llamada telefónica) se reduce de 20 a 10 participaciones, lo que hace más complicado que campañas organizadas puedan influir en el televoto. Además, se recupera el voto del jurado profesional en las semifinales, que desde la edición de 2022 solo participaba en la final, por lo que los países clasificados quedaban en manos estrictamente del público.

La división de posturas de los distintos participantes en la organización muestra una fractura total en el seno de Eurovisión. Ante esta situación tan compleja, la UER ha fijado una fecha excepcionalmente tardía para que los miembros anuncien su decisión de formar parte del certamen el próximo año. Tendrán que informar antes del 15 de diciembre, mientras que la lista oficial de participantes se anunciará antes de Navidades, según la organizadora del festival.

Países como Suiza, Austria y Alemania habían asegurado justo lo contrario que España ante la reunión de ayer: se irían si Israel era expulsada. En este caso, la situación para Eurovisión hubiese sido aún más grave. No solo porque Alemania es miembro del Big Five, junto a España, Francia, Italia y el Reino Unido, los cinco países que más dinero aportan al presupuesto de la UER y, por tanto, a la celebración del festival. Además, Austria es la anfitriona de la edición de 2026. El canciller del país, Christian Stocker, llevaba meses defendiendo que Viena no debía organizar el evento si se expulsaba a Israel. Mientras que participantes como Francia, Dinamarca y Serbia ya habían asegurado su plaza en Eurovisión 2026 con independencia de la presencia de Israel, otros se mantienen en duda y anunciarán su decisión en los próximos días. En este grupo de indecisos se encuentran Islandia y Noruega. Portugal confirmó ayer su participación.

Gonzalo Pinillos sí actuará en la final de la versión infantil del festival

RTVE no emitirá el desenlace del concurso, que se celebrará en Viena

Compensar las ausencias

El baile de participantes es total. Ante la previsible baja de varios miembros para la próxima edición, la UER ha tanteado en los últimos meses a otros países para que se incorporen a la competición que tendrá lugar en mayo. Bulgaria, Moldavia y Rumanía, que ya han participado en el pasado en Eurovisión, se han mostrado dispuestos a regresar.

Las consecuencias de que varios países abandonen el festival por la polémica que ha generado que Israel siga en él son tanto económicas como mediáticas. Cada país aporta una cantidad económica por participar en Eurovisión y por obtener sus derechos de emisión. En el caso de los países del Big Five, la cifra ronda los 350.000 euros por cada uno. El resto de los participantes pagan una cuenta inferior, pero la marcha de varios de ellos supondría también la pérdida de millones de euros destinados al festival.

Por otro lado, las elevadas cifras de audiencia que obtiene la gala final de Eurovisión es otro de los factores que más atraen a los patrocinadores, siendo el principal de ellos precisamente una empresa israelí de cosméticos, Moroccanoil. En 2025, la final celebrada en Basilea (Suiza) alcanzó los 166 millones de espectadores en 37 países diferentes, disparando además su alcance en redes sociales, según datos de la propia UER. Las cadenas públicas de los países que se retiren no emitirán la edición de 2026, lo que podría suponer un descenso en ese amplio alcance.

Como RTVE ha anunciado que no emitirá la final del certamen, la UER puede vender los derechos de emisión a otra operadora española, como la FORTA (unión de las cadenas autonómicas) o cadenas privadas. Mientras, en los últimos meses, la KAN, cadena pública israelí, ha seguido avanzando con normalidad en su proceso de selección de su candidato para 2026.



ESPAÑA NO ESTARÁ EN EUROVISIÓN TRAS EL APOYO DE LA UER A ISRAEL

Otros tres países también abandonan.

Pese a que la representación española había logrado que la votación sobre la decisión de expulsar a Israel fuera secreta, los delegados de la organización respaldan su permanencia

*Por **Esther Mucientes** (Madrid)*

La pregunta sometida a votación en la primera jornada de la Asamblea de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) era muy clara: «Sobre la base de que la UER implementara el paquete de nuevas medidas y acciones esbozadas en la sesión, ¿se acuerda continuar con el Festival de Eurovision 2026 como lo hace actualmente?». Los miembros de la UER tenían tres opciones:
- SÍ (satisfecho con los cambios y no se requiere votación sobre la participación del CES).
- NO (no satisfecho con los cambios y desea votar sobre la participación del CES).
- ABSTENERSE.

Ganó el sí. Israel participará en Eurovisión 2026. Y España, por tanto, pese a haber logrado que la votación fuera secreta no pudo con la mayoría del voto de los delegados. Según ha sabido este periódico, votaron 1.122 delegados (España tiene 24), 738 a favor de Israel, 264 en contra y 120 abstenciones.

RTVE anunció ayer su retirada de España del Festival de Eurovisión tras las votaciones celebradas en la 95ª Asamblea General de la UER en Ginebra. La salida del Festival implica, además, que RTVE no emitirá la final de Eurovision 2026, que se celebrará en Viena (Austria) el próximo 16 de mayo, ni las semifinales de los días 12 y 14.

RTVE, junto con otros siete países, habían solicitado por escrito que la votación fuera secreta. La presidencia de UER denegó a RTVE la realización de una votación específica sobre la participación de Israel. Esta decisión acrecentó la desconfianza de RTVE en la organización del festival y confirmaba las presiones políticas en torno al mismo.

En su intervención ante la Asamblea General previa a las votaciones, el secretario general de RTVE, Alfonso Morales, explicó que el ente público «reconoce y valora» las medidas adoptadas por la UER y el Grupo de Referencia para defender los principios y valores centrales del Festival de Eurovisión. «Sin embargo, consideramos que estas medidas son insuficientes», ha señalado. «Nos gustaría expresar nuestras serias dudas sobre la participación de la televisión israelí KAN. La situación en Gaza, a pesar del alto el fuego y la aprobación del proceso de paz, y la utilización del certamen para objetivos políticos por parte de Israel, hacen cada vez más difícil mantener Eurovisión como un evento cultural neutral», ha remarcado.

El responsable de la Corporación también expresó también su preocupación por la instrumentalización del voto en las recientes ediciones y la ausencia de sanciones a este respecto. «No deberíamos aceptar dobles raseros. La neutralidad y transparencia es un objetivo común para garantizar un resultado veraz que respete a la audiencia y a los ciudadanos», afirmó. Por este motivo, RTVE reclamó una votación secreta y pidió una votación sobre la posible suspensión temporal de la participación de KAN por un periodo mínimo de un año, con la opción de una revisión posterior al término de este periodo y ha avanzado que en caso de no aprobarse, RTVE no podrá participar en esta edición. Una decisión compartida también por Países Bajos, Eslovenia e Irlanda, que renuncian también a estar en la próxima edición,

El secretario general de RTVE añadió que el asunto de las sanciones sobre Israel por su continuado incumplimiento de las normas del Festival de Eurovisión debería haberse abordado a un nivel ejecutivo y no trasladando el conflicto a la Asamblea, para evitar la situación de tensión entre los diferentes miembros.

ABC

5 Diciembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,62
AVE: 28711 €
ÁREA: 257 CM² - 54%

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



José Pablo López, presidente de RTVE, durante una comparecencia // EFE

Revolución en Eurovisión: España no irá al festival por la presencia de Israel

▸ Los países participantes en la asamblea organizada por la UER votaron ayer en favor de la participación del país

CLARA MOLLA PAGÁN
MADRID

La asamblea de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), reunida estos días en Ginebra, confirmó finalmente que Israel participará en Eurovisión 2026. La decisión, adoptada tras una votación interna que ha dividido profundamente a los países miembros (738 votos a favor y 264 en contra y 120 abstenciones), fija el mapa definitivo del festival... al menos por ahora. Países como Alemania, Italia o Austria se mantendrán en la competición, mientras que España, Irlanda, Eslovenia y Países Bajos —tal como anunciaron— abandonarían la edición en señal de protesta. Países Bajos fue el primer país en reafirmar esta decisión minutos después del resultado, después se pronunció RTVE a través de un comunicado oficial. En el caso español, la salida estaba ya anticipada: España, tal y como aseguró recientemente, no acudirá al certamen y tampoco emitirá las semifinales ni la final, cumpliendo la línea marcada por la corporación y ratificada internamente en los últimos días.

En la reunión, los participantes iban a realizar dos votaciones. La primera era sobre la aceptación o no de la nueva normativa que ha modificado la UER. Si la votación salía a favor de esta normativa, no se realizaría la segunda, que era sobre la participación o no de Israel. Tras el resultado de esa primera votación sobre las reglas de Eurovisión, con 738 votos a favor, 264 en contra y 120 abstenciones, no tuvieron que ejecutar ese segundo voto donde se valoraba la participación o no de Israel. Con el resultado de la primera, se confirma que la participación de Israel es una realidad.

Esta votación, sin embargo, no surge de la nada. Es el desenlace provisional de meses de tensión acumulada dentro de la UER, que ya reconoció en noviembre una «fuerte fractura interna» al convocar —y después cancelar— una asamblea extraordinaria específica para debatir la situación de Israel. El ambiente ha sido convulso desde hace tiempo, y se intensificó después de que RTVE, Irlanda, Eslovenia, Países Bajos e Islandia empezaran a cuestionar públicamente la presencia de la delegación israelí en el festival.

En España, José Pablo López reaccionó a través de sus redes sociales tras la votación: «Lo sucedido en la Asamblea de UER confirma que Eurovisión no es un concurso de canciones sino un festival dominado por intereses geopolíticos y fracturado».

Además, RTVE, junto a otros siete países, pidió que las votaciones fueran secretas, solicitud que fue rechazada. Una negativa que, según la corporación española en su comunicado oficial, aumenta la desconfianza en la organización y evidencia las presiones políticas.

La semana pasada, durante su comparecencia en la Comisión de control sobre RTVE en el Congreso, advirtió: «Mantenemos la misma posición por dos motivos: por el genocidio perpetrado en Gaza y que el festival es un concurso pero los derechos humanos no», reafirmando así el argumento central de la Corporación.

Las tensiones actuales venían alimentándose desde la pasada edición, marcada por quejas formales de la pública israelí (KAN) tras las referencias de los comentaristas españoles a la guerra de Gaza y por el espectacular salto de Israel en el televoto, que llevó a RTVE a pedir una auditoría independiente. Todo ello condujo a la situación crítica que hoy cristaliza en Ginebra.

Con Israel confirmado, España activa su decisión de abandonar Eurovisión 2026. No obstante, todavía queda un elemento abierto: la UER mantiene como plazo máximo el 10 de diciembre para que cada país comunique oficialmente su participación. Aunque RTVE ha sido contundente, esa ventana mantiene viva una mínima posibilidad de giro si las circunstancias cambiaran.

FINANCIAL TIMES

Eurovision

Four countries to boycott Eurovision after Israel retains place

Spain, Ireland and Netherlands among those to pull out after calling for country's exclusion over conduct of war in Gaza



Yuval Raphael, Israel's contestant at this year's Eurovision Song Contest, topped the public vote at the event in Basel © Harold Cunningham/Getty Images

Daniel Thomas in London DECEMBER 4, 2025

Israel has been allowed to compete in the Eurovision Song Contest after a showdown in Geneva that prompted some European nations to announce boycotts of next year's competition.

Dutch national broadcaster Avrotros, Spain's RTVE and Ireland's RTE immediately said that they would shun the 2026 contest after the decision on Thursday night. Slovenia's national broadcaster also said it would not take part.

A number of countries had sought to ban Israel from participating over the conduct of its devastating two-year war against Hamas in Gaza following the Palestinian militant group's October 7, 2023 attack. Other nations including Germany had supported Israel taking part.

