RESUMEN DE MEDIOS **MARTES, 2 DE SEPTIEMBRE DE 2025**

FESTVAL DE VITORIA 2025

AMC Network: anuncia que trabaja para volver a Movistar Plus+: "Se da una paradoja, somos el proveedor líder y no estamos en la plataforma líder" (Vertele, Fórmula TV)

Atresmedia presenta en el FesTVal la duodécima edición de «La Voz» (La Razón)

Arranca el FesTVal de Vitoria (EFE)

SOUTH SERIES 2025

"El Centro" inaugurará la edición de este año del South Series Festival (EFE)

DEPORTE Y TV

Las consecuencias de las 24 horas negras del VAR: un informe "completísimo" de Mediapro a la RFEF, 'neverazo' y la denuncia por una Liga "de AliExpress" (El Mundo)

La impotencia de una Liga 'en venta' ante los cheques en blanco de la Premier: "Son la Superliga" (EL PAÍS, El Mundo, La Vanguardia)

LaLiga, aislada en el mercado de fichajes, ya es la quinta 'grande': la grave crisis que no deja gastar y obliga a malvender (El Español)

Los clubes españoles elevan el gasto en fichajes hasta los 708 millones de euros (AS)

TELEFÓNICA

Telefónica dejará de cotizar en la Bolsa de Nueva York (Expansión)

ESTRENO EXCLUSIVO

LA CAZA: IRATI

'La caza. Irati' – estreno 4 de septiembre en Movistar Plus+ (VARIOS)

"La caza. Irati": Copiando mal 'True Detective' (Jose A Cano en Cine con Eñe)

CINE ORIGINAL

LA BOLA NEGRA

Los Javis ruedan ya en Cantabria "La bola negra" (Diario Montañés)

LOS DOMINGOS

Las 10 películas que no puedes dejar de ver este otoño ("Los domingos") (La Lectura-El Mundo)

TV DE PAGO

Informe: Personalización y alianzas con telcos redefinen el futuro del streaming (TTV News)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Los sueldos de los fichajes estrella de RTVE: de los 265.290 al año de Pepa Bueno a los 180.000 de David Cantero (El Mundo)

El director del South Festival defiende la capacidad exportadora de España en series (EFE)

Moncloa mantiene la apuesta por abrir su canal en la TDT pese al nulo interés empresarial (Voz Populi)

La guerra de los 'rebeldes de Prisa' les cuesta cara: ya han perdido 22,5 millones de euros (El Independiente)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Insulsas, fáciles de seguir, para todo tipo de aficionado: ¿qué ha hecho el algoritmo de Netflix con nuestras películas? (The Guardian)

¡Cuidado, Hollywood! Las franquicias de videojuegos dominan la atención de la Generación Alfa (Los Angeles Times)

Convertir "KPop Demon Hunters" en una franquicia requerirá de Netflix una estrategia inteligente, porque parte de su éxito es que nadie la vio venir (The Verge)

La taquilla veraniega ha dejado en shock a los estudios y a los exhibidores, que asumen que el cine podría no volver nunca a los niveles pre-COVID (The Hollywood Reporter)

Taquilla de verano de 2025: Disney gana 1.000 millones de dólares, Warner Bros. se dispara. ¿Por qué nadie está entusiasmado? (Deadline)

Tras grandes expectativas, la taquilla veraniega de Hollywood vuelve a caer en picado (Los Angeles Times)

Fable pretende *gamificar* la transición de Hollywood hacia la IA (The Verge)

MOVISTAR PLUS+

Estrenos Movistar Plus+:novedades para el mes de septiembre de 2025 (Cinco Días)

Los estrenos de Movistar Plus en septiembre: 7 películas imprescindibles (OK Diario)

Documentales para todos los gustos este septiembre en Movistar Plus+ (Andro4All)

John Simm ("Yo, Jack Wright"), el actor sin histrionismo que hace bueno todo en lo que sale (Faro de Vigo)

verTele!

Noticias Programación TV Audiencias Lo más visto en TV Series Vídeos Análisis y Críticas

FESTVAL 2025

AMC Networks presenta sus estrenos con la 'joya' Daryl Dixon y anuncia que trabaja en volver a Movistar Plus+

- El grupo AMC Networks detalla los próximos estrenos de todos sus canales y actualiza su situación con Movistar Plus+ tras desaparecer de la plataforma a principios de año: "Es algo que queremos corregir y estamos trabajando en ello"



Presentación de contenidos de AMC Networks Adrián Ruiz

Laura Pérez / Adrián Ruiz

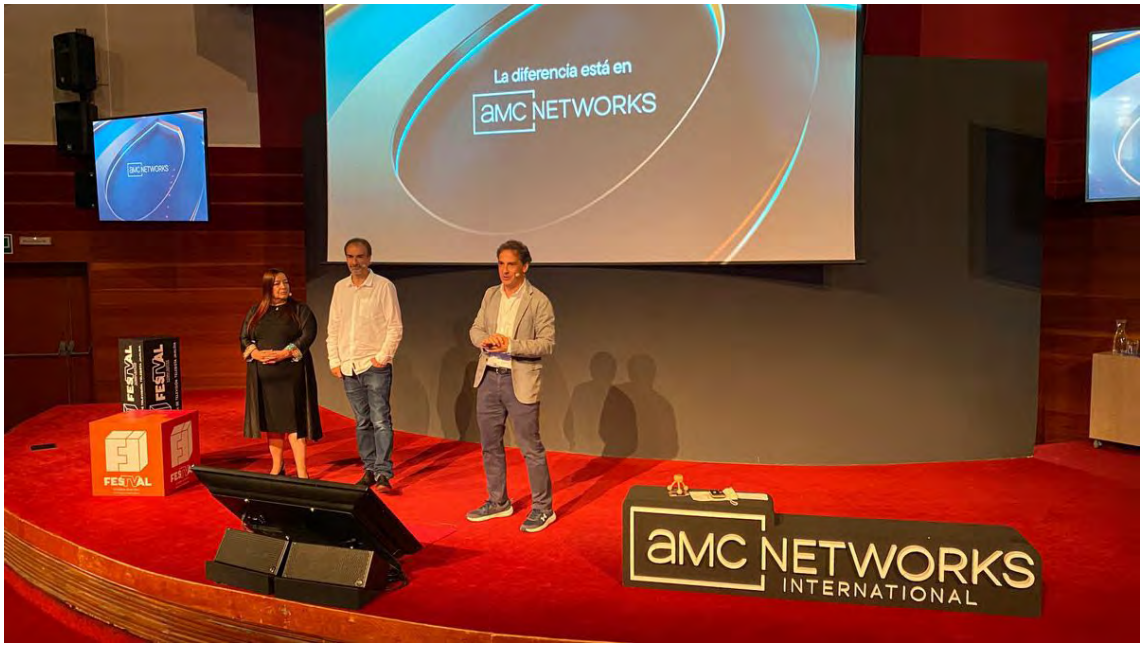
Vitoria — 1 de septiembre de 2025 13:12 h

AMC Networks ha asistido este lunes a su tradicional cita con el **FesTVal de Vitoria** para presentar las próximas apuestas de todos sus canales. Una oferta destinada a mantener el liderazgo del grupo en la televisión de pago, con las temporadas 'españolas' de ***The Walking Dead: Daryl Dixon*** como la joya de la corona.

Así lo ha desvelado Antonio Ruiz, director general de AMC Networks International Southern Europe, en una rueda de prensa a la que ha asistido verTele, en la que también han estado presentes la directora de canales lifestyle Susana Álvarez y el VP de programación de canales de factual y documenta Dani Pérez, y en la que se han listado todos los títulos que se estrenarán en los próximos meses.

"Somos el primer proveedor de canales temáticos y es la empresa líder en audiencias, cada uno en su segmento. Tenemos ahora 18 canales y por supuesto Canal Hollywood es el canal líder en cine, Canal Historia es el líder en documentales, etc.", ha comenzado celebrando el directivo, que ha asegurado que este éxito "no es casualidad", sino fruto de su prioritaria apuesta por la televisión de pago.

