vinetur

Ramón Bilbao se suma al estreno de Pioneras

La película llega a los cines el 12 de junio con la historia de la primera selección femenina de fútbol

miércoles 3 de junio de 2026


DANIEL IBÁÑEZ
AIXA VILLAGRÁN
SOFÍA DE IZNÁJAR
BRUNA LUCADAMO
ELENA IRURETA
LA HISTORIA QUE LLEVÓ AL FÚTBOL FEMENINO ESPAÑOL A CONQUISTAR EL MUNDO
SOLO QUERÍAN JUGAR
PIONERAS
"El viaje iniciático del fútbol femenino"
EL PAÍS
"Comedia luminosa y épica"
EL CINE EN LA SER
"PIONERAS retrata los orígenes de una gesta inimaginable"
CINEMANÍA
29 FESTIVAL DE MÁLAGA
SECCIÓN OFICIAL LARGOMETRAJES
PIONERAS DE PLATA PREMIO PÚBLICO
VOTACIÓN EN SALA
DIRIGIDA POR MARTA DÍAZ DE LOPE DÍAZ
UNA PELÍCULA DE CINE365 FILMS

Ramón Bilbao se ha incorporado como colaborador oficial de *Pioneras. Solo querían jugar*, la película dirigida por Marta Díaz de Lope Díaz que llegará a los cines el próximo 12 de junio. La cinta está inspirada en la historia real de las primeras mujeres que, en la España de los años 70, pelearon por jugar al fútbol en un momento en el que ese espacio parecía reservado a los hombres.

La película sitúa su relato en los últimos años del franquismo y recupera una memoria que durante décadas quedó silenciada. Según la información difundida por la bodega, se centra en un grupo de jóvenes que tuvo que abrirse paso entre prejuicios, discriminación y falta de reconocimiento institucional para poder seguir jugando. La motivación que las movía, añade el comunicado, era simple y firme: jugar al fútbol.

Tras su estreno mundial en el Festival de Málaga, donde recibió el Premio del Público, la película inicia ahora su recorrido comercial en salas de toda España. La producción llega con un reparto coral encabezado por Sofía de Iznájar, Bruna Lucadamo, Aixa Villagrán y Daniel Ibáñez, y combina emoción, humor y reivindicación en un relato sobre la amistad, la libertad y la capacidad de quienes se atreven a ir contra lo establecido.

Ramón Bilbao vincula esta colaboración con su plataforma de comunicación Hechos para Sentir, desde la que la marca dice poner el acento en la pausa, las emociones auténticas, los encuentros memorables y los momentos que pasan de una generación a otra. La bodega, que es vino oficial de la Selección Española de Fútbol, señala que encuentra en Pioneras una forma de entender el fútbol cercana a la que lleva tiempo defendiendo: un fútbol vivido desde lo cercano, lo cotidiano y lo auténtico.

La compañía subraya que la película conecta con una visión del juego alejada del ruido de los grandes estadios, los focos y la velocidad con la que se consume el deporte. En su relato, recuerda que antes del reconocimiento internacional del fútbol femenino español estuvieron aquellas mujeres que jugaron cuando todavía no había espacio para hacerlo y que sostuvieron el juego desde la pasión y la convicción.

En palabras de Alejandro Sánchez-Gómez, director de Marketing de Zamora Company Iberia, la marca cree en las historias que merecen ser contadas y, sobre todo, en las que merecen ser sentidas. “Pioneras representa a una generación de mujeres que abrió

camino desde la ilusión y la determinación, dejando un legado que sigue emocionando hoy. Formar parte de esta película es también una forma de brindar por todas ellas”, afirma.

La colaboración nace, según Ramón Bilbao, de esa conexión con un fútbol más humano y esencial, construido desde la persistencia, la pasión y los pequeños gestos. La bodega añade que entiende el fútbol como una forma de compartir, pertenecer y permanecer, una idea que enlaza con el mensaje de la película.

Pioneras. Solo querían jugar se presenta como un homenaje a las mujeres que cambiaron las reglas sin saber todavía que estaban haciendo historia. La cinta, ambientada en una etapa en la que el fútbol femenino apenas tenía reconocimiento, recupera una parte de la memoria deportiva española y la lleva ahora a las salas con el apoyo de una de las marcas de vino más conocidas del país.

Ramón Bilbao, fundada en Haro, La Rioja, en 1924, mantiene presencia en Rioja y Rueda y forma parte de Zamora Company. La bodega recuerda en su comunicación corporativa que trabaja con una filosofía que llama Hechos para Sentir y que también desarrolla su apuesta por el enoturismo, con experiencias en Rioja y Rueda reconocidas en distintos premios del sector. En paralelo, la compañía matriz señala que opera en más de 80 países, cuenta con más de 580 personas en su equipo y cerró 2024 con una facturación anual de 260 millones de euros.