Some broadcasters had also made accusations of unfair voting practices favouring Israel, whose contestant Yuval Raphael topped the vote and almost won the contest this year before Austria's JJ took the title in a contest that organisers said was viewed by 166mn people.

On Thursday the European Broadcasting Union, a group of public broadcasters from 56 countries that runs the competition, approved new rules that it said would reinforce trust, transparency and the neutrality of the event at its general assembly in Geneva.

EBU members were asked to vote in a secret ballot over the new measures, without a vote on any country's participation in next year's event.

The EBU said a "large majority of members" agreed that there was no need for a further vote on participation, and that the Eurovision Song Contest 2026 should proceed as planned.

Spain's RTVE said the EBU's refusal to allow a specific vote on Israel's participation "increases RTVE's distrust of the festival's organisation and confirms the political pressure surrounding it".

The decision marks the biggest crisis for the Eurovision Song Contest, which has repeatedly been pulled into the politics that often splits its member states despite trying to present itself as a feel-good, non-political pop competition. Russia was expelled in 2022 after its full-scale invasion of Ukraine.

The contest is set to hold its 70th edition in Vienna in May with far fewer acts than normal. Those absences will be a glaring problem for a contest that preaches unity and peace.

Pro-Palestinian protesters have demonstrated against Israel's participation at the past two Eurovision contests in Switzerland and Sweden.

RTE said that it "feels that Ireland's participation remains unconscionable given the appalling loss of lives in Gaza and the humanitarian crisis there which continues to put the lives of so many civilians at risk".

Avrotros said that participating this year was "incompatible with the public values that are essential to us".

Israeli President Isaac Herzog hailed the decision, which he said "demonstrates solidarity, friendship and co-operation, and reinforces the spirit of affinity between nations through culture and music".

EBU president Delphine Ernotte Cunci said: "The result of this vote demonstrates our members' shared commitment to protecting transparency and trust in the Eurovision Song Contest, the world's largest live music event."

Broadcasters including Israel's Kan will be asked to confirm their participation in the 2026 contest, whose full line-up will be announced before Christmas.

Additional reporting by Barney Jopson, Neri Zilber and Mercedes Ruehl

RTVE rueda su primer microdrama para Playz, que pasará a ser una app vertical



‘Estúpido Cupido’ es una comedia romántica juvenil

La televisión pública española RTVE se suma a la tendencia de los microdramas verticales con su primera producción en este formato, la serie ‘Estúpido Cupido’.

La comedia romántica se estrenará en 2026 en la plataforma juvenil Playz, que se convertirá en una app de video vertical “adaptada por completo a los modos de consumo de la Generación Z”, informó la corporación.

‘Estúpido Cupido’ está producida por Kokoro Content, responsable de títulos juveniles como el game show ‘Área 34’ de Playz o el reality de suspenso ‘Rabia’ de Flooxer (Atresmedia).

La historia de ‘Estúpido Cupido’ está inspirada en los microdramas asiáticos, según RTVE. La historia se ambienta en un internado y reúne a creadores de contenido españoles como Sergio Bueno, Ricard García, Dafne y Allen Vicente, YosoyAnix y Pablo Triviño.

Aunque será el primer microdrama (episodios de uno a tres minutos) para la plataforma juvenil de RTVE, no será su primera ficción en vertical. En 2019 Playz estrenó la serie transmedia 'Una nochevieja inolvidable', producida por Boomerang, y en 2020 lanzó 'Circular', una historia de terror ambientada en el metro de Madrid producida junto a La Caña Brothers.

Mientras el boom de los microdramas verticales originado en Asia avanza con fuerza en mercados como Estados Unidos y América Latina, en Europa el fenómeno es aún incipiente. En España, Atresmedia ya anunció su primer proyecto y otros players como Mediaset España y Banijay Iberia confirmaron que también están desarrollando contenido en este formato.

Esta semana en Content London, expertos pronosticaron que pronto veremos consolidación en el sector.

"En los últimos tres años se han lanzado cerca de 1.500 nuevas apps de video vertical, pero hoy solo tienes 539 apps activas, así que el churn es muy alto", dijo en el evento de C21 el cofundador y chief operating officer de Kedoo Entertainment, Olivier Bernard. Con una nueva ola de inversores merodeando el terreno y algunos de los grandes jugadores de Estados Unidos adquiriendo participaciones en compañías de microdramas, esa cifra se reducirá a unas 50, estimó.

Pina Mezzera

04-12-2025

©cveintiuno

EL PAÍS

Telecinco no encuentra su salvavidas

NATALIA MARCOS 4.12.2025



En primer lugar, perdón por faltar a mi cita la semana pasada, fue por causas de fuerza mayor. Y ahora, vamos al tema. Si hace unas semanas hablábamos de uno de los temas televisivos de la recta final del año, la asombrosa escalada de audiencias de La 1, hoy voy a por la cruz de la moneda: Telecinco. Todo apunta a que el canal de Mediaset terminará el año con un nuevo récord negativo de audiencia. De enero a noviembre, ha promediado un 9,5% de cuota de pantalla, y nada hace prever que en diciembre se vaya a producir una remontada que le lleve a superar el 9,8% que obtuvo el año pasado y con el que ya había marcado su peor año histórico. Telecinco sigue atravesando un desierto, como ellos mismos suelen decir, que se está haciendo más largo y árido de lo esperado.

Los datos muestran claramente la caída del canal: 2021 fue el último año que Telecinco lideró en el cómputo anual, y lo hizo con un 14,4% de cuota; en 2022 ese dato fue del 12,3%; en 2023 cayó al 10,4% y en 2024 se quedó en el 9,8%, ya instalado por debajo de la barrera psicológica del 10%. En 2025, además de que, salvo milagro, volverá a obtener su peor dato histórico, obtuvo en agosto su peor cuota mensual, un 8%, y los dos peores datos mensuales fuera del verano, 8,7% en enero y 8,9% en noviembre.

Se pueden buscar muchos culpables, desde el cambio de ciclo del que ya hablaba Paolo Vasile en su salida del grupo de comunicación hasta los cambios de hábitos de los espectadores desde la llegada de las plataformas digitales. Esto último es algo que se supone que afecta por igual a todas las cadenas, pero la realidad es que influye más en las que tienen unos espectadores más jóvenes (Telecinco) que las seguidas por público de mayor edad (Antena 3). Para el hundimiento del canal hay razones externas como esas, pero también hay motivos internos.



Joaquín Prat, Jorge Javier Vázquez y Eugeni Alemany

La inestabilidad de la parrilla de Telecinco es evidente en los últimos meses, e incluso en los últimos años. Las tardes son un quebradero de cabeza que, desde el final de Sálvame, no han logrado solucionar. El programa de la antigua Fábrica de la Tele se despidió en 2023 tras una temporada en la que Sálvame Naranja promedió un 13,5% de cuota y Sálvame Limón, un 11,5%, según los datos de un informe que la consultora GECA publicó entonces. Los resultados de audiencia fueron un argumento para su cancelación. En la última semana de noviembre, El tiempo justo, con Joaquín Prat, promedió un 9% de cuota de pantalla, y El diario de Jorge hizo un 9,8% de media. Agárrate al sillón no levanta cabeza y ya se rumorea que su final está cerca (Telecinco no lo confirma).

A principios de año, intentaron tomar aire en las mañanas recuperando a Ana Rosa Quintana en la franja en la que reinó durante años, pero La 1 se ha destapado en los últimos meses como el gran rival a batir y ha complicado la lucha: si El programa de Ana Rosa cerró la temporada 2022-2023 con un 17% de cuota, entre febrero y julio de 2025, tras su regreso, se quedó en un 13,9%. En la última semana de noviembre tuvo un 12,6% de cuota media.

En busca de un salvavidas, Telecinco volvió a confiar en Gran Hermano. Le ha puesto ganas, invirtiendo en una casa nueva e incluso intentó un programa diario por las tardes para dar más hueco en la parrilla al que fuera reality estrella del canal durante años. Sin embargo, el programa diario se cayó de la parrilla cuatro días después de su estreno por los pobres datos de audiencia. Y la que es la 20ª edición con participantes desconocidos del formato, que comenzó el 6 de noviembre, va camino de ser la más corta de la historia si mantiene el ritmo actual de expulsiones, con dos eliminados semanales. El programa ha metido el turbo para acelerar su recorrido mientras marca mínimos de audiencia: el jueves 27 el dato fue del 11% en su tramo principal, con apenas 600.000 espectadores de media, y en su tramo Express, se quedó en un preocupante 5,4%. Peor aún le va a los debates de los domingos: su última entrega hasta la fecha, el día 30, se quedó en un 8,9% de cuota y 575.000 espectadores.



Jorge Javier Vázquez abraza Aroa, una de las concursantes de 'Gran Hermano 20'. /

Algo mejor le va a La isla de las tentaciones, pero está lejos de sus días de gloria. Su actuación edición, la novena del formato, mantiene una media hasta ahora del 12,6% de cuota. Es muy buen dato en comparación con el resto del canal, pero bastante por debajo del 16,8% que promedió la octava entrega, también emitida este año, la del famoso vídeo viral de Montoya.

Otro drama de Telecinco está en sus informativos. En noviembre, la media de las ediciones de lunes a domingo de sobremesa y noche fue del 8,2% de cuota y 846.000 espectadores, muy lejos del 13,9% que promedió La 1 y a años luz del 19,3% de Antena

3, según los datos del informe mensual de la consultora Barlovento Comunicación. De hecho, los informativos de La Sexta, con un 7,6% de cuota, se quedaron a solo seis décimas de los de Telecinco (aunque compiten en horarios diferentes). Especialmente alarmante es el 7,1% que obtuvo en noviembre la edición de noche de lunes a viernes, la que presentan Carlos Franganillo y Ángeles Blanco, gravemente afectada por la ausencia de efecto arrastre de su telonero, Agárrate al sillón, algo de lo que sí goza Antena 3 con Pasapalabra.

Es fácil ver dónde están los problemas, mirar los datos y decir "esto no funciona". Lo difícil es encontrar soluciones. También es complicado que esas soluciones estén en formatos y modelos televisivos que ya han demostrado su desgaste. La solución no puede pasar por poner en marcha otra edición más de La isla de las tentaciones a toda prisa (la 10ª entrega se empieza a grabar en enero) o recuperar un reality como Gran Hermano que ya se había dado por muerto hace años en su versión con participantes desconocidos. Pueden ser parches, pero no soluciones. En este reportaje de hace unos meses, varios expertos hablaban de la crisis de identidad que atraviesa el canal, y quizá vayan por ahí los tiros. Y eso es más complicado aún de solucionar.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,41
AVE: 76760 €
ÁREA: 616 CM² - 76%

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

5 Diciembre, 2025



Profesionales, estudiantes y expertos analizan el impacto de la inteligencia artificial, como oportunidad o condena, para un sector en el que es clave

La IA, el dilema del cine de animación



Un momento de *Critterz*, de Chad Nelson.

JORGE MORLA
Madrid

Cada semana llega una noticia disruptiva con respecto al uso de inteligencia artificial y al futuro del cine de animación. OpenAI anunciaba en septiembre que está produciendo *Critterz*, la primera película de animación creada íntegramente por IA, con un presupuesto (en teoría) inferior a los 30 millones de dólares y un tiempo de producción de tres meses, una fracción de lo que exige un largometraje tradicional. Y la nueva herramienta de la compañía, Sora 2, permite generar vídeos a partir de texto con una fidelidad que ya imita el lenguaje cinematográfico: movimiento de cámara, sincronización de sonido, luz natural, atmósferas. Después, Disney+ anunciaba que prepara una función para crear vídeos con IA dentro de su plataforma. Y la última noticia que ha impactado en el sector se produjo hace apenas dos semanas, cuando las agencias informaban de la película *El gran reinicio,* del español Daniel H. Torrado y que, en teoría, será la primera con IA integrada estrenada en Hollywood.