"Somos la televisión temática. Todo esto lo hacemos invirtiendo cada vez más y desarrollando cada vez más la televisión de pago. En los últimos tres meses hemos lanzado tres nuevas marcas: Vin TV, que todo el mundo se ha dado cuenta de que era algo que faltaba y creo que solo AMC Networks podría desarrollarlo como está, AMC Anime y AMC+ Connect", ha agregado.



Presentación de contenidos de AMC Networks Adrián Ruiz

Además, se ha cuestionado a Ruiz sobre la situación de AMC Networks con Movistar Plua+, después de que el conglomerado de canales **desapareciera de la plataforma de pago** a principios de año. El directivo se ha pronunciado de manera rotunda, dejando claro que su voluntad es regresar.

"Muy claramente: nuestro objetivo como empresa es llevar nuestra oferta a todos los suscriptores de TV de pago de este país, y ahora estamos en todas menos en Movistar Plus+. **Estamos trabajando en tratar de volver a Movistar**

Plus+ y estar presentes en toda la oferta de TV de pago. Somos el primer proveedor, con los canales temáticos líderes, y no estamos en la principal plataforma. **Es algo que queremos corregir y estamos trabajando en ello. Vamos a poner todo de nuestra parte**", ha afirmado.

Las novedades de los canales de AMC Networks

· Canal Cocina:

- **Gentes del mar** (estreno 8 de septiembre): Cuatro episodios que sigue la vida de la gente que captura el pescado en nuestro literal. Un homenaje a "las gentes del mar".
- **Cocino con mi abuela** (estreno en octubre): Formato pensado en unir generaciones, abuelos y nietos, para mantener ese legado y animar a la gente a comer pescado.

· Canal Decasa:

- **Busco piso**: Formato en el que anónimos buscan su vivienda ideal.
- **De ruina a palacio:** Muestra el proceso de transformación de construcciones hasta convertirlas en hogares extraordinarios.

· Canal Historia:

- **El lejano oeste. Por Kevin Costner** (estreno 3 de noviembre): El actor no sólo es el hilo conductor de este documental, sino que también es el productor. El western siempre se ha visto desde el punto de vista del hombre blanco, pero nunca se ha visto desde el punto de vista indígena. Esta serie también quiere ser lo más realista y fidedigna posible a la historia, con los colonos arrasando las tierras de los indígenas.

· AMC Crime:

- **Matthew Perry: La Tragedia** (estreno 28 de octubre): True crime que enlaza el salto a la fama del actor con las causas de su muerte. Incluye testimonios policiales, archivo y detalles de la investigación. Repasa cómo la muerte del intérprete de *Friends* acabó con una operación policial en al que se detuvo a cinco personas líderes de la distribución de ketamina. Se estrena el día en el que se cumplen dos años de su fallecimiento.
- **Las primeras 48 horas** (estreno 2 de septiembre): Serie que revela la importancia de las pruebas durante el período de dos días en toda investigación.

· **Sundance TV:**

- **La puta ama** (estreno 16 de septiembre): Serie de ficción finlandesa que mezcla comedia negra con thriller. Gira alrededor de una mujer que tiene una vida perfecta, pero un día se levanta y su marido se ha largado dejándola con una deuda millonaria.

· **Vin TV:**

- **Norte y sur** (estreno en noviembre): Miniserie mítica que cuenta con la participación de estrellas del cine.
- **V** (estreno 15 de septiembre)
- **Expediente X** (estreno 20 de septiembre)
- **Falcon Crest** (estreno en octubre)

· **Canal SOMOS:**

- Especial 20 aniversario del canal, con la emisión de clásicos a producciones más recientes. Incluye un especial de Carmen Maura.

· **Canal Odisea:**

- Tres series documentales sobre el universo.

AMC+, la gran apuesta con la 'joya' Daryl Dixon

AMC+ es la gran apuesta de AMC Networks no sólo por el volumen de contenido, de tener series nuevas, sino de amplificar los territorios que componen el servicio. Estos son los principales lanzamientos:

- **The Walking Dead: Daryl Dixon - España** (estreno 8 de septiembre): Es la joya de la corona de AMC. Una de las mayores producciones que se han hecho en España en los últimos años, que se ha desarrollado durante diez meses. Es oficial la renovación por una cuarta temporada del spin-off que será el cierre de la saga y que tendrá lugar de nuevo en España. Sobre lo que aporta el país al universo TWD, Antonio Ruiz ha explicado que "España es un marco perfecto, espectacular y diferencial. Nuestro país es tan rico y diverso arquitectónicamente y a nivel de naturaleza que hace diferencial la historia".
- **El camorrista** (estreno próximamente): Serie que lleva casi 40 años escondida por quejas de La Camorra, que amenazó a los productores y a personas involucradas. Se dejó en un cajón, hace poco se rescató y se podrá ver este otoño en AMC+.
- **Talamasca. La orden secreta de Anne Rice** (estreno en otoño). Gira en torno a una organización que detecta vampiros y otros seres.

UNA GRAN OFERTA

Las novedades de AMC Networks: 'TWD: Daryl Dixon España', 'Matthew Perry: la tragedia' y 'El Oeste por Kevin Costner'

El FesTVal ha acogido esta presentación en la que ha expuesto el gran catálogo de novedades.

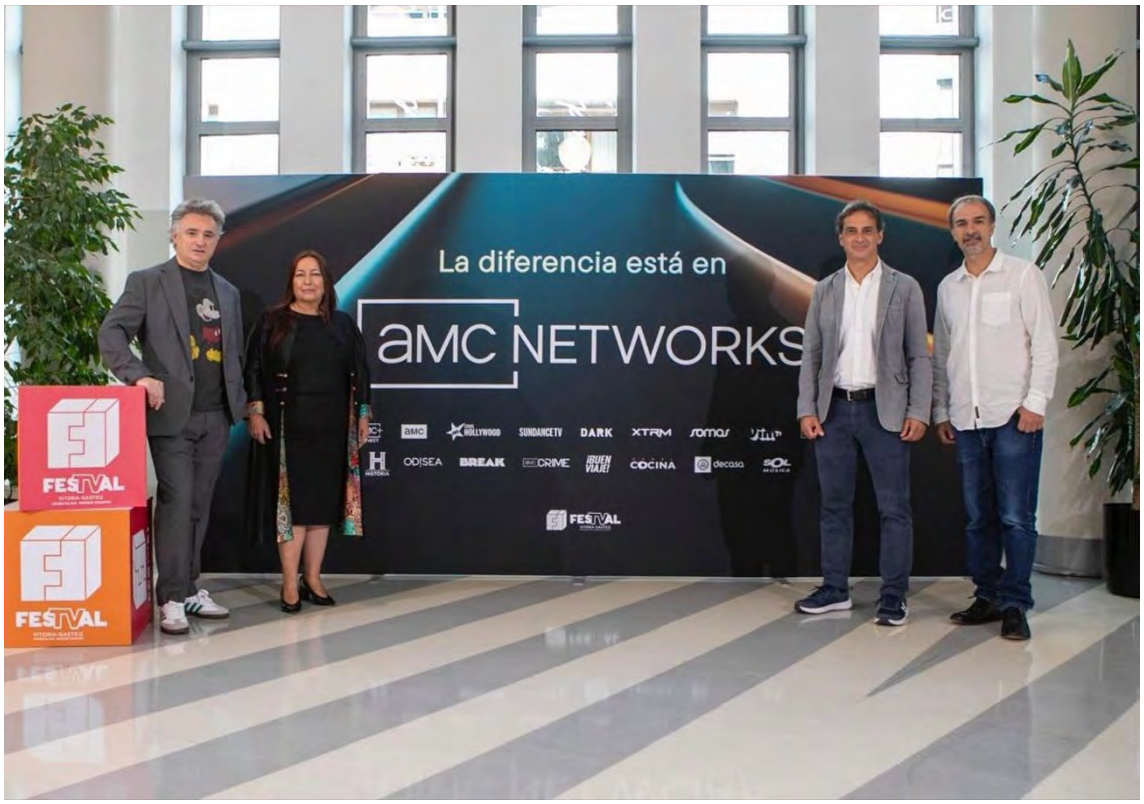


Por **Sergio Navarro** | Lunes 1 Septiembre 2025

AMC Networks International Southern Europe ha presentado su temporada de otoño 2025 con un catálogo de estrenos exclusivas que combina ficción, documentales de alto nivel y formatos de producción original. Todo esto lo ha hecho dentro del escenario del FesTVal, en un encuentro en el que FormulaTV ha estado presente.