El Weird Market, que se celebra anualmente en Valencia, es el mercado internacional de animación y tecnología más importante de España y uno de los mejores del mundo. En la edición celebrada en octubre, los pasillos estaban repletos de estudiantes de Bellas Artes o Animación y productores con pantallas que no paraban de emitir cortometrajes en bucle —este año se recibieron un total de 1.734 cortos animados desde 104 países—. La pregunta más repetida era: ¿qué haremos con la IA?

Mireia Pérez tiene 21 años y estudia cuarto curso de Diseño de Arte Digital y Animación en el Centre de la Imaginació de Terrassa (Barcelona). Es especialista en *storyboard* y arte 2D. Al Weird Market llegó buscando prácticas y salía satisfecha de su entrevista con las empresas reclutadoras. A su alrededor, nombres como Hampa, Wise Blue, El Ranchito o Keytoon y demás empresas de animación comparecían buscando nuevos talentos. "Cada vez hay más oportunidades", concedía la joven, "pero el tema de la animación es muy visual, y eso es justo lo que más fácilmente puede imitar una IA. Da rabia ver cómo mucha gente se pone en contra de los artistas y a favor de algo que no es humano. Este ya es un mundo difícil, como para que venga un robot y te quite el puesto". A su lado, André Gil, de 23 años, estudiante de Creanavarra y del Voxel School, tomaba el asunto con más distancia. "En lo creativo tendrá menos impacto, pero sí será un gran cambio en la producción y la organización".

Eva Ferrer, también de 21 años, estudiante de Bellas Artes en Granada, reflexionaba sobre las consecuencias éticas: "Al principio la IA me deprimió. Sentí que todo lo que había aprendido podía volverse inútil. Pero luego entendí que el problema no es la herramienta, sino la industria. Es inhumana, no valora al individuo. Tiene sentido que aparezca algo que la deshumaniza todavía más". Su cuaderno, lleno de bocetos de personajes, está lleno de frases sobre las que luego reflexiona en su blog: "La IA es síntoma de una industria enferma. Pero también puede ser detonante de una nueva vanguardia, una forma de reivindicar lo que nos hace únicos". Sus reflexiones no son abstractas. Los grandes estudios japoneses —Studio Ghibli, Bandai Namco, Square Enix— han acusado a OpenAI de entrenar estos modelos con material protegido por derechos de autor. Y, mientras los jóvenes buscaban un hueco en el Weird Market, los reclutadores observaban el debate con curiosidad.

Marco regulador

Diego Herguera y Raquel Gálvez, de la productora donostiarra Sultana Films, asisten al Weird Market desde hace años. Este año, aseguraban, el nivel de los candidatos ha sido muy alto. "Los chicos tienen un perfil artístico muy definido y dominan las herramientas digitales", explicaba Herguera. "Pero nos ha sorprendido la postura que tienen con respecto a la IA: hay un rechazo muy fuerte". Gálvez añadía que ellos llevan "años experimentando con ella para ver qué puede hacer y qué no. Quizá a ellos les asusta más porque es su primera crisis, pero nosotros ya hemos vivido varias", bromeaba. La industria de la animación "vive en la incertidumbre desde siempre", recordaba Gálvez.

"No va a matar a los artistas. Cambiará la forma de trabajar", dice una productora

"Reivindiquemos lo que nos hace únicos", defiende una alumna de Bellas Artes

Nathalie Martínez, productora y presidenta de DIBOOS, la patronal de los estudios de animación en España, también asistió a Valencia para mantener una reunión con representantes institucionales españoles y europeos. "La IA es una herramienta, ni buena ni mala", contaba. "Depende del uso que se le dé. Ha venido para quedarse y necesita un marco regulador". Martínez lo tiene claro: la animación lleva décadas conviviendo con tecnologías que parecían amenazantes: la digitalización, el renderizado, el *motion capture.* "Llevamos años usando IA en los efectos, en los fotogramas intermedios o en los fondos. Pero ahora parece que cualquiera puede crear arte con una aplicación. Y no es así: el arte tiene propósito, misión, visión. Si la IA nos descarga de tareas repetitivas, perfecto, nos liberará para poner el talento humano donde es clave, que es en la generación de ideas. Porque la IA no decide crear. Nunca".

La frontera legal es su mayor preocupación. "Los límites están desdibujados. Desde los noventa firmamos cesiones de derechos en formatos existentes y futuros. Lo hacíamos sin pensar, pero eso tiene consecuencias que estamos viendo ahora. Ahora mismo, las herramientas están en manos privadas, y si las regulamos en exceso, Europa corre el riesgo de quedarse atrás. Si no lo hacemos, dejamos el poder en manos de otros", explicaba. "Con la IA, el riesgo de homogeneización es extremo. Si dejamos que eso nos inunde, en tres años internet será un bucle de sí misma: la IA consumiendo lo que ella misma genera". Por eso, su propuesta es concreta a nivel nacional: "Deberíamos entrenar modelos con nuestro propio patrimonio cultural. Que el Prado o la Filmoteca Nacional generen *datasets* públicos para que nuestra iconografía no se diluya, porque la IA debería aprender también de nuestro patrimonio".

Martínez no cree en el catastrofismo. "Habrá un auge, pero luego un hartazgo". Y lanzaba su metáfora más repetida en el sector: "*Video killed the radio star* no paraba de sonar en los ochenta, pero no, el vídeo no mató a la radio, igual que la IA no va a matar a los artistas. Cambiará la forma de trabajar, sí: igual que dejamos el lienzo por la tableta, ahora aprenderemos a convivir con esta herramienta. Y de ahí nacerán nuevas vanguardias, estoy segura".

VARIETY

Dec 4, 2025 4:30am PT

Ibermedia Next: 5 Takes On How the New-Tech Program Has Changed Animation and Animators in Latin America, Spain and Portugal

By **John Hopewell**



'Azul. The Last Seed.' Courtesy of Cartoon Springboard

In 2023, Ibermedia, the biggest pan-regional co-development, co-production and distribution fund focusing on Latin America, Spain and Portugal, came to Ventana Sur to announce the 14 winners of the first funding round of Ibermedia Next, a pioneering attempting to fund development on pioneering new animation IPs which yoke artistic ambition, international co-production and cutting edge tech.

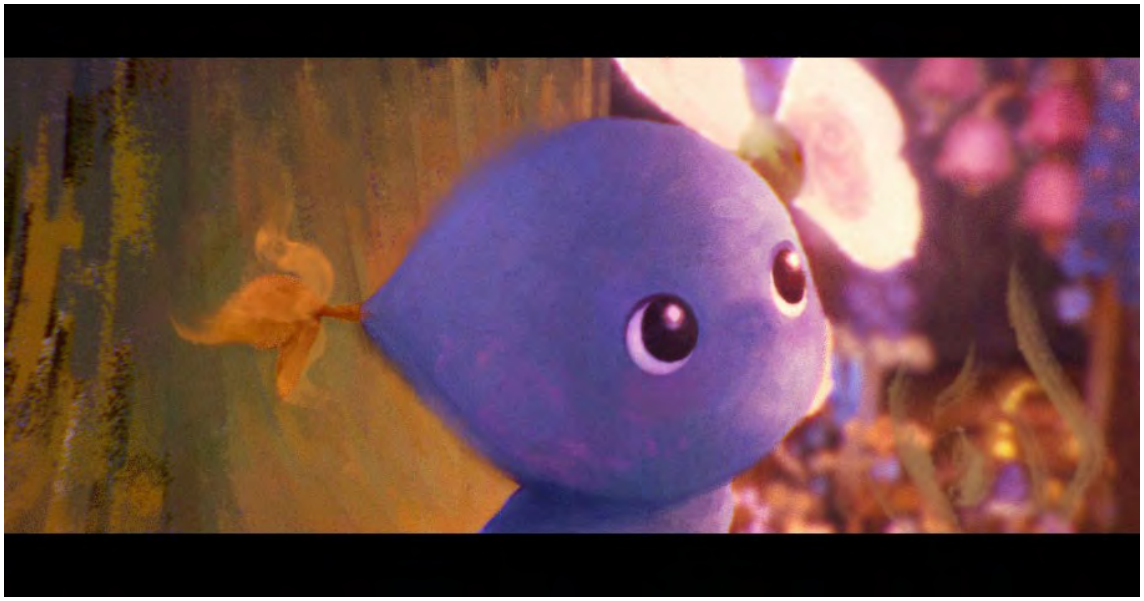
Two years later, Ibermedia Next, was back at the Buenos Aires market to present the results of Ibermedia Next 2.0. and Ibermedia 3.0 funding, another 29 projects. On Dec. 2, a Centna Sur round table, Connections That Inspire: Stories From Ibermedia Next, debated for the first time the results of the biggest attempt in history to overhaul the new tech expertise of the region's animation industry.

Moderated by Quirino director Silvina Cornillón, the panel's speakers were four beneficiaries of Ibermedia Next $150,000 grants per project: Asdrúbal Hiutzilhuitl Rivera, at México's Sísmica Studio; Jonatan Guzmán, a producer at Polar Studio, also in México: Chile's Bernardita Ojeda at Pájaro, and Reyes Arnal, a producer, based at Spain's LaMola Films.

An initiative of Spain's ICAA film agency, tapping funding from Spain's Recovery, Transformation and Resilience Plan, funded by a NextGenerationEU financing facility, Ibermedia Next was developed with input from Quirino and La Liga de la Animación Iberoamericana. Following five takes on the results.

Some Spectacular Animation

The Ibermedia panel was not a showcase. That said, when glimpsed, sometimes in showreels, the animation could be stunning. Guzmán showed brief excerpts from "Azul. The Last Seed,"combining stop-motion and 3D backgrounds, where its young hero, Azul, battles through a dust-storm in the search of the world's last seed. Ana Ramírez González has already released on Instagram an entrancing work in progress teaser for "Agua Dulce," where a baby-faced purple water droplet explores beyond its lily pond and finds a friend. Stills from "Pink Punk Delta" vary from an extraordinarily precise landscape scene to smudgy smoke at a street carnival.



Agua Dulce

A Large Learning Curve

Ibermedia Next proved a large learning curve. "It's been an unflagging apprenticeship," said Arnal, who participated in six projects between the three calls for submissions: "Enoki & Snip," "Pink Noise," "CALM (Cuentos de Amor, de Locura, de Muerte)," "Santa Sombra," "Is There a Dead Body in the Room?" On "CALM, the directors "invited us to

make a piece that mixed 3D, stop-motion, live action, shadow puppetry, traditional 2D with graphics, and simulations," Hiutzilhuitl recalled. "They didn't always mix easily. It was a great challenge, and we learnt so much. Now we can make these kinds of projects and it's part of their magic."

Creativity Boost

The high tech wasn't, however, just for the sake of high-tech. The technology allowed us to make more art," said Pajaro's Ojeda. Coming from illustration, Bernardita Ojeda was "principally, almost stubbornly 2D," she told a Ventana Sur industry audience. A project such as "Pink Punk Delta" mixes 2D and 3D, which allowed us to make a richer 2D." Also, "the tools solve more mechanical tasks faster, allowing us to dedicate more time, enthusiasm and energy to things which we left aside because of a lack of energy, she added.



Pink Punk Delta. Courtesy of Pajaro

Co-Production

Producers of winning projects were tasked with making them in international co-production. That wasn't always a slam dunk. The key to co-production, said Arnal, was to "choose good companies but above all good people." "I heard somewhere that the people you co-produce with should be people you want to go out to dinner with. If you can't spend two hours eating, drinking, talking about life, don't do the project," said Guzmán. He again learnt some lessons. Cultural differences have to be taken into account as well. "In Mexico, on a big project, a studio works through holidays and

weekends," Guzmán noted. It discovered, working with Mansalva in Madrid, that it took summer holidays off. "You have to learn how to live with others and integrate these differences into a project," Guzmán concluded.

A Gamechanger

All in all, the funding proved a gamechanger. "A lot of projects turn on development, possible story lines, because they don't know or experiment with different tools. Knowing that we should use them, for research and experimentation on every project, is fabulous," said Guzmán. "To learn, you have to make mistakes, but to do so you need time and money and normally there isn't time and money. Ibermedia aid gave us that," added Arnal. "We used the first projects to experiment. With 'Lucila,' what we'd learnt with Blender and other tools was now part of our thinking about the film. 'Lucila' will be made totally in integrated 2D/3D. It's the first time we're thinking 3D, and that's a huge change in the quantity of things which we think we're capable of doing," added Ojeda.



'Pink Pink Delta' landscape

3Cat recupera a la audiencia joven: el 43% de los usuarios tiene menos de 45 años



La plataforma 3Cat está recuperando a la audiencia que ya no ve la televisión: el 43 % de sus usuarios tiene menos de 45 años. En su segundo aniversario, ha consolidado su posición con una media de un millón de dispositivos únicos por semana, casi 500 millones de reproducciones y 357 000 horas de contenido en catalán.

Esta tendencia contrasta con la de la televisión lineal desde hace años constata una pérdida progresiva de los grupos de edad más jóvenes. la presidenta de 3Cat, Rosa Romà, ha hecho balance de los dos primeros años de la plataforma, enmarcando el crecimiento de la plataforma dentro de los objetivos marcados por el nuevo Plan Estratégico de la CCMA.

La plataforma digital de 3Cat se lanzó en 2023 con el reto de recuperar audiencia y hacerlo «posicionando el catalán en un entorno digital donde la presencia de nuestra lengua es muy minoritaria». Los productos exclusivos de la plataforma, diseñados con una estrategia específica adaptada a los nuevos hábitos audiovisuales, como La travessa, La casa nostra, Jo mai mai o Vinagreta, son algunos de los que han impulsado recientemente esta tendencia.

Romà ha destacado que, aunque TV3 mantiene «un liderazgo indiscutible» y sigue creciendo (este año se sitúa con una cuota media más de medio punto por encima de la de 2024), no se puede ignorar la tendencia a la baja en el consumo de televisión lineal, que lleva más de una década afectando al sector a nivel mundial, especialmente en lo que respecta a la audiencia menor de 45 años. De hecho, en TV3, casi tres de cada cuatro espectadores tienen más de 55 años.

La plataforma también es una herramienta para explorar audiencias complementarias, con ejemplos como los emblemáticos programas de TV3 Crims y Joc de cartes, que tienen perfiles de edad diferentes según la ventana de visualización.

Dos años después de su lanzamiento, con un catálogo de 357.000 horas en catalán, un millón de conexiones únicas semanales por dispositivo y 500 millones de reproducciones totales, Romà ha celebrado que «la plataforma 3Cat se ha posicionado como el principal entorno de consumo digital de contenidos audiovisuales en lengua catalana».

Con más de 1,5 millones de usuarios registrados, es la tercera plataforma más popular entre los catalanes, solo superada por Netflix y Prime Video, según Kantar Media.

Algunas de las estrategias que han sido clave para recuperar al público más joven son el uso de nuevas narrativas y formatos, adaptados a un contexto de consumo audiovisual principalmente digital, así como la búsqueda y promoción de nuevos rostros como parte de la creación de un universo de creadores de contenidos en catalán.

LALIGA

LaLiga cumple sus amenazas e inicia acciones legales contra los futbolistas por el paro contra el partido de Miami

La patronal presenta un escrito de conciliación al tribunal de arbitraje para la "impugnación y declaración de nulidad de los paros realizados por los futbolistas"



Javier Tebas posa ante el eslogan de LaLiga. SERGIO ENRIQUEZ-NISTAL MUNDO

Luis Núñez-Villaveiránn Jueves, 4 diciembre 2025 - 16:18

LaLiga ha presentado una denuncia contra los futbolistas ante el Servicio Interconfederal de Mediación y Arbitraje (SIMA) por el paro de 10 segundos que realizaron en la jornada 9 contra la realización del partido de Miami, según ha podido saber EL MUNDO. El encuentro iba a enfrentar a Villarreal y FC Barcelona el próximo 21 de diciembre.

Este arbitraje deberá resolverse en un plazo de unas dos semanas antes de que se proceda, siempre que LaLiga se mantenga en su ánimo, a continuar por la vía de lo Social.

Hace menos de una semana, el presidente de LaLiga, Javier Tebas, concedía una entrevista a este periódico para hablar sobre la venta de los derechos audiovisuales y el resto de guerras que libra la patronal en otros frentes. El partido de Miami es una de las batallas que se perdieron y para Tebas, una supuesta falta de información no justificó "el número que se montó". Manifestó, además, que le molestó el gesto de los jugadores.

Así, aunque la patronal ya había sopesado previamente esa posibilidad y a pesar de haberse reunido en dos comisiones paritarias para tratar el tema una vez suspendido el encuentro, LaLiga ha decidido cumplir con sus amenazas y el 27 de noviembre presentó el escrito de denuncia contra los futbolistas para la "impugnación y declaración de nulidad de los paros realizados por los futbolistas en la jornada 9 del campeonato nacional de liga" así cómo la "reclamación de daños y perjuicios".

Esta reclamación se basaba en un informe de 30 páginas que la propia patronal encargó a una auditora externa tras la suspensión del encuentro que cuantificó en ocho millones de euros los daños reputacionales que sufrió la marca LaLiga. La empresa encargada, Hallon, se trata de una compañía especializada en realizar clippings de prensa utilizando Inteligencia Artificial y sería la que valoraría la cuantía que LaLiga reclamaba a los jugadores.

No obstante, la patronal, tras la designación de Bernardo García Rodríguez como su mediador, ha decidido en su posterior escrito de conciliación retirar la reclamación de esos ocho millones de euros por daños y perjuicios recogida en el dispositivo cuarto de la demanda inicial y mantener sólo la impugnación de los paros. Los mediadores ya se han puesto en contacto entre sí y falta que designen una fecha para realizar el acto de conciliación.

De no producirse un acuerdo entre ambas partes, si LaLiga quiere continuar el procedimiento se vería obligada a presentar una denuncia ante la sala Social de la Audiencia Nacional, toda vez que al ser un conflicto del convenio colectivo entre patronal y sindicato, sería la sala competente para conocer los hechos que se ponen en tela de juicio.

Desde AFE mantienen que el paro que realizaron los jugadores es un acto enmarcado en "la libertad de expresión" recogido en la Constitución Española en el que se reclama que se les tenga en cuenta a la hora de tomar una decisión que "afecta a su ámbito laboral" y que "adultera la competición".

Aclaración del paro

LaLiga, por su parte, cuenta que esta acción no es una medida coercitiva sino aclaratoria. Estiman que la mediación quiere "aclarar si se trata de una huelga y, en tal caso, debería seguir un proceso informado conforme al reglamento, y no convertirse en una acción espontánea que ponga en riesgo el normal desarrollo de la competición en cada partido".

Aclaran que la petición y presentación inicial del informe de la auditora es algo que se realiza "por protocolo" no con la intención real de reclamar una indemnización alguna de los jugadores. Explican que el tema principal es más relativo a la "organización jurídica".

LA ENTREVISTA
por Carlos Carpio
@Carpio_Marca



José María Solana posa en el Nou Estadi Costa Daurada, en Tarragona, durante el acto de apertura de LaLiga Genuine Moeve. ARABA PRESS

JOSÉ MARÍA SOLANA

"TANTO EN MOEVE COMO EN LA LIGA F CREEMOS EN EL PODER DEL CAMBIO"

El Director global de marca de Moeve detalla la firme alianza con LaLiga a partir de sus valores, su diversidad y la búsqueda de un impacto social real

En mayo Moeve se convirtió en la primera compañía que patrocina oficialmente todas las competiciones profesionales de fútbol en España. Además de hacerse con los '*naming rights*' de la Liga F y LaLiga Genuine, son sponsor oficial de LaLiga EA Sports, LaLiga Hypermotion y LaLiga Futures, la competición sub 13. José María Solana, Director global de marca de Moeve, da las claves de esta apuesta estratégica de la compañía energética.

PREGUNTA ¿Cuál es el principal objetivo que busca Moeve con esta alianza tan ambiciosa?
RESPUESTA. Nos encanta ser los primeros, forma parte de nuestra apuesta estratégica: ser pioneros y atrevernos a liderar, con corazón, una gran oportunidad de transformación. Queremos aprovechar el fútbol, un vehículo universal de emociones y valores colectivos, como palanca para sensibilizar sobre la necesidad de acelerar la transición energética y hacerlo contando con todos. Convertirnos en patrocinadores de todas las competiciones refleja nuestro propósito: construir juntos un futuro mejor, más sostenible e integrador.

P. ¿Qué valores de la actividad de una compañía energética se complementan con los de LALIGA?
R. Destaco tres ejes fundamentales: la colaboración, entendida como la fuerza que surge al trabajar juntos; la superación, que implica crear oportunidades y avanzar hacia el progreso; y la diversidad, porque nuestro compromiso es que nadie quede atrás. Estos valores reflejan a una compañía en plena transformación, que quiere convertirse en un agente del cambio, y encajan de forma natural con los que inspira el fútbol: el trabajo en equipo, la capacidad de superarse y la integración de identidades diversas en torno a un propósito común.

P. Inciden en destacar la fuerza del grupo con su lema: 'El futuro es mejor si jugamos todos'. ¿Cómo se consigue penetrar en una masa social tan amplia como la del fútbol?
R. Potenciando con alianzas nuestra estrategia de transformación y demostrando con hechos nuestro compromiso. La clave es impulsar la colaboración en proyectos reales con impacto, fomentar la descarbonización de clubes o la promoción de la inclusión, y construir credibilidad a lo largo del tiempo, actuando con coherencia y transparencia. El fútbol es un lenguaje universal y transversal, y precisamente por eso permite que el propósito de Moeve llegue a la sociedad en su conjunto.

P. Cuando presentaron el acuerdo para aportar el '*title sponsor*' a la Liga F durante las tres próximas temporadas, su CEO, Maarten Wetselaar, dijo que ambas instituciones comparten una visión común, ¿cuál es?
R. Una visión de transformación real y compromiso con el presente y el futuro. En Moeve estamos inmersos en una profunda transformación para impulsar nuevas energías y productos sostenibles. Y en el fútbol femenino estamos viviendo un momento extraordinario de crecimiento, profesionalización y conquista de nuevos espacios de igualdad. Tanto en Moeve como en Liga F creemos en el poder del cambio, en el impulso social que se genera al apostar por la innovación, la visibilidad y la diversidad. Por eso esta alianza encaja de manera tan natural.