Antonio Ruiz, director general de AMCNISE; Dani Pérez, VP de programación de canales de ficción y documentales; y Susana Álvarez, SVP de canales de estilo de vida, han presentado una a una las novedades más destacadas que vamos a ver a continuación divididos por géneros.

Ruiz ha arrancado comentando que "es el primer proveedor de canales temáticos de este país. Somos líderes absolutos. Tenemos 18 marcas. Canal Hollywood es el canal líder en cine, canal HISTORIA en documentales... El liderazgo no viene de casualidad, tiene que ver con la apuesta que hacemos. Todo lo que hacemos es para contribuir a nuestros proveedores. Para ningún otro proveedor su prioridad es la tele de pago, nuestro foco sí es ese".



El director del FesTVal junto al equipo directivo asistente de AMC Networks

Por su parte, Pérez ha adelantado que "Canal HISTORIA viene con el documental más ambicioso, con Kevin Costner, que también es el productor. Esta serie busca ser lo más realista con la historia del oeste". También ha dado los primeros detalles del documental sobre Matthew Perry, "a través de detalles de la investigación federal, que acabó con la detención de 5 personas, nos enteraremos de qué pasó".

Además, AMC Networks amplía su presencia en España con el lanzamiento de dos nuevos canales en Vodafone TV, AMC+ Connect y AMC Anime, y el regreso de Sol Música al operador. Con esta incorporación, la compañía refuerza su compromiso de ofrecer contenidos únicos y diferenciales, que abarcan desde las sagas más icónicas y el mejor anime japonés hasta la música en directo.

Sobre volver a Movistar, Ruiz ha declarado que "nuestro objetivo es llevar nuestra oferta a todos los suscriptores de televisión de pago del país. Ahora estamos en todas menos en Movistar. Estamos trabajando para intentar volver. Se da una paradoja, somos el proveedor líder y no estamos en la plataforma líder en televisión de pago".

AMC+: zombis en España, criaturas y secretos



El apocalipsis vuelve a recorrer Europa con Daryl Dixon y Carol Peletier en la tercera temporada de 'The Walking Dead: Daryl Dixon', que llega en exclusiva a AMC+ el 8 de septiembre. Rodada y ambientada en España, la serie incorpora a actores locales como Eduardo Noriega, Óscar Jaenada o Alexandra Masangkay, mientras sigue a los protagonistas en su incansable viaje de regreso a casa. Entre paisajes desconocidos y situaciones extremas, Daryl y Carol descubrirán que el mundo tras los caminantes es tan imprevisible como peligroso.

Además, el Universo Inmortal de Anne Rice se expande con 'Talamasca: La Orden Secreta', nueva serie original de AMC Studios que se adentra en la enigmática sociedad encargada de vigilar y controlar a brujas, vampiros y criaturas sobrenaturales. Doris y Burton, interpretados por Celine Buckens y Jason Schwartzman, se mueven entre lo cotidiano y lo sobrenatural, mientras Elizabeth McGovern y William Fichtner completan un reparto que mezcla misterio, poder y secretos ancestrales.

El crimen organizado también encuentra su espacio en AMC+ con 'El Camorrista', miniserie inédita de Giuseppe Tornatore que narra el ascenso al poder de un jefe de la Camorra interpretado por Ben Gazzara. Con la ayuda de su hermana Rosaria (la mítica intérprete española Laura del Sol) y un círculo de aliados, logra expandir su influencia por todos los niveles de la sociedad italiana.

Restaurada y remasterizada por el propio Tornatore, esta producción perdida durante décadas ofrece una mirada diferente al mundo del crimen, antes de que el director firmara su obra maestra 'Cinema Paradiso'.

Factual y documentales: desde el Lejano Oeste hasta Marte

Este otoño, los canales de AMCNISE acercan al espectador producciones que combinan rigor histórico, ciencia y emoción. Canal HISTORIA celebra el Día de la Hispanidad el 12 de octubre con los documentales 'Hispanoamérica, canto de vida y esperanza' y 'España, la primera Globalización', del galardonado José Luis López-Linares, que exploran la influencia hispana y el legado cultural compartido entre España y América. En noviembre, llega 'El Lejano Oeste por Kevin Costner', una serie documental que reinterpreta la historia fundacional del Oeste estadounidense, desafiando mitos y mostrando la lucha por la tierra desde una perspectiva crítica y cinematográfica.



Cartel de 'El Lejano Oeste por Kevin Costner'

Odisea propone un viaje al espacio con el especial 'Odisea Espacial', que comienza en octubre con 'Misterios del universo' y continúa en noviembre y diciembre con 'Destino la Luna: una nueva era' y 'Descifrando el universo', explorando los avances científicos y la futura conquista de Marte con producciones de alto valor visual y científico. AMC CRIME y BREAK completan la oferta con historias de crimen y conductas extremas: 'Matthew Perry: La tragedia' analiza la vida y las controversias del actor, 'Las primeras 48 horas' sigue la labor policial en la fase inicial de los crímenes, mientras que 'Furia al

volante' y 'El precio de la historia' muestran la tensión en las carreteras estadounidenses y la acción en la casa de empeños de Las Vegas. Por último ¡BUENVIAJE! regresa con 'Recorriendo el mundo en tren', en el que Sir Tony Robinson recorre rutas ferroviarias excepcionales alrededor del mundo.

Cine y series: nostalgia y éxitos

VinTV revive clásicos de los 80 y 90 con grandes títulos que marcaron una época. Desde el estreno completo de la saga 'V', pasando por 'Expediente X', 'Falcon Crest' y 'Norte y Sur', el canal recupera historias que combinan ciencia ficción, drama y pasión, y que siguen siendo referentes de la televisión de culto. Cada serie regresa con la esencia de su estreno original, transportando a los espectadores a mundos que dejaron huella en varias generaciones.

El resto de canales completan una programación variada que va del cine de autor europeo al thriller militar y a las sagas cinematográficas más icónicas. SundanceTV estrena 'La puta ama' y rinde homenaje a Kieslowski y Manoel de Oliveira; AMC apuesta por aventuras épicas, fantasía y suspense con 'Las brujas de Mayfair, de Anne Rice', 'Rompehielos' y 'Nautilus'; Canal Hollywood emitirá 'Indiana Jones' y 'Transformers', dos de las sagas más emblemáticas de las últimas décadas; y XTRM estrena 'Comando de élite' y dedica ciclos a Steven Seagal, Bruce Willis y Nicolas Cage.

El cine español también tiene su lugar en la parrilla, con Somos celebrando su 20º aniversario y un especial en honor a Carmen Maura, mientras que DARK se sumerge en el terror con DARKTOBER, ofreciendo un ciclo con los mejores títulos del Festival de Sitges y maratones de sagas como 'Halloween', 'Saw' o 'Resident Evil'.



Estilo de vida: sabores, tradiciones y hogar

Canal Cocina y Canal Decasa traen este otoño propuestas que combinan tradición, gastronomía y transformación del hogar. Dentro de la campaña #NosGustaElPescado, Canal Cocina estrena el 8 de septiembre 'Gentes del mar', una producción que recorre el litoral español para mostrar la labor diaria de quienes se dedican a la pesca, poniendo en valor este alimento como parte esencial de la cultura gastronómica y fomentando su consumo saludable.

A partir de octubre, el canal rinde homenaje a la cocina casera con 'Cocino con mi abuela', un programa que reúne a las mejores abuelas cocineras de España y a sus nietos para compartir recetas de pescado que transmiten un legado familiar lleno de sabor y nostalgia.

En Canal Decasa, los espectadores podrán descubrir los nuevos episodios de 'Busco piso', que acompañan a los compradores en la búsqueda de su hogar ideal, y 'De ruina a palacio', que transforma edificios abandonados o históricos en viviendas sorprendentes y llenas de estilo.

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,61
AVE: 35992 €
ÁREA: 611 CM² - 78%

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

2 Septiembre, 2025



ATRESMEDIA



Los cuatro coaches de esta edición rodean a la presentadora del formato, Eva González, en la primera jornada del FesTVal

Atresmedia presentó ayer en el FesTVal la duodécima edición de «La Voz», con Sebastián Yatra, Malú, Mika y Pablo López como coaches y desvelando sus asesores

Vuelve la **música** con mayúsculas

Gerardo Granda. VITORIA

«La Voz» vuelve para resonar muy alto. Antena 3 presentó este lunes en la primera jornada del Festival de Televisión de Vitoria-Gasteiz (FesTVal) la nueva edición de adultos del talent show de mayor éxito internacional. Presentado por Eva González, esta nueva temporada cuenta con Mika, Malú, Pablo López y Sebastián Yatra como coaches. Cuatro espectaculares artistas del panorama nacional e internacional que lideran las listas de ventas y que serán los responsables de hacer girar sus sillas en el plató de «La Voz». Los cuatro ya conocen el formato y han podido ver cómo se vive desde dentro en años anteriores, lo que demuestra el valor del programa.

Durante la presentación, Carmen Ferreiro, directora de programas de entretenimiento de Atresmedia TV, destacó la importancia de contar con un show como «La Voz», que ya encara con su próximo estreno en el prime time de Antena 3 su 12ª edición: «12 años de un formato que, por quinto año consecutivo, ha sido líder en su franja en todas las emisiones. Además, congrega un promedio de 3.700.000 de espectadores únicos». Entre las principales características de su éxito, según Ferreiro, está que «no se desgasta con el tiempo y gusta a todos los targets, anotando un 16,9% de cuota en la franja de 13-24 años, los espectadores más jóvenes». Añadió la «calidad» y el «fabuloso casting», que es el resultado de haber escuchado a unas 10.000 voces y seleccionar las mejores. Y destacó la «fantástica química» existente entre los coaches, que en esta edición serán Pablo López y Malú, habituales del formato, y se unirán Sebastián Yatra, con experiencia en el formato kids, y por primera vez en España, Mika. Ferreiro también destacó la labor de la presentadora Eva González, con la que bromeó: «Tiene esa magia con las familias; si la vierais en el plató, cualquiera pensaría que es la madre de alguno de ellos, y transmite humanidad y frescura».

Como siempre, «La Voz» innova en cada entrega y en esta ocasión, en la que ha sido producida al 100% por primera vez por ITV, el programa con el plató más grande de Europa, trae nuevas sorpresas. Así los coaches y la propia González desvelaron la llegada del «súper bloqueo», que permitirá, si todos los coaches han girado su silla, a cualquiera de los cuatro dejar fuera de juego a los restantes con una sola pulsación, lo que derivará en situaciones muy graciosas. Aterriza también una demanda de los espectadores: el botón del arrepentimiento. Si al terminar la actuación ningún coach se ha girado, esta nueva función permite al que quiera ofrecer una segunda oportunidad a un talento al que cree que puede ayudarle a mejorar, o simplemente que no tuvo tiempo de pulsar en ese momento tan breve de escucha. Y para terminar, una novedad que gustará a todos los espectadores y que han bautizado como «Llego y canto». Tres de los concursantes que fueron rechazados (de mentirijilla) durante el casting, y con ayuda de sus familiares, subirán sin saberlo al escenario de «La Voz» para decidir su futuro: sin tiempo para ensayar, sin banda y en acústico. Una actuación totalmente improvisada que deberán aceptar o rechazar en el momento.

«Un formato que no se desgasta con el tiempo y gusta a todos los targets», dijo Carmen Ferreiro

En las imágenes ofrecidas antes de su esperado estreno, pudimos ver instantáneas de canciones a cuatro voces, duetos sorprendentes y mucha emoción. Antes de comenzar las grabaciones de la segunda fase, el equipo quiso compartir con la prensa la primicia de sus impresiones del programa y el nombre de aquellos profesionales que les ayudarán en sus decisiones en calidad de asesores en esta edición. Malú habló maravillas de Joaquina Blavia, joven venezolana de 21 años y que considera como una «artista completa», y destacó su manera «de ver y sentir la música». La española puso énfasis en «esta nueva generación de artistas que son versátiles y que saben adaptarse», y confesó estar encantada de «trabajar con alguien de una generación tan nueva, tan inminente y muy interesante de cara a los talents». Pablo López anunció que prepara un «arma de destrucción» con su asesora, la cantante española Chiara Oliver: «Gracias a la vida por llevarme en este barco fortísimo y bien armado que es 'La Voz,' en Antena 3, mi casa», dijo el malagueño. Por su parte, el libanés Mika, tras hablar de la «temperatura humana» de la que gozamos en España, desveló que estará asesorado por la mexicana Carla Morrison, capaz de un «sold out» «solo con su guitarra». Terminó Yatra, que se incorpora desde la versión kids, «que me cambió la vida», y donde estará asesorado por la argentina María Becerra.

EFE:



El cantante Pablo López a su llegada al Festival de Televisión de Vitoria. EFE/ L. Rico

Arranca el Festival de Televisión con la presentación de 'La Voz'

1 septiembre 2025

Vitoria (EFE).- El Festival de Televisión de Vitoria, FesTVal , arranca este lunes con la presentación de 'La Voz', el exitoso concurso de talentos de Antena 3.

'La Voz' contará en la próxima edición con importantes novedades en su mecánica. Introducirá un botón de arrepentimiento y otro de megabloqueo. Además participarán concursantes por sorpresa, es decir que no fueron seleccionados en el 'casting', pero acudirán al programa sin saber que pueden competir.

Estas son algunas de las innovaciones de la próxima edición que se han dado a conocer en la primera jornada del festival. Por su alfombra naranja han desfilado su presentadora, Eva González, y sus cuatro 'coaches': Pablo López, Malú, Sebastián Yatra y el último fichaje, Mika, el cantante y compositor británico, de origen libanés y criado en Francia.



Los cantantes Malú (c) y Mika (d) presentan la duodécima edición de 'La Voz' en el Festival de Televisión de Vitoria. EFE/ L. Rico

El botón del arrepentimiento

El botón de arrepentimiento, esa opción que muchos espectadores echaban de menos en el programa, como ha comentado Eva González, será una opción que podrán pulsar los 'coaches' si al terminar una actuación ninguno de ellos se ha girado.

Esta nueva función les permitirá dar una segunda oportunidad al concursante, que podrá incorporarse directamente al equipo del 'coach' que ha cambiado su decisión. Eso sí, el 'coach' deberá estar seguro, porque cada uno de los cuatro solo lo podrá usar una vez.

Concursantes por sorpresa

En cuanto a los concursantes por sorpresa, este año tres de los aspirantes a participar en el concurso que no fueron seleccionados durante el 'casting' podrán subir al escenario sin previo aviso, sin tiempo para ensayar, sin banda y en acústico.

Será, como se ha explicado en la presentación, una actuación improvisada que deberán aceptar o rechazar en el momento. Aademás, los 'coaches' desconocerán este extremo. Se tratará como una audición a ciegas habitual, con lo que si pulsan el botón formarán parte del equipo del 'coach' correspondiente.

Otra nueva función es el botón del megabloqueo, que entra en juego si todos los `coaches' han girado su silla.

Uno de ellos lo podrá pulsar, y, ya solo con eso, el concursante entrará directamente a formar parte de equipo de quien lo ha activado al bloquear a los otros tres `coaches' a la vez. También los `coaches' tendrán una única oportunidad.

Estas son algunas de las nuevas propuestas de este programa, que, según Carmen Ferreiro, directora de Entretenimiento de Atresmedia, sigue siendo líder después de doce años. Su anterior edición fue líder y lo más visto de la noche de los viernes con un 13,5 % de cuota de pantalla y 1,1 millones de espectadores de media. La cuota sube al 16,9 % de espectadores en la franja de 13 y 24 años.

«Es un ferrari», como ha dicho Eva González, con mucha «química» entre los `coaches', que han sido recibidos entre aplausos por los vitorianos que se han congregado a las puertas del Palacio de Congresos.



La presentadora de 'La Voz', Eva González, en el Festival de Televisión de Vitoria. EFE/ L. Rico

'Supervivientes'

Otro de los programas que se presentan en esta jornada inaugural es la segunda temporada de `Supervivientes All Stars' (Mediaset España), con Sandra Barneda y participantes de otras ediciones.