> "Queremos ser pioneros y liderar con corazón esta gran oportunidad de transformación"

> "La Liga F representa un movimiento imparable hacia la diversidad y la inclusión social"

P. ¿Qué importancia tiene para Moeve apoyar el deporte femenino y una iniciativa como LALIGA Genuine dentro de su política de responsabilidad social corporativa y diversidad?
R. Es esencial porque refleja nuestro propósito de impulsar una sociedad más justa, integradora y llena de oportunidades para todas las personas. Estas competiciones nos permiten demostrar con hechos nuestro compromiso con la diversidad, la igualdad de oportunidades y la inclusión social. La Liga F Moeve representa un movimiento imparable. En los últimos 20 años se ha multiplicado por cuatro el número de mujeres y niñas que juegan en competiciones oficiales gracias a la fuerza y la convicción de quienes decidieron cambiar las cosas, ocupar su espacio y hacerse visibles. En la presentación de esta temporada, algunas jugadoras me decían que lo que más les motiva, además de hacer lo que más les gusta, es ver cada vez a más niñas jugando al fútbol en los colegios y que sea algo normal. Eso merece un aplauso y muchas más historias contadas. Y por su parte LALIGA Genuine Moeve es única en el mundo. Cambia la vida de muchas familias que encuentran allí un sentido nuevo y, además, todos aprendemos muchísimo al ser testigos de tanta ilusión, tanta sencillez y tantos valores que deberían resonar más en este mundo.

P. ¿Qué acciones concretas están desarrollando con las jugadoras/es?
R. Estamos desarrollando muchas iniciativas, y esto acaba de empezar. Estamos trabajando con los clubes, con los propios jugadores y jugadoras y con toda la comunidad del fútbol para acercar la transición energética a la sociedad y acelerarla. Por un lado, hemos creado con LALIGA una Oficina Técnica de Sostenibilidad Medioambiental que ya está ayudando a los clubes a entender mejor su huella y a impulsar medidas de reducción de emisiones.

Por otro, estamos asesorando a varios clubes para la incorporación de biocombustibles en sus flotas, la instalación de puntos de recarga eléctrica en los estadios, mejoras de eficiencia energética y soluciones de movilidad más sostenibles. Pero también queremos que el cambio llegue a los materiales y a los productos que se utilizan cada día en el fútbol profesional. Y, por supuesto, estamos impulsando distintas campañas de sensibilización y contenidos con los propios jugadores y jugadoras, porque sus voces tienen un poder enorme para trasladar valores positivos a la sociedad e inspirar a millones de personas. ●

Baloncesto

¿Euroliga o NBA Europa? La fecha clave para definir el futuro del Barça

La relación entre el club azulgrana y la competición europea disfruta de una buena sintonía con reuniones constantes, aunque la entidad catalana todavía no se ha decantado por dicho campeonato y sigue esperando a que la competición americana defina mejor su desembarco en el viejo continente



El Barça intensifica sus reuniones con la Euroliga en busca de un acuerdo

Marc del Río 04 DIC 2025 17:13

El Barça sigue deshojando la margarita sobre cuál será su futuro en el baloncesto europeo. El anuncio del desembarco de la NBA en el viejo continente causó mucho revuelo cuando se produjo, pero a día de hoy, la creación de esta liga europea sigue todavía en un proceso embrionario, excesivo incluso si se cuenta que el proyecto debería arrancar en año y medio.

Barça, Real Madrid, Fenerbahçe y Asvel son cuatro de los clubes propietarios de la Euroliga, pero su vinculación con la competición europea expira el próximo mes de junio. Por el momento, no ha habido prisa en renovar su contrato con la Euroliga ante los cantos de sirena de la NBA. La liga americana ha ido contactando con algunos clubes que pretende que lideren su proyecto, y entre ellos está el equipo azulgrana.

El proyecto europeo de la NBA está muy verde

Pero el proyecto de la NBA europea sigue dejando más dudas que certezas, y ese plan ambicioso de aterrizar en nuestro continente cuenta, a día de hoy, con pocas realidades, más allá de la rumorología que apunta hacia franquicias en las principales capitales europeas con indiferencia del amor o simplemente del interés de sus habitantes en el baloncesto. La disputa de dos partidos en territorio europeo el próximo mes de enero debería traer, casi de manera obligatoria, novedades sobre el proyecto.



Adam Silver, comisionado de la NBA, en una rueda de prensa

Ante este escenario cargado de incógnitas e incertidumbres, la relación del Barça y la Euroliga ha estrechado lazos en las últimas semanas, y en ese sentido, las reuniones entre ambas partes se han intensificado en los últimos días. Desde Grecia se apuntó a que Joan Laporta se había reunido con la cúpula del campeonato europeo hace unos días. Unos encuentros que no son casualidad y que han tenido continuidad con reuniones también entre Euroliga y Josep Cubells, y también del General Manager de la sección, Juan Carlos Navarro, y el director deportivo, Mario Bruno Fernández, en un encuentro que tuvo lugar hace pocas horas.

Se intensifican las reuniones entre Barça y Euroliga

La sintonía entre ambas partes es buena, y si hace unos meses el Barça figuraba como uno de los clubes que liderarían la NBA europea, la situación a día de hoy es bastante diferente. Los escenarios actuales pueden conducir a una renovación entre ambas partes, si bien es cierto que en el club azulgrana no dan por cerrado el acuerdo. Ahora bien, el incremento de las reuniones y el hecho de que el plazo para renovar su licencia con la Euroliga vence el próximo 15 de enero, pueden acabar acelerando el 'sí definitivo.



Dejan Bodiroga y Pauilus Motiejunas seguirán al frente de la Euroliga

Un acuerdo que llegaría con un Barça tratando de conseguir el mejor contrato posible, en el que a nivel de derechos televisivos hay un margen de crecimiento respecto al actual, y sin descuidar que, en caso de querer romper esa vinculación con la Euroliga para acabar incorporándose a la NBA Europea, la cláusula de penalización pueda ser 'asumible'.

La cifra que debería pagar el Barça para romper un posible contrato con la Euroliga

Una cifra que se situaría sobre los 10 millones de euros, y en cuanto a años de renovación con la Euroliga, los clubes que firmaron su nuevo contrato el pasado verano lo hicieron por diez temporadas.

De esta manera, el Barça se distanciaría del Real Madrid, cuya renovación por la Euroliga sigue bastante encallada. Los blancos siguen esperando la propuesta de la NBA, pero tal y como ocurrió con la Superliga, pueden quedarse prácticamente solos, ya que Fenerbahçe, que también termina contrato con la Euroliga a finales del presente curso, también está por la labor de renovar su licencia con la competición continental.

The Hollywood Reporter



Feelings Don't Matter: How the Ellison Era Is Transforming Paramount

It's a brand-new day at the legacy studio, where prestige films are out, testosterone-heavy tentpoles are in and Brett Ratner is back on the call sheet.

By Pamela McClintock December 4, 2025

In the days before the Paramount-Skydance merger closed, headlines as to who was staying and who was going were flying fast and furious. One person who appeared to be held in high esteem by Skydance chief David Ellison was Ramsey Naito, head of Paramount Animation.

It would have been understandable if Ellison opted to show Naito the door as he did with other top execs, considering she was closely aligned with former Paramount Pictures CEO Brian Robbins (she had helped bring the successful Nickelodeon series PAW Patrol to the big screen). On Aug. 6, the night before the merger became official, an anonymously sourced news story indicated that Naito was safe, highlighting the success of 2023's Teenage Mutant Ninja Turtles: Mutant Mayhem, which grossed $182 million worldwide against a $30 million budget and propelled the brand to north of $1 billion in merchandising sales.

But things quickly turned for Naito as the emboldened top executives installed by Ellison to run the studio began asserting their power. In a fall meeting with key leaders, including Paramount Pictures co-chairman Josh Greenstein, Naito was left feeling humiliated after she was told she had devalued the Turtles franchise. Sources say Naito later confronted Greenstein and others to object to the way they had spoken to her.

The essence of their response? "Get over it."

It was an echo of the feelings-don't-matter, no-coddling ethos that powers Silicon Valley, where Ellison was raised and watched his father, Larry Ellison, grow Oracle into one of the most valuable companies in the world (and make himself one of the richest people on the planet). Multiple sources say Ellison is building a more brash culture that's defiantly upending the circumspect, politically correct style that has defined Hollywood in the post-#MeToo, post-George Floyd eras. It's a studio reborn, where blunt feedback is the norm, canceled talent is welcome (cheaper on the dollar, and yearning to prove themselves) and no one is walking on eggshells.

Sources close to the new regime deny that anyone ever spoke down to Naito, but acknowledge that they confronted the exec for declining to take responsibility for the fact that several animated films under her watch had gone over budget, including Smurfs, a bomb that lost about $80 million for the studio. In either case, sources say that Naito saw the writing on the wall and told friends she wasn't sure how long she'd last under the new management. On Oct. 29, she was among those let go in a massive round of layoffs. Naito could not be reached for comment. She was replaced recently by Jennifer Dodge, president of entertainment at Spin Master, the toy company behind PAW Patrol.



From left: Josh Greenstein, Dana Goldberg, Jeff Shell, David Ellison, Josh Goldstine, Don Granger and Jennifer Dodge. Jon Kopaloff/Getty Images; Bryan Bedder/Getty Images; Getty Images; Frazer Harrison/Getty Images (2); Rich Polk/Getty Images; Tommaso Boddi/Getty Images

Even before Ellison took over, there were signs that the studio was changing. Paramount was among the first to kill its DEI policies, and after the Ellison era began, it became the first to publicly push back against the growing anti-Israel sentiment in Hollywood. Ellison also has been willing to empower once-canceled

male execs as well as those who are eager to assert their influence after being denied top jobs at other companies.

"There is an arrogance [at the film studio] that has caught the town by the surprise," says one source who's in business with Paramount, careful to note that co-movie studio chairman and TV chief Dana Goldberg, a Skydance alum, and Paramount president Jeff Shell do not share this style.

What some see as arrogance, others characterize as a much-needed shift, remaking a struggling studio that was deprived of resources for years. The execs inherited a slate where every movie this year lost money in its theatrical run until the October romantic sleeper hit Regretting You. (That list includes the Ellison-produced Mission: Impossible — The Final Reckoning.)

Says a source who knows many of Paramount's new power players: "They have either been in the studio system or adjacent to it and are now in a position they never thought they'd have again. It's really theirs to lose; they can either build something that works or doesn't."

Sources who know Ellison, 42, say that he personally has never presented as a bully, but father Larry is a self-avowed über-alpha personality who has a multibillion-dollar stake in the Paramount purchase and is one of Donald Trump's closest tech-world confidants. Trump has publicly praised the Skydance-Paramount marriage and David Ellison, pointing to right-leaning changes at CBS News, and is reportedly also looking favorably upon Ellison's bid to gobble up Warner Bros. over rivals Comcast and Netflix. (Paramount, for its part, has called the bidding "a tilted and unfair process," claiming Netflix has received preferential treatment.) On Nov. 25, Paramount confirmed a deal to distribute Rush Hour 4 from disgraced director Brett Ratner, who was banished from Hollywood in 2017 after a Los Angeles Times report in which six women accused him of sexual misconduct. The agreement came after a request from Trump to Larry. (Ratner was never charged and has long denied wrongdoing.)

While the Rush Hour 4 news jolted many on the lot, sources say that even before Trump's request, there were already conversations within Paramount about whether to distribute the orphaned project. The movie would almost certainly make money for the studio given that Paramount, as a distributor but not a financier, stands to receive a hefty fee. Still, Greenstein and Goldberg ultimately passed and only later learned that Paramount would be distributing it around the time news leaked to the media about Trump's overtures to Larry.



Donald Trump (left) reportedly pressured Larry Ellison (right) for Paramount to distribute Rush Hour 4, directed by Brett Ratner, the disgraced filmmaker working on a Melania Trump documentary at Amazon. Andrew Harnik/Getty Images

***

“David likes to hire people who he thinks were devalued,” says one person who has known him for years. One early example: Skydance swooped in and hired legendary Pixar chief John Lasseter after he resigned from Disney at the height of the #MeToo movement following allegations of inappropriate behavior. Later, the first major production deal announced by the new Paramount was a first-look pact with Will Smith, still tainted from slapping Chris Rock at the Oscars. And one of the few leftover movies from the previous regime that Team Ellison embraced is an Ebenezer Scrooge project starring Johnny Depp that would mark the actor’s first major studio feature since Warner Bros. fired him from the Fantastic Beasts franchise in 2020 amid his messy divorce from Amber Heard.

There are examples of that same distressed-asset philosophy at the C-suite level. Shell, the president of Paramount, exited as chairman of NBCUniversal after a female colleague, a CNBC reporter, filed a sexual harassment complaint against him following a nearly decade-long affair. He was fired for cause and did not receive severance. Paramount colleagues say Shell is transparent about what happened, proactively bringing it up and eager to note that he’s learned from his mistakes. (Like Ellison, he is laser-focused on the potential Warners acquisition and not on the day-to-day operations of the film studio.)

Several years before his firing, Shell and NBCUniversal movie chief Donna Langley informed staff at Universal Pictures that Josh Goldstine, president of worldwide marketing, was being suspended after an investigation into complaints of

inappropriate conduct. Shell and Langley praised the women who came forward, and Goldstine was fired, but he later won a $20 million arbitration ruling against NBCU (the arbitration findings were never made public). He joined Warner Bros. as president of worldwide marketing in 2021 before being laid off at the beginning of this year. Greenstein lobbied Ellison to name Goldstine president of worldwide marketing and distribution at Paramount, and he joined the studio in mid-October. Some might have forgotten that in 2001, Goldstine was one of two top execs at Sony's creative advertising division who were suspended and later demoted for making up glowing critics' quotes for A Knight's Tale after a class-action lawsuit was filed against the studio for duping moviegoers into seeing the film.

Goldstine now reports to Greenstein and Goldberg, who was Ellison's longtime trusted movie and TV production czar at Skydance. Known for being loyal, Ellison also brought over Skydance movie and sports chief Don Granger to lead the film division. Greenstein and Goldstine have many fans and are widely admired for their marketing acumen. But both are ruffling feathers internally.



South Park duo Trey Parker (left) and Matt Stone have delayed their racially charged Kendrick Lamar comedy. Jon Kopaloff/Getty Images

A culture clash is almost guaranteed when putting together a team of ambitious executives who have long thought they deserved more power than Hollywood has afforded them. Greenstein, who had a previous stint at Paramount as marketing and distribution head before decamping for Sony in 2014 and rising to co-president of the motion picture group, waited in the wings for years to succeed Sony film chief Tom Rothman but was thwarted when the elder executive re-upped his deal this year. He is a man's man famous for his golfing outings — one go-to partner is Mark

Wahlberg — and drives a lifted truck to accommodate his mountain bike, another one of his passions.

Granger, meanwhile, spent years at Paramount as a production exec — including working on a number of Tom Cruise films — before striking out on his own (Snakes on a Plane was one credit). He joined United Artists in 2004, when it was run by Cruise and Paula Wagner, and ascended to president of production in 2007, but UA languished and he joined Skydance in 2014, running film under Goldberg and Ellison and producing titles such as Jack Reacher.

***

Paramount insiders debunk the notion that this new team is making "flyover state" films but readily admit they are building a slate focused on areas it sees as underserved by Hollywood, a move that mirrors Ellison's work to reshape CBS News. The mogul has complained that the news business has been taken over by coastal elites out of touch with the American public, so it's not surprising that he's bringing the same ethos to his studio. One major emphasis is to develop broad, testosterone-laden tentpoles like a Call of Duty movie that Taylor Sheridan is writing and a $100 million-plus motorcross film directed by James Mangold and starring Timothée Chalamet, who would earn a career-high $25 million. (Mangold also has a new overall deal with the studio.) Paramount also is keen on making a Western with 1923 actor Brandon Sklenar.

"The one thing I'm trying to figure out is what other big priorities they are embracing," says a rival executive. Asks another studio head, "Is there anything that isn't a male-driven action movie?"

Paramount insists there is. During an Aug. 13 media event, Greenstein name-checked such franchises as Star Trek, Transformers and World War Z. He also indicated an interest in horror (Paramount is home to A Quiet Place and Smile) and R-rated comedies. Insiders at Paramount say the team's guiding principle is ensuring that every movie is an event. This doesn't just mean franchises, it could include risqué comedies for both men (think: The Hangover) and women (Bridesmaids) or dramas targeting Black audiences (à la The Woman King, which Greenstein made at Sony).

There appears to be little appetite for risky critical-darling or awards-bait fare. Paramount's small, internal awards team was laid off in October, though sources say they will remain on through the end of Oscar season. The studio already pulled back dramatically on awards plans for the Channing Tatum-Kirsten Dunst feature Roofman.

"They have no interest in anything but down-the-middle IP. It's all about commerciality," says one industry source.

However, not all male-driven action tentpoles have been embraced: Nearly $20 million in marketing was slashed from Edgar Wright's big-budget The Running Man, starring Glen Powell and made by the previous regime. The $110 million movie bombed, opening to a mere $18 million.

Though morale at the movie studio was low before the merger, sources say it has further plummeted among holdover staff as Greenstein and Goldberg, with input from Granger, go through the slate, killing projects or selling them off. Eloise, an adaptation of Kay Thompson's beloved children's series about a girl living at the Plaza hotel in New York, was quietly sold to Netflix. Ryan Reynolds had been quick to board the MRC project as a producer and star when approached by the prior regime, saying his three young daughters are huge fans of the book. But sources say Greenstein in particular didn't believe the IP was relevant in today's times, nor did the studio want to make it as a theatrical movie for the $75 million budget, even though MRC is helping to cover the cost. The Goldberg-Greenstein regime also has scrapped plans to make Winter Games, a romantic sports drama starring Miles Teller.

But those aren't the only femme-fueled titles being scrapped: Another project that isn't going forward is Victor and Sam's Day Off, a spinoff of Ferris Bueller's Day Off; ditto for Colin Trevorrow's Area 51 movie that has Reynolds attached to produce.

It's hardly unusual for incoming leaders to take stock of what they have and jettison things. But Greenstein has stated that the company hopes to release 15 films a year starting in 2026. As one producer with ties to Paramount asks, "How are they going to make so many movies when they are killing them left and right?"

Rush Hour 4 is one answer. Another is the R-rated workplace comedy Bald Eagles, a spec they scooped up days after coming into power. The studio also is developing a new Paranormal Activity movie with James Wan and Blumhouse producing, sources say, and moving forward with a carry-over romantic comedy that's set to star Brie Larson is based on Rebecca Serle's best-selling book One Italian Summer.



Seth Rogen (left) and Ramsey Naito are on, off, and on again with the TNMT: Mutant Mayhem franchise. Phillip Faraone/Getty Images

***

The new regime is now figuring out what to do with the Ninja Turtles franchise. It's so impressed by Sonic the Hedgeghog that it has hired Sonic producer Neal H. Moritz to guide a a live-action Turtles movie that's already nabbed a high-profile Thanksgiving holiday release date of Nov. 17, 2028. Meanwhile, the sister TV division has canceled the spin-off to the Seth Rogen-produced Mutant Mayhem, leading to industry chatter that the big-screen animated sequel is in jeopardy. But sources say the top brass at Paramount, which has already spent $40 million on the Mayhem 2, remains high on the sequel and intends to move with its October 2027 release date, with a third movie even being discussed with Rogen and his Point Grey.

If the famously outspoken liberal Rogen makes an odd bedfellow for a studio that's so close to Trump, it gets even weirder. One project that is moving right along is from South Park creators Trey Parker and Matt Stone. They are a cash cow for Paramount, and particularly Paramount+, so much so that Ellison quickly reupped their deal after taking over as CEO.

Trump has remained notably silent on the duo, who have gone after him with a vengeance that has made them more relevant and popular than ever. But he may not be able to resist complaining about the live-action, music-infused comedy skewering racism that's in the works from the duo and Kendrick Lamar. The story centers on a young Black man who takes a job performing as a slave at a popular plantation attraction, and who grows quickly wary about the entire situation, though insiders say this logline may be outdated as is describing it as an ensemble comedy. It's hard to say, considering only a few people at Paramount have been allowed to read the script at Parker and Stone's office; the duo, along with Lamar, have full creative control. Those who have read it say it's outrageously funny.

The still untitled movie, known internally as Whitney Springs, was supposed to hit theaters during the July 4th holiday this year, but Lamar, who produces, and filmmaker Dave Free (Lamar's manager) wanted major reshoots; the film was pushed to March 20, 2026. In recent days, Paramount revealed that it won't be ready for that date, as word broke elsewhere that Lamar may go on tour. When it's finally done, however, Paramount will have no choice but to open it in cinemas.

"They'll release it with closed eyes and gritted teeth," says someone close to the project, which at this stage features Parker onscreen as the town's mayor. Paramount and the filmmakers have not announced any casting and have kept all details under wraps.

Though Larry Ellison's bromance with Trump might get the most media attention, David Ellison himself has a much more crucial business bromance — with Cruise. The mogul has heaped praise upon the star, with whom he has made 10 films, including installments of Mission: Impossible and Top Gun: Maverick. Privately, though, the relationship has not always been smooth sailing.

According to two sources, Cruise grew unhappy with Ellison not long after Robbins came aboard at the top of Paramount in 2021. During a meeting about the final two Mission: Impossible movies, Cruise said he needed tens of millions of dollars in additional production funds. Ellison suggested that Cruise find some of the money on his own. From then on, multiple sources say Cruise wouldn't attend any production or marketing meetings if Ellison was in the room. Still, the Robbins regime ultimately caved to Cruise's demands, coughing up more dough. (Sources close to Skydance dispute there was any such rift.)

But Cruise is eager to get Top Gun 3 off the ground. He's also seeking a home for his deep-sea disaster adventure that reportedly sports a production budget north of $200 million. Warner Bros., where Cruise has a deal, and Universal have passed. Sources confirm that Cruise recently went to the Paramount lot to pay his respects to the new leadership, which would seem to mean he no longer is at odds with Ellison. And if Ellison gets his way and buys Warners in a history-changing moment for Hollywood, Cruise won't be the only one having to acquiesce to a new cultural order.



Paramount's every-movie-is-an-event-for-somebody strategy meant pulling back on marketing for Roofman (left) and The Running Man. Davi Russo/Paramount Pictures; Ross Ferguson/Paramount Pictures



SkyShowtime

Con lanzamiento previsto para el 3 de diciembre de 2025, la alianza ampliará la presencia de SkyShowtime en Portugal.

SkyShowtime y NOS anunciaron una nueva alianza que llevará el amplio catálogo de SkyShowtime, compuesto por superproducciones de Hollywood, series exclusivas y originales, a más hogares en todo Portugal.

Con lanzamiento previsto para el 3 de diciembre de 2025, la alianza ampliará la presencia de SkyShowtime en Portugal, haciendo su oferta de entretenimiento, en constante crecimiento, más accesible que nunca. Todos los clientes de NOS ahora podrán ver el contenido de SkyShowtime en múltiples dispositivos y pagar la suscripción de SkyShowtime junto con su factura de televisión.

El acuerdo se lanzará con una campaña promocional de regalo de Navidad, junto con las tradicionales Ofertas Navideñas de NOS. A los clientes de NOS se les ofrecerá la posibilidad de disfrutar durante tres meses de todas las series exclusivas, éxitos de Hollywood y producciones originales locales de SkyShowtime. Para ello, solo deberán seleccionar tres meses de SkyShowtime como su regalo en la aplicación My NOS.