El grupo de Fuencarral ha arrancado este lunes el FesTVal con las novedades de otoño de Mediaset Infinity, la nueva plataforma digital de Mediaset España. Entre ellas un `reality' vinculado al `casting' de `Gran Hermano' (GH) y que será conducido por la colaboradora y exconcursante Nagore Robles.

También, se ha presentado `Asturies, el pasado que somos', de la Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA) y dirigida por Álex Galán. EFE

SERIES FESTIVAL

El director del South Festival defiende la capacidad exportadora de España en series

Fermín Cabanillas Sevilla, 1 sep 2025 (EFE).- Carlos Montiel, el director del South International Series Festival, la cita con las series de ficción y documentales que se inicia el próximo día 12 en Cádiz, ha defendido este lunes la calidad de las series que se hacen en España, país que, con el auge de las plataformas, se ha convertido "en un gran exportador" de estos productos".

En una entrevista con EFE a solo unas horas de que este martes se active la venta de entradas para la tercera edición del festival, Montiel ha asegurado que afronta esta perspectiva "con mucha ilusión y muchas ganas de que la gente empiece a interesarse", para destacar el nivel "de las series y los documentales que hemos traído a la ciudad".

Ha recordado que hace tres años, cuando "estaba empezando nuevos proyectos", le propusieron ser partícipe "de este proyecto del South, un festival de series de Docuseries con una sección de industria muy relevante", para encargarse directamente de la sección de Industria, lo que consiguieron hace en cinco mees.

"Salió todo creo que razonablemente bien para el poco tiempo que tuvimos", afirma.

Una potencia de cantidad y calidad

El director del South ha analizado cómo es el trabajo en España en estos momentos en producción de series, y sostiene que "hay mucha cantidad, y, obviamente, normalmente de la cantidad suele salir la calidad, y este es el caso".

En España, ha recordado, se produce mucho porque "es un país que que, desde que se crean las plataformas, es uno de los mayores exportadores de series propias más allá de nuestras fronteras", todo ello a partir "de un fenómeno muy particular que fue 'La Casa de Papel', que abrió la producción española a todos los países del mundo".

Así, subraya que el nivel de España es muy bueno. "Antes se hacían series buenas, pero quizás con menores presupuestos de producción, porque era solamente pensando en una explotación local, una explotación española", pero ahora, "como se sabe que tienen mayor potencial internacional, los niveles de producción son mayores, se trabajan mejor y salen proyectos de mayor calidad".

'El centro', para la apertura

Carles Montiel ha explicado que la serie de Movistar+ 'El Centro' es la elegida para inaugurar la edición de este año, "una serie sobre sobre el CNI, en la que, como os podéis imaginar, hay asesinatos, hay traiciones, hay un poco de todo y es maravilloso", y subraya otras apuestas, como la comedia 'Nails', la historia de un grupo de mujeres "que montan un negocio de uñas".

Y todo en el marco de un festival que recoge la tendencia que se activó sobre todo por la pandemia, ya que "en el ámbito del consumo de producciones audiovisuales, las series probablemente en estos momentos están en la prioridad número uno por parte de la mayoría de la gente", por encima del cine, "por lo que significa, por el esfuerzo que significa".

Sin embargo, la creación de las plataformas fue lo que supuso que las series, "de repente, tuvieran una dimensión dentro del consumo cultural de la sociedad cada vez mayor", y eso se aprecia también en el público que acude al festival, que es diverso, como su propia oferta.

Con estos mimbres, el South International Series Festival arranca con la ayuda del Ayuntamiento de Cádiz y la Diputación, patrocinadores privados y acuerdos también con la Universidad de Cádiz, la fundación del Sindicato de Escritores de Estados Unidos o Mediterráneo Mediaset España, todos unidos para un festival que tiene en las series su principal baluarte. EFE

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 35
AVE: 41496 €
ÁREA: 312 CM² - 54%

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

2 Septiembre, 2025





El entrenador del Rayo, Íñigo Pérez, se encara con el cuarto árbitro en Vallecas, el pasado domingo. CHEMA MOYA / EFE

El fallo de la vergüenza

LALIGA. La Federación exige a Mediapro una explicación pormenorizada del apagón del VAR en Vallecas / Fuentes del Rayo hablan de un problema en una unidad móvil

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁN MADRID

No se va a quedar en una anécdota ni mucho menos ya que hay mucho descontento. La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) quiere tener lo antes posible «un informe completísimo» sobre lo ocurrido respecto al VAR en el Rayo-Barcelona del pasado domingo en Vallecas. Además, reclaman también a la empresa encargada del videoarbitraje en LaLiga española, Mediapro, que se encargue de comunicar las causas que originaron que el partido no dispusiera de esta ayuda arbitral durante la primera parte.

Mediapro ha asumido como propio el error por el que la comunicación entre el colegiado de campo, Mateu Busquets Ferrer, y el de la sala VOR, Javier Iglesias Villanueva, sufriera largas interrupciones en los primeros 45 minutos. En una nota de prensa hablaban de un «fallo eléctrico», pero este lunes los técnicos apuraban el informe sobre lo ocurrido, por si hubiera otras causas, y no pueden adelantar el plazo de la conclusión del mismo, aunque creen que, como reclama la RFEF, se hará rápido.

Al parecer, el fallo se pudo apreciar ya desde el montaje en las primeras pruebas que se realizaron entre Las Rozas y Vallecas, lo que provocó un retraso de cinco minutos en el inicio del encuentro. Fue, según fuentes del Rayo, por un «fallo eléctrico en una unidad móvil, sin relación con el cableado o sistemas del estadio de Vallecas». Pero, como ha informado el CTA, «la normativa vigente en el Protocolo FIFA contempla que en este tipo de situaciones excepcionales, el encuentro deberá proseguir de manera convencional, sin el sistema VAR activado, informando previamente a ambos equipos de la situación». Así lo hizo Busquets Ferrer para sorpresa de ambos equipos ya sobre el césped.

La indignación entre las plantillas de ambos clubes fue grande. Las cámaras captaron al entrenador del Rayo, Íñigo Pérez, muy enfadado en el momento del polémico penalti de Pep Chavarría a Lamine. «¿Ahora no hay VAR? Es una vergüenza», gritaba el técnico para luego espetar: «Nos vamos a ir del campo». No obstante, en la rueda de prensa posterior, el propio entrenador pidió perdón por su comportamiento. «Me avergüenzo de cómo reaccioné. El árbitro se puede equivocar y hay que respetarlo. Lo que me frustra no es el fallo en sí, sino la sensación de que unas veces hay VAR y otras no», declaró.

Tampoco se mordió la lengua Frenkie De Jong, quien no entendía las idas y venidas de la ayuda del colegiado. «Es una putada si el VAR no funciona. Y además... funciona y cinco minutos después no funciona o funciona solo para el fuera de juego, luego no funciona nada. Eso no es una liga seria, me parece un poco raro», disparó el mediocentro holandés.

Desde LaLiga no quieren comentar nada al respecto ya que consideran el tema VAR, por el que los clubes pagan unos tres millones anuales, algo exclusivamente de la Federación. Así que dejan que el organismo que preside Louzán defienda los intereses del funcionamiento de un sistema que cumple siete años desde que se adoptó en España.

Los cambios del CTA no convencen al Madrid, que habla de Liga de «mercadillo»

Más allá de los problemas técnicos, la Federación debe abordar también los generados por los árbitros en las primeras tres jornadas. El más flagrante fue el producido en el Alavés-Atlético, donde el colegiado de la sala VOR, Pablo González Fuertes, no avisó al de campo, Víctor García Verdura, que Giuliano había marcado en claro fuera de juego.

Desde el CTA evitan hacer comentarios y se emplazan a la próxima semana en la que, por primera vez, se expondrán y explicarán las jugadas polémicas a los medios de comunicación. No obstante, no pueden negar el *neverazo* inmediato al asturiano, estaba designado para el Real Madrid-Mallorca y fue relevado por Melero López, que, probablemente, se prolongue alguna fecha más.