Con SkyShowtime, los clientes de NOS ahora podrán disfrutar de una amplia colección de contenidos de alta calidad, incluyendo series como Landman, MobLand, The Day of the Jackal, Tulsa King, Dexter: Resurrection (Dexter: Ressurreição) y The

Paper; grandes estrenos como Gladiator II, Wicked, Nosferatu, How to Train Your Dragon (próximamente), Mission: Impossible – The Final Reckoning (próximamente) y mucho más.

Hristina Georgieva, Chief Business Officer de SkyShowtime, declaró: «Nuestra misión con las alianzas es brindar al mayor número posible de espectadores un acceso cómodo a nuestra amplia y diversa selección de entretenimiento. La colaboración con NOS, uno de los principales proveedores de televisión de Portugal, es un claro ejemplo de este objetivo en acción».

Adriano Duarte Neves, Director Central de Contenidos de TV en NOS, destacó: «El lanzamiento de SkyShowtime en NOS representa otro paso en el fortalecimiento de nuestra oferta de entretenimiento premium. Queremos seguir garantizando que nuestros clientes tengan acceso a las mejores historias y producciones del mundo, con alta calidad y una experiencia multiplataforma única y fácil de usar».

Raquel Berzosa, Directora General Regional para Iberia en SkyShowtime, añadió: «Con una increíble oferta de series exclusivas como Landman y Tulsa King, fenómenos de taquilla como Wicked y Gladiator, y los favoritos familiares como How to Train Your Dragon, SkyShowtime ofrece algo para todos. Estamos encantados de asociarnos con NOS para llevar la fantástica propuesta de entretenimiento de SkyShowtime a aún más hogares en todo el país».

Amazon adds news tab to Prime Video in user expansion push

By **Reuters** December 3, 2025



Media are seen in front of an Amazon Prime Video logo during an Amazon Prime Video India launch event in Mumbai

Dec 3 (Reuters) - Amazon.com opens new tab said on Wednesday it is rolling out a dedicated news tab on its Prime Video streaming service, which will become available to all U.S. customers for free by the end of the year.

The section, hosting news networks that include ABC News Live, CBS News 24/7, LiveNOW from Fox, CNN Headlines and NBC News NOW, will cover a broad selection of topics such as world, national and regional news.

The e-commerce giant is looking to make it more convenient for customers to access live networks and grow its user base as it grapples with strong competition from rivals looking to increase market share.

Separately on Wednesday, Amazon also announced a subscription channel where customers can watch a selection of Sony Pictures movies and shows.

Sony Pictures Core is available on Prime Video to customers in the U.S. and Canada for $6.99 per month.

Solo 50 plataformas de microdramas sobrevivirán tras la consolidación del mercado



El panel sobre plataformas verticales en Content London

CONTENT LONDON: Apenas unas 50 plataformas de microdramas seguirán en pie a medida que entren nuevos inversores y jugadores al mercado y la consolidación alcance al sector del video vertical, según Olivier Bernard, cofundador y chief operating officer de Kedoo Entertainment.

En los últimos tres años se han lanzado cerca de 1.500 nuevas apps de video vertical, señaló Bernard, pero hoy solo quedan unas 540. Con una nueva ola de inversores merodeando el terreno y algunos de los grandes jugadores de Estados Unidos adquiriendo participaciones en compañías de microdramas, esa cifra se reducirá a unas 50, estimó.

"Hoy solo tienes 539 apps activas, así que el churn es muy alto", dijo durante el panel 'Vertical Platforms: Tapping into Opportunities in Microdrama' de Content London. "Otros grandes players [como Fox] están llegando y van a consolidar este espacio, sin duda".

Entre los productores de microdramas presentes en Content London crece la idea de que Netflix acabará entrando en este segmento. Sea Netflix u otros estudios y plataformas, el resultado será una depuración del mercado que muchos consideran necesaria.

Fuera de Estados Unidos, otros jugadores internacionales también han hecho apuestas importantes, incluyendo a Shahid, el streamer árabe de MBC Group, y a la rusa IVI.

"¿Lo hará Netflix? Podría", dijo Bernard. "Pero este sector está entrando en un ciclo de M&A [fusiones y adquisiciones] y solo los 50 principales prevalecerán".

Ivy Yu, productora y directora in-house de la plataforma de video vertical GoodShort, afirmó que el universo del video vertical recibe con los brazos abiertos a nuevos jugadores y nuevo dinero. "Nos entusiasma ver a todos los grandes players entrar y descubrir qué tipo de influencia van a traer a esta industria", afirmó.

El director de desarrollo de negocios en Shortly, Nikita Daniels, predijo que el consumo de microdramas se disparará entre los adolescentes, especialmente a medida que los reguladores endurezcan las restricciones sobre el uso de redes sociales entre los jóvenes. La razón, expuso, es que los microdramas no serán "considerados redes sociales", pero seguirán siendo "contenido social".

Daniels también anticipó que más hombres migrarán hacia este espacio dominado por mujeres, a medida que los microdramas se expandan más allá del género romántico.

Lily Darragh Harty, directora de producción física de Candy Jar/Inkitt, añadió que el valor de producción de los microdramas mejorará de forma significativa en el próximo año, lo que ayudará a darle al formato mayor legitimidad entre las audiencias y el sector tradicional del contenido.

La siguiente fase, agregó, será que alguna de las grandes cadenas o plataformas de streaming empiece a ofrecer microdramas. Eso ocurrirá en 2026, vaticinó.

"Creo que algún streamer o estudio valiente se arriesgará a poner microdramas en su plataforma, verá cuán lucrativos son, y se convertirán en la nueva norma".

Jordan Pinto

04-12-2025

©cveintiuno

The Hollywood Reporter

Inside Hollywood's Publicist Meltdown

There are fewer projects, tighter budgets, more infighting — and the mega PR firms are breaking up. Not to mention those lawsuits.

By Deanna Kizis December 3, 2025



Zohar Lazar

Hollywood publicists are used to battling bad press — just not about themselves. But last fall, as billboards across Los Angeles implored stars to "Thank Your Publicist," the people who usually craft the messages suddenly became the message. Crisis teams were hiring crisis teams. Defections were becoming a weekly storyline. Lawsuits began piling up. And chatter inside every firm circled back to an uneasy theme: An industry that once ran on relationships and discretion was now seemingly going to war with itself.

"I haven't seen so much upheaval since the late '90s," says one longtime rep, referring to the last great agency shake-up, when mergers and talent defections roiled the industry. "But back then there was an abundance of money. Now there's a shortage, and people are scrambling to survive." One now-retired studio publicist describes the current PR climate with even more Dickensian bleakness: "It was the worst of times, it was the worst of times."

Layoffs have become the backdrop for everything. The math is particularly grim for flacks. "You can make a movie or a TV show without a publicist," says the former CEO of a large firm. "But it's hard to be a publicist with nothing to publicize. So, in that sense, the publicist is the least crucial person in the mix." With fewer scripted shows, skimpier awards campaigns and tighter budgets, the rhythms that once defined the job have evaporated. Several reps interviewed for this story — all of whom requested not to be named — lamented the loss of the deliverables that kept clients feeling tended to.

Then there are the lawsuits — the one subject every publicist insists they're tired of discussing, while discussing it anyway. The MPRM versus 42West battle is getting particularly ugly. Last September, MPRM co-founder Mark Pogachefsky filed suit against 42West, Sylvia Desrochers, Caitlin McGee and five other reps who defected to the rival firm, saying they allegedly took clients AURA, Disney, Nat Geo and others with them. Per a source, their departure was "especially shitty" since Pogachefsky was planning his retirement and had signed an Option to Purchase agreement with McGee and Desrochers. 42West hit back before Thanksgiving, reportedly alleging that the MPRM suit is factually unsupported but that Pogachefsky created a "toxic work environment" and spent MPRM's "diminishing cash reserves" on "his lavish lifestyle."

Meanwhile, last year, R&CPMK accused former executive Mark Owens of soliciting colleagues and poaching clients to start 2PM Sharp. And, of course, there was the Justin Baldoni-Blake Lively debacle, which has spawned its own hydra of actions: Stephanie Jones of Jonesworks suing Jennifer Abel, Melissa Nathan, Baldoni and Wayfarer Studios for poaching clients, stealing trade secrets and orchestrating a smear campaign against her; Baldoni and Wayfarer suing publicist Leslie Sloane (a New York judge dismissed the case in June); and Lively suing Nathan and Abel.

"There's not a single publicist in Hollywood who isn't sick of talking about those lawsuits," one rep says. Adds another, "You have to wonder why some people don't take the advice they give their clients and shut up."

Companies, in the meantime, are breaking apart, merging, or reemerging in new forms. The dissolution of R&CPMK and the resurrection of PMK Entertainment allows Cindi Berger and new president Alan Nierob to work once again under the storied PMK banner, this time under the new ownership of Acceleration Community of Companies, Michael Nyman's boutique holding outfit housing a portfolio of PR and marketing agencies. Last spring, Stephen Huvane, Simon Halls, Robin Baum and Andy Gelb dissolved Slate PR to launch their new outfit, Apex, while Ina Treciokas left to start Ingenuity Group. The churn at ID PR was just as busy: In 2023, Lindsay Krug and Rachel Karten departed to form Origin Public Relations; not long after, Jillian Roscoe left to start Birch Public Relations; and a few months later, another ID PR rep, Alla Plotkin, left to join her.

After the pandemic years, the appeal of working 24/7 inside a large firm with giant overheads has dimmed, especially when the personal upside isn't proportional to the grind. And younger publicists, having weathered so many cycles of disruption, have grown accustomed to relying on their own reputations. "Our business identity

has changed," says one rep who left a large company to start their own. "Ten years ago, you wanted to be at the biggest and the best. I don't think people are as defined by that anymore, people [want to be] defined by their work, their creativity."

For many independent shop owners, the chaos has brought a steady stream of acquisition offers from larger firms — offers they're declining. "I have friends who sold their agencies years ago," says a movie-campaign rep. "I asked them what it was like. He said, 'It's like having been out on your own, having to give up your apartment and go live with your parents and sleep on their couch.' Okay, not for me."

Still, no one pretends to know where any of this is heading. And the situation has grown so dire, a gallows humor seems to have settled in among PR practitioners. Those "Thank your publicists" billboards that started popping up in the fall, for instance? Those were originally intended as a semi-tongue-in-cheek message to the industry from flaks who felt squeezed by shrinking fees and rising demands. Now, they seem less like an inside joke and more like an early distress flare.

"The only thing I can guarantee as a fact is that nobody knows nothing," says an industry veteran. "What are publicists going to do? What are screenwriters going to do? How will the unions protect writers and actors? There's uncertainty at every level in the business."

As the retired studio publicist puts it, "The job is changing exponentially. People are trying to evolve, and the dinosaurs are going to die."

The Hollywood Reporter

Amazon's Fire TV Devices Add a New Party Trick: Describe a Scene in a Movie, and Prime Queues It Up

The tech giant's new feature will be available to Alexa+ users simply describe the moment they want, and the AI-driven tech will handle the rest.

By Alex Weprin December 3, 2025



The new Alexa+ feature on Fire TV devices. Amazon

We've all been there: You're describing a scene from a movie, but you can't quite remember all the details. Frantic efforts to find it in your library fall short, or you can't remember if it is 45 minutes in or an hour and 40 in.

Amazon has built a solution to that conundrum, combining its AI prowess, Fire TV devices, its Alexa+ voice assistant and the vast scale of Prime Video in one new feature for Alexa+ users with Fire TV devices: Describe a scene in a movie, and Prime Video will pull up the scene instantly, no guesswork required.