En el conjunto blanco la sensación es de hartazgo y decepción, no tanto por los tres goles anulados ante el Mallorca, sino por la falta de criterios en las decisiones y de profesionalización en el uso de las nuevas tecnologías. Los cambios en la cúpula arbitral siguen sin convencer en Valdebebas, donde se pide una reestructuración total de la organización arbitral para evolucionar lo que hoy en día creen que es, según fuentes consultadas por este periódico, «una Liga de mercadillo».

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 33
AVE: 74740 €
ÁREA: 582 CM² - 74%

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

2 Septiembre, 2025





Isak remata en un partido de la Premier con el Newcastle ante el Chelsea, en mayo. ALEX DODD (GETTY)

La Liga se empequeñece ante el poderío económico de la Premier

Solo Madrid y Atlético resisten en una competición que gasta en fichajes 696 millones frente a los 3.250 desembolsados por la liga inglesa, con Isak como ejemplo más claro

RAFAEL PINEDA
Sevilla

Hubo un tiempo, verano de 1996, en que España dio vuelo al término de la *Liga de las Estrellas*. A golpe de talonario y fanfarronería. Unos años más tarde, entre 2009 y 2018, el fastuoso enfrentamiento entre Cristiano Ronaldo y Messi mantuvo el foco en el campeonato español y monetizó hasta el nombre de El Clásico, hoy marca registrada. A lo largo de este siglo XXI, del mismo modo, el Valencia jugó dos finales de la Liga de Campeones, el Sevilla se entretenía en ganar siete Copas de la UEFA e incluso un buen Athletic jugaba finales de la Liga Europa, como en 2012. Hoy, si bien es cierto que el Real Madrid, el Barcelona y, en menor medida, el Atlético sostienen el poderío del fútbol español en Europa, también lo es que la competición ha dado un paso atrás en cuanto a su capacidad para atraer nuevas figuras y futbolistas. Este verano de 2025 solo el Madrid, un ecosistema propio, peleado además con la LaLiga en lugar de ser el carro que tire del resto, y el Atlético de Madrid han realizado una importante inversión en el mercado de fichajes que acababa anoche: 185 millones ha gastado el Madrid y hasta 175 el Atlético. Precisamente, el conjunto rojiblanco reaccionó este lunes a su mal inicio liguero. Logró la cesión del extremo Nico González, de la Juventus. Un delantero que llega a préstamo con una opción de compra de 30 millones.

El resto de equipos de la competición española, sujetos como están todos los clubes a unas estrictas reglas de control financiero (consideradas necesarias para evitar desfases pasados) miden mucho su gasto y controlan los desmanes. Contra el sistema se rebelan algunos *rebeldes* como el Villarreal y el Betis, dos entidades que, en medio, de la austeridad, han realizado inversiones interesantes. El equipo amarillo, ahora en Champions, ha gastado 101 millones, por los 65 del Betis, incluidos los 25 (22, más tres en variables) que ha abonado el club andaluz por Antony, internacional brasileño procedente del United por el que ha estado peleando todo el verano. Se saldó con un final feliz en el último día del mercado, donde también ha llegado el medio marroquí Amrabat.

En cuanto al Villarreal, los analistas señalan al conjunto amarillo como uno de los que mejor se ha movido en este mercado. Tras vender a Yeremy Pino al Crystal Palace, los dirigentes han complacido a su entrenador, Marcelino García Toral, con la adquisición de Georges Mikautadze, delantero del Lyon. Los 30 millones que pagará el conjunto *groguet* supondrán el fichaje más caro de toda su historia, superando los 25,5 pagados por Paco Alcácer. Con anterioridad se hizo con Renato Veiga, central del Chelsea, por 25.

La desproporción entre lo invertido en la Premier con respecto al resto de las cuatro grandes Ligas europeas es evidente. La Liga inglesa ha gastado 3.250 millones euros por los 696 de la Liga, que no solo pierde en comparación con Inglaterra, sino que, además, se ha visto superada por Italia y Alemania en cuanto a inversión. En la Serie A se han desembolsado 1.125 millones, por los 775 gastados en la Bundesliga.

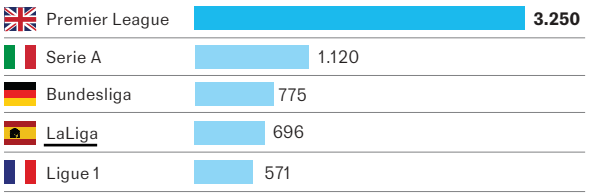
La llegada de Alexander Isak al Liverpool en este lunes frenético ahondó en las diferencias. Los 150 millones abonados por el campeón de la Premier suponen el fichaje más caro de la historia de la competición. Fundada en 1992, la Premier no ha hecho más que crecer. La operación de Isak se confirma un día después de que el VAR no funcionara en el Rayo-Barcelona, jugado, además, en un estadio de Vallecas en malas condiciones. Como muestra de su fuerza, Uche, del Getafe, se marchó al Crystal Palace.

Desde la patronal se incide en defender la rigurosidad del modelo español. Hay avances indudables, como la contención de la deuda de los clubes españoles después de años de gastos desmedidos. "La operación de Antony es arriesgada para nosotros en lo económico porque el control de LaLiga es fuerte, pero debíamos hacerla", aseguran a este medio fuentes verdiblancas tras su último fichaje. La Liga fiscaliza cada operación con lupa. Al mismo tiempo, desde la patronal se avisa de los peligros del modelo inglés: endeudamiento continuo y los dueños de los equipos gastando sin control. En Inglaterra existe una cultura de ver el fútbol de pago más arraigada que en España. La fuerza del inglés como primera lengua mundial impulsa la difusión de la Premier, por ejemplo, en el mercado asiático.

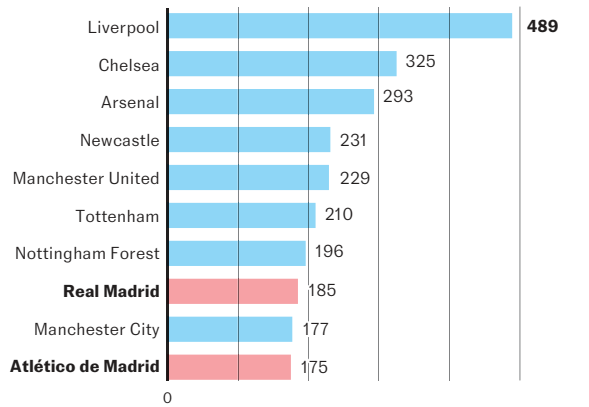
Antony, Mikautadze y Nico González alegraron el último día en LaLiga

La Premier atiza a una liga en la que falló el VAR en Vallecas en el Rayo-Barcelona

Valores en millones de euros



Los 10 clubes que más han gastado en fichajes



Fuente: Elaboración propia y Transfermarkt. EL PAÍS

Los ingleses acumulan 8.000 millones de gasto neto desde 2020. «Son la Superliga», admiten los clubes. El estricto Fair Play Financiero ahoga a los españoles a pesar de Mbappé y Lamine

1.400 MILLONES DE DIFERENCIA: LA IMPOTENCIA DE LA LIGA ANTE LA PREMIER



ABRAHAM P. ROMERO MADRID

La historia les sonará porque el goteo es constante año tras año. Millón a millón, fichaje a fichaje. España vende e Inglaterra compra mientras la Liga trata de sobrevivir y la Premier se expande. En el césped se compite, pero en los despachos los números abrasan: los británicos acumulan un gasto neto de 7.967 millones de euros en los últimos cinco años (1.519 sólo este verano) y el fútbol español está en positivo con un beneficio de 124 millones gracias a las estrictas directrices del Fair Play Financiero (45 de gasto neto en este mercado). Números verdes en un paraje tan galáctico como desolador, donde los clubes de la zona media y baja se desprenden cada año de sus mejores jugadores y en el que Madrid y Barcelona, con Kylian Mbappé y Lamine Yamal en el foco planetario, mantienen el pulso futbolístico con «la Superliga inglesa», así la llaman ya en las direcciones deportivas de la Liga.