Users can describe the scene using the names of actors or characters, lines of dialogue, or whatever else they can think of. Here are some examples of requests, as outlined by Amazon:

- “Jump to the Ozdust ballroom scene in Wicked with Glinda”
- “Jump to the scene in Mamma Mia where Sophie sings ‘Honey Honey’”
- “Jump to the boulder chase scene in Raiders of the Lost Ark”
- “Jump to the scene when John McClane says ‘come out to the coast, we’ll get together, have a few laughs’”
- “Jump to the card scene in Love Actually”
- “Jump to the scene in Red One where Santa flies over the city”

Amazon has thousands of movie titles available at launch, including tens of thousands of scenes, and the company says that it is indexing more all the time.

It is worth noting that users will need to be fully-baked in the Amazon ecosystem to get the capabilities: They will need a Fire TV device (sorry Roku or Apple TV users!), a Prime or Prime Video subscription, and access to Alexa+, which is included in Prime but will soon be available as a standalone subscription.

Amazon has also been integrating AI into its platform for years, going back to its X-Ray tools, which provide information about actors and scenes. Alexa+ also allows for conversational features like acting about an actor’s filmography, sports highlights, or recommendations based on things the user has watched.

Last month Amazon also launched AI-powered series recaps.

The Hollywood Reporter

The Tech Trio Redefining How (and What) We Watch

Once disrupters, the entertainment (adjacent) execs from YouTube, Instagram and TikTok are now the industry norm.

By Steven Zeitchik December 3, 2025



From left: Instagram's Claudine Cazian, TikTok's Dawn Yang and YouTube's Mary Ellen Coe Courtesy of Subject (3)

When Mary Ellen Coe was a child, she saw her father constantly pivoting his plumbing and heating business to meet his customers' needs. "It really shaped my views in terms of entrepreneurship and innovation," she says.

That education translates surprisingly well to Coe's current role, which involves a temperature-raise of a different sort. As chief business officer of YouTube, the executive does everything from provide tools to Alex Cooper to negotiate rights deals with the NFL — a linchpin of our newly techified entertainment world.

Hollywood kingmakers are increasingly joined by executives at social platforms. In an age when YouTube is the new TV — and when many of us spend more time on Instagram and TikTok than we do on our favorite shows — they shape the landscape as never before. People like Coe, Instagram's Claudine Cazian and TikTok's Dawn Yang, along with many others, are not only deciding what gets seen but building an entirely new content architecture.

“The thing I’ve loved about working in tech is the power within one person to create and communicate on their own; you no longer have to wait for gatekeepers to give you the green light,” Cazian tells THR.

The executive knows the Hollywood of which she speaks. Currently director of strategic partnerships at Instagram and Meta, Cazian worked for Ryan Seacrest’s production company for 15 years, helping to launch American Idol and working on Seacrest’s takeover as host of Dick Clark’s New Year’s Rockin’ Eve. She says her epiphany that it was time to hop the divide came when standing one day at an Idol finale after a new winner was crowned: “I could see the tide changing and that storytelling and narrative creations were moving to digital.”

Among the feathers in her Silicon Valley ball cap are the launching of Instagram Teen Accounts (it recently revamped standards to align with Hollywood’s PG-13 rating) and landing Kris Jenner for Meta’s 2025 Ray-Ban Super Bowl commercial. Both she and Coe immediately answer The Morning Show when asked their go-to binge-watch, name-checking a show in which female executives deploy power and grapple with strategic choices.

And then there’s Yang, who five years ago jumped from a career at Paramount to TikTok, where she serves as global head of entertainment partnerships. That’s a sneakily powerful role in the entertainment firmament, as the USC MBA and her team do everything from creating a Squid Game video game to working with studios so creators have the right to use official IP from new shows like The Summer I Turned Pretty (or older shows like Girls), driving their 2025-era virality.

As the worlds of social and Hollywood become more entwined — Coe believes YouTube creators will be nominated for Emmys as early as September — these women’s influence on entertainment will only grow.

Coruña Deportiva | Fútbol

“Mi familia es de A Coruña”: Guille Giménez desvela su deportivismo en Coruña Deportiva

El periodista de Movistar Plus confiesa su pasión blanquiazul en una entrevista repleta de recuerdos, emociones y fútbol



Redacción Radio Coruña04/12/2025

A Coruña Guille Giménez fue el protagonista de Coruña Deportiva y dejó una de esas conversaciones que sorprenden incluso a los oyentes habituales. El periodista de Movistar Plus, conocido por su trabajo en las retransmisiones de la NBA, reveló que su conexión con A Coruña y con el Deportivo no es casual ni reciente, sino una parte profunda de su historia personal. “Mi familia es de A Coruña”, recordaba, explicando que cada verano regresaba a la ciudad y que esa relación acabó convirtiéndose en una simpatía permanente por el club blanquiazul.

Un deportivismo que nace en familia

Esa afinidad no se quedó en un simple aprecio desde la distancia. Giménez contó que, siendo niño, tenía la tradición de acudir con su familia al Teresa Herrera, un torneo del que guarda recuerdos muy vivos: aquellos veranos en los que el Dépor compartía cartel con Real Madrid, Bayern de Múnich o Steaua de Bucarest.

Con el paso de los años, llegó a presenciar algunos de los episodios más intensos del deportivismo. Estuvo en Riazor el día del penalti fallado por Djukic, un momento doloroso que él mismo identifica como el preludio de la época dorada que vendría después. También asistió a la famosa final de Copa del Rey bajo el diluvio del Bernabéu, tanto en el encuentro original como en su reanudación, y ya como periodista cubrió desde dentro la celebración del Centenariazo, sentado en la mesa de los protagonistas.

Los héroes de una época dorada

La entrevista también sirvió para repasar lo que significó para él aquella generación irrepetible del Deportivo. “No he visto un mediocentro mejor que Mauro Silva”, confesaba, destacando también a Fran y reconociendo su debilidad por Djalminha, un futbolista capaz de improvisar, desconcertar y transformar cada jugada en un momento único.

Al hablar del presente, se mostró encantado con el liderazgo del equipo y especialmente con Yeremay, un jugador que, en sus palabras, rompe moldes y mantiene viva la tradición de los talentos imprevisibles que enamoran al aficionado.

Giménez no ocultó cómo vivió los últimos años de caída hasta la Primera Federación, un período que definió como muy duro para cualquiera que sienta el deportivismo. Recordó especialmente la derrota ante el Celta B, un golpe que, según dijo, simbolizó el fondo del pozo. Aun así, transmitió optimismo: ve al club recuperando terreno y confía en que el regreso estable al fútbol profesional sea una realidad a corto plazo.

Baloncesto y Leyma Coruña: otra conexión con la ciudad

Más allá del fútbol, también ha seguido de cerca la evolución del Leyma Coruña, cuya irrupción en la ACB le ilusionó, aunque lamentó su rápido descenso. Celebró que la ciudad haya podido disfrutar del baloncesto de élite y reconoció que este año el equipo vuelve a ofrecer motivos para creer.

La incógnita de su futuro en la NBA de Movistar Plus

Uno de los momentos más esperados llegó con la inevitable pregunta sobre el regreso de la NBA a Movistar Plus. Giménez aclaró que, por ahora, nadie del equipo histórico de narradores ha recibido aviso alguno. “Nos hemos enterado por la prensa”, admitió, aunque dejó claro que si la ocasión llega, tanto él como Antoni Daimiel están listos para volver a acompañar a los aficionados en las madrugadas de baloncesto.

La charla terminó con una invitación para que visite Riazor y se siente en la cabina de Carrusel Deportivo Coruña. El periodista no lo descartó y prometió estudiar la opción en el próximo parón de selecciones. La conversación, cercana y llena de recuerdos, dejó una sensación clara: para muchos oyentes, Guille Giménez es ya un coruñés más.

"Una película de misterio y tensión sostenida": Fue un fenómeno mundial rompiendo récords en taquilla y ahora triunfa en Movistar Plus+

El filme de Emma Tammi, adaptación de un videojuego, fue la película de terror con la mejor recaudación histórica durante el fin de semana de su estreno.

Por Fernando Sánchez Publicado: 04/12/2025



Una popular franquicia de videojuegos encuentra finalmente su camino hacia las salas de cine de la mano de una directora conocida por su trabajo en el thriller sobrenatural 'Tierra maldita' (2018). Emma Tammi asume el desafío de trasladar a la gran pantalla uno de los fenómenos más exitosos del terror interactivo de la última década, apostando por efectos prácticos y una narrativa que respeta el material original sin renunciar a su propia visión cinematográfica, gracias a un reparto compuesto por Josh Hutcherson, Elizabeth Lail, Piper Rubio, Mary Stuart Masterson y Matthew Lillard.

‘Five Nights at Freddy’s’ (2023) narra la historia de Mike Schmidt, un joven guardia de seguridad con problemas familiares y financieros que acepta un trabajo nocturno en la abandonada pizzería Freddy Fazbear’s. Lo que inicialmente parece un empleo rutinario se convierte en una pesadilla cuando descubre que los animatrónicos del establecimiento cobran vida durante las horas nocturnas con intenciones homicidas. La película, basada en el exitoso videojuego creado por Scott Cawthon en 2014, se estrenó con una recaudación récord de 78 millones de dólares en Estados Unidos y 52,6 millones en el extranjero, lo que supone un debut mundial de 130,6 millones de dólares, convirtiéndose en uno de los estrenos de terror con la mejor apertura de todos los tiempos, teniendo en cuenta su presupuesto, de apenas 20 millones de dólares. El filme se encuentra actualmente disponible en el catálogo de Movistar Plus +.



La dirección de Tammi privilegia la construcción de atmósfera por encima del sobresalto fácil, creando secuencias de tensión sostenida que aprovechan tanto los espacios claustrofóbicos como la presencia amenazante de los animatrónicos. Por su parte, Josh Hutcherson, quien saltó a la fama al interpretar al personaje de Peeta Mellark en la saga cinematográfica de ‘Los juegos del hambre’, ofrece una interpretación sólida que equilibra la vulnerabilidad del personaje con su determinación para proteger a su hermana menor. Matthew Lillard aporta una presencia

inquietante que enriquece la mitología de la franquicia, mientras que el diseño de producción recrea fielmente el ambiente decadente y perturbador de la pizzería abandonada.

A diferencia de la mayoría de producciones contemporáneas que recurren masivamente a los efectos digitales, la película optó por un enfoque artesanal para dar vida a sus criaturas mecánicas. La compañía de efectos visuales Jim Henson's Creature Shop fue responsable de la creación de los animatrónicos de Fazbear, con titiriteros especializados interpretando a los personajes robóticos. En las tomas donde los personajes permanecían estáticos, los titiriteros controlaban los movimientos de cabeza y cuerpo desde posiciones ocultas. En las secuencias más complejas donde un personaje necesitaba caminar o bailar, un especialista se introducía en el traje mientras los titiriteros manejaban las cabezas a distancia, logrando así un realismo y una presencia física que los efectos digitales difícilmente podrían igualar.



El camino hacia la gran pantalla de esta adaptación estuvo marcado por numerosos obstáculos y cambios de dirección. El desarrollo comenzó en abril de 2015 con la participación de Warner Bros. Pictures, donde Roy Lee, David Katzenberg y Seth Grahame-Smith estaban listos para producir el proyecto, con Gil Kenan anunciado como director y coguionista. Tras varios retrasos en la producción, la versión de Warner Bros. se estancó y Kenan abandonó el proyecto. En marzo de 2017, Blumhouse Productions

fue anunciada como la nueva compañía productora, con Chris Columbus preparado para dirigir y coescribir la adaptación. Columbus también finalmente se retiró del proyecto, y Emma Tammi fue confirmada como su sustituta en octubre de 2022, demostrando que las mejores adaptaciones a menudo requieren el director adecuado en el momento preciso para materializar su potencial cinematográfico.