«Tenemos a Mbappé, a Lamine... Nuestra selección ha ganado la Eurocopa con la gran mayoría de jugadores de nuestra Liga y lo mismo con el oro de los Juegos Olímpicos. No todo se hace con fichajes», clama Javier Tebas, presidente de LaLiga, en los últimos meses. Y es que esa es la realidad deportiva y el milagro español. Mientras se ahoga, triunfa.

Entre 2009 y 2018, época dorada, los equipos de nuestro país ganaron 13 de los 20 títulos posibles entre Champions (7) y Europa League, por los tres de los ingleses, y con el Balón de Oro siempre repartido entre Cristiano y Messi. La salida del portugués hacia la Juventus y del argentino hacia el PSG fueron un punto de inflexión, ejemplo del momento de debilidad ante el empuje de la Premier. Pero España todavía soporta el dato competitivo: desde 2019, los clubes de la Liga han levantado cinco de los 18 títulos posibles entre Champions (dos del Madrid), Europa League y la nueva Conference, por siete de la Premier (tres *orejonas*), que levantó gracias a Rodri, su primer Balón de Oro desde el de Cristiano con el United en 2008.

Pero hoy en día el fútbol es mucho más que el balón y la industria también explica con datos que la Premier ha pasado por encima no ya de la Liga, sino del resto del balompié continental. Y este verano no ha sido una excepción. El Liverpool ha protagonizado los tres traspasos más caros: Alexander Isak (150), Florian Wirtz (125) y Hugo Ekitiké (95), y los equipos británicos han sido autores de 16 de las 20 mayores transferencias, 20 de las mejores 25 y 38 de las 50 más grandes.

EL LIVERPOOL HA CONCRETADO LOS TRES TRASPASOS MÁS CAROS DEL VERANO

EL BALANCE NETO DE LA LIGA ESTE MERCADO ES DE 45 MILLONES FRENTE AL DESPILFARRO DE LA PREMIER

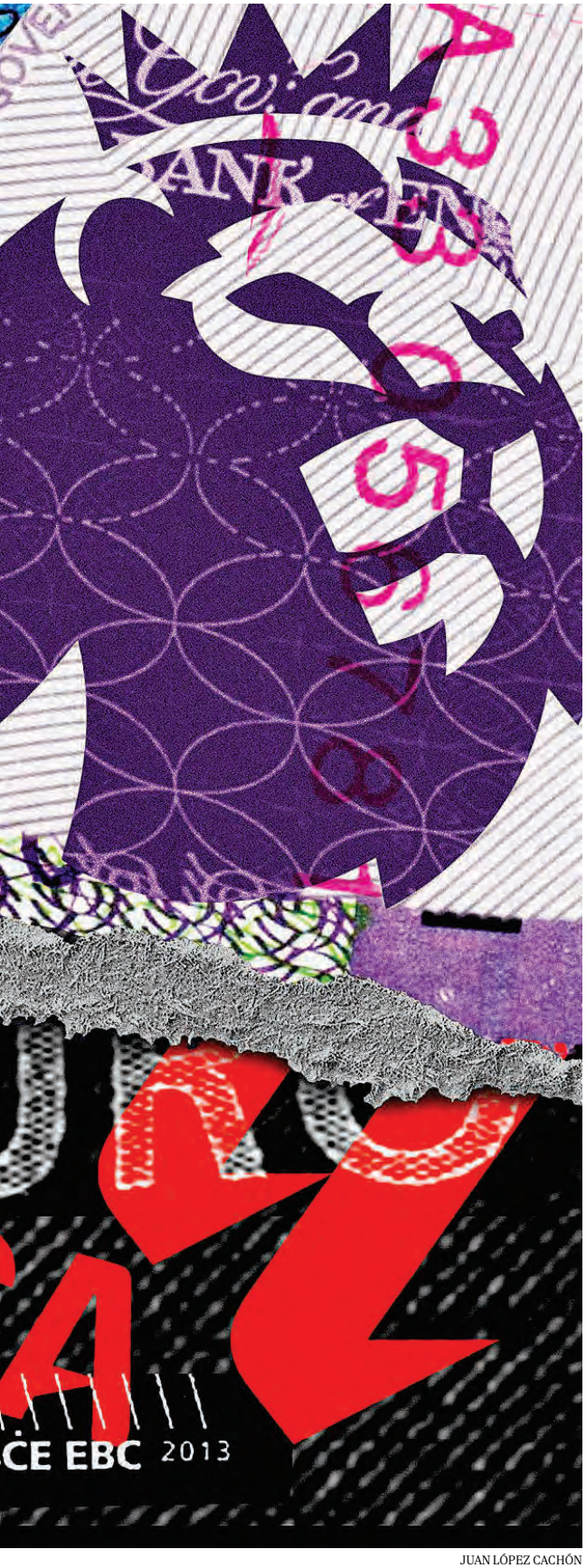
Su gasto neto (ventas menos fichajes) en verano dobla el del resto de ligas del mundo. Un saldo negativo de 1.519 millones que es superior al de la saudí (-341), la turca (-152), la italiana (-88) o la qatarí (-64), que también están en pérdidas. Se preguntarán qué pasa con la española, la alemana o la francesa y qué razones hay para estas diferencias. Dos están en positivo, con más dinero ingresado que gastado, y la Liga en negativo (-45), cuyos clubes se han dejado en fichajes 683 millones, por los 3.560 de la Premier, cinco veces menos, y han ingresado 637, por los 2.000 de los ingleses.

La normativa del Fair Play Financiero, más estricta en España que en Inglaterra, tiene mucho que ver. El sistema de la Premier permite a cada club dar pérdidas de 120 millones de euros durante tres años y cuenta como ingresos, además de las ventas de jugadores, con lo recibido por derechos de televisión, *ticketing* y patrocinios. Y ahí los equipos se están haciendo de oro. El acuerdo televisivo inglés es de 7.700 millones para el trienio 2025-2028, mientras que el español se quedó en 4.950 entre 2022 y 2027. 11 equipos ingleses cobran más por televisión que Madrid y Barça. Eso, y la llegada de dueños extranjeros, les pone en órbita. «Están dopados económicamente», dice Tebas.

El Fair Play de la Liga, que quiere evitar las deudas millonarias de inicios de siglo, pone sobre la mesa un mensaje: no se gasta más de lo que se ingresa. Y para eso calcula de forma preventiva los límites de gasto de cada equipo según sus ingresos y gastos previstos. Si ese límite se supera, no se pueden inscribir jugadores. De ahí las diferencias entre la galaxia inglesa y la impotencia española.

PRIMER PLANO

EL CIERRE DEL MERCADO DE FICHAJES



JUAN LÓPEZ CACHÓN

LOS NÚMEROS

LOS DETALLES DE LAS OPERACIONES

Ayer finalizó el periodo de traspasos con poderío del Liverpool y de la Premier, con una liga española ahogada y con un Madrid renovado.

45

MILLONES. Es el balance neto, en negativo, de la Liga entre ingresos y gastos en este mercado, condicionado por el estricto Fair Play Financiero.

150

MILLONES. Es lo que ha pagado el Liverpool por Alexander Isak, delantero del Newcastle. Ha sido el fichaje más caro del verano.

5

TÍTULOS. Son los que han ganado los clubes españoles entre Champions y Europa League desde 2019. Los ingleses, siete.

62

MILLONES. Dean Huijsen ha sido el fichaje más caro del verano en el fútbol español. Clave junto a Carreras y Arnold en la reconstrucción defensiva del Madrid.

38

FICHAJES. La Premier inglesa suma 38 de los 50 traspasos más caros del mercado mundial durante esta ventana de fichajes. El Liverpool, los tres primeros.

120

MILLONES. La norma económica de la Premier permite a un club acumular pérdidas de 120 millones durante tres años. LaLiga es mucho más estricta en su normativa.

El club de Anfield paga 150 millones por el delantero sueco en la tercera operación más cuantiosa de la historia, sólo por detrás de Neymar y Mbappé

EL LIVERPOOL ROMPE LA BARAJA CON ISAK

MIGUEL A. HERGUEDAS

«Ha sido un largo, largo camino hasta llegar aquí». Con estas palabras, Alexander Isak confirmó a última hora de ayer el fichaje más caro del verano. El sueco lucirá el dorsal *9* del Liverpool, que ha pagado al Newcastle 150 millones de euros, la tercera mayor cantidad de la historia, sólo por detrás de Neymar y Kylian Mbappé. Una resolución agónica a la gran saga veraniega, que incluyó un plante del delantero, harto de la postura inflexible de su anterior equipo, propiedad del fondo soberano saudí. Por su parte, el Manchester City, autor de un titubeante arranque en la Premier, incorporará a Gianluigi Donnarumma como sustituto bajo palos de Éderson, rumbo al Fenerbahçe. Hacia ese mismo destino en Estambul vuela Marco Asensio, fuera de los planes de Luis Enrique y por quien el PSG percibirá 7,5 millones.

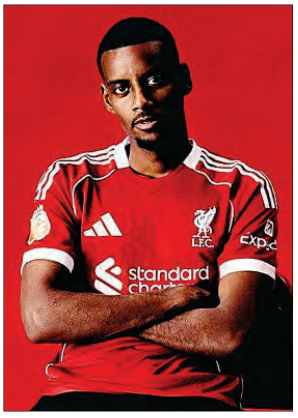
Sevilla apuró las últimas horas de ayer entre la euforia y la resignación. En el Betis se celebró casi como un título el acuerdo con el Manchester United por Antony, ídolo absoluto de la afición tras su formidable curso pasado. El traspaso se ha cerrado por 25 millones y el extremo brasileño firma hasta 2030. A última hora del lunes, la entidad verdiblanca confirmó la llegada del marroquí Sofyan Amrabat, ex del Manchester United.

En el Pizjuán, sin embargo, tuvieron que conformarse con Alexis Sánchez, Batista Mendy y Fabio Cardoso. El chileno, de 36 años, llega procedente del Udinese, club donde dio sus primeros pasos en Europa antes de fichar por el Barça en 2011. Sin embargo, la pasada campaña sólo disputó 14 partidos en Friuli, en los que no anotó un solo gol. Para poder inscribir a sus tres caras nuevas, el equipo de Nervión renuncia a Dodi Lukébakio, su jugador más desequilibrante la pasada campaña y traspasado ayer al Benfica por 25 millones.

Tantas dudas como en el Pizjuán se viven ahora mismo en el Atlético, donde ayer se recibió con cierta frialdad a su octavo refuerzo, Nico González, cedido por la Juventus. El argentino, con 43 internacionalidades con la campeona del mundo, es un atacante versátil, aunque no parece responder a las actuales necesidades del decimoséptimo clasificado de LaLiga.

Quien no se conforma con su formidable arranque es el Villarreal, que ayer concretó el fichaje más caro de su historia (31 millones de euros). El georgiano Georges Mikautadze, procedente del Olympique de Lyon, firma hasta 2031 y se incorpora el ataque amarillo, al igual que el israelí Manor Solomon, procedente del Tottenham. Dos buenas noticias para Marcelino, necesitado de refuerzos tras la reciente marcha de Yeremy Pino al Crystal Palace.

Al poderío económico de ese mismo club londinense hubo de resignarse el Getafe, que vendió ayer a Christantus Uche a cambio de 20 millones. Por último, la Real Sociedad se hizo con de Carlos Soler, defenestrado en París, y Yangel Herrera. Por el ex lateral del Valencia pagará seis millones al PSG, mientras que por el venezolano abonará 11 millones al Girona.



Isak, con su nueva camiseta. LFC

EL ESPAÑOL



Dean Huijsen fue el fichaje más caro de LaLiga con un precio de 62,5M€ Real Madrid

FÚTBOL

LaLiga, aislada en el mercado de fichajes, ya es la quinta 'grande': la grave crisis que no deja gastar y obliga a malvender

Tan solo Madrid y Atleti gastaron más de 100M€ y los fichajes por encima de 30 'kilos' se cuentan con una mano. Además, las ventas fueron baratas.

Jorge Pacheco 2 septiembre 2025

El mercado de fichajes terminó a las 23.59 horas de este lunes 1 de septiembre. LaLiga fue la última de las cinco grandes competiciones en echar el cierre un verano más a la ventana de traspasos, y lo hizo con una desazón que ya es casi tradición. [Así vivimos el último día de mercado]

LaLiga despidió el mercado nuevamente muy alejada de la Premier League. A estas alturas a nadie ya sorprende una diferencia que, en lo gastado, es de cinco veces menos en comparación con los ingleses. El problema es cuando la caída va hasta más abajo.

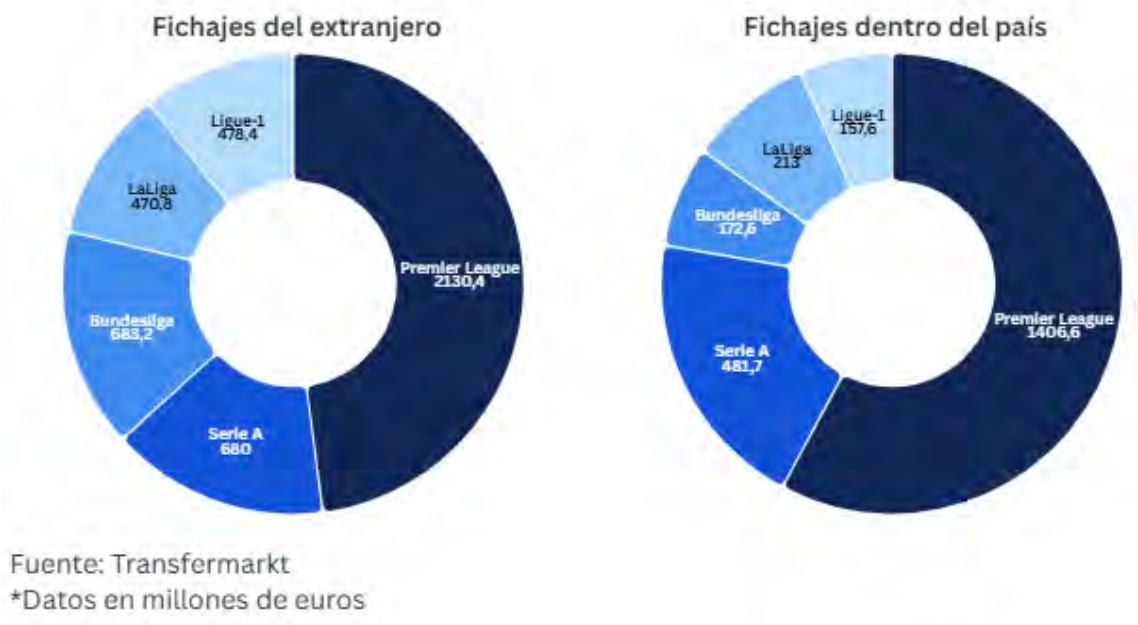
Por detrás también de la Serie A y de la Bundesliga, a LaLiga no le ha quedado más que disputarse con la Ligue-1 no ser la quinta de las 'grandes'. Un puesto que no corresponde en lo deportivo —España es el tercer país según el coeficiente por clubes de UEFA—, pero que retrata la realidad económica del campeonato.

Los movimientos de Antony (al Betis, por 22M€) o Mikautadze (al Villarreal, por 31M€) saben a poco en un último día de mercado sin el brillo de antaño. También el resumen general del verano, con el Real Madrid como agitador gastándose 167,5M€ entre Huijsen, Carreras, Mastantuono y Alexander-Arnold.

Lo fue igual el Atlético con un desembolso aún mayor (176M€), aunque repartidos en diez fichajes. A destacar Álex Baena (42M€) y un Nico González, cedido de la Juventus por un millón con opción de compra por 32M€, que fue la incorporación rojiblanca del último día de mercado.

El Barça no tuvo más remedio que tener otro verano austero en el que no fichó ni a Nico Williams ni a Luis Díaz. Firmó por 25M€ a Joan García y trajo cedido a Rashford, con el asterisco del sueco Bardghji (2,5M€), que tendrá ficha del filial.

Entre el resto de equipos, solo los citados Antony y Mikautadze, junto a Renato Veiga, también del Villarreal, superaron los 20 'kilos'. Así, lo gastado en fichajes por LaLiga son 683M€, que la dejan a la cola de las 'grandes' competiciones y se reparten así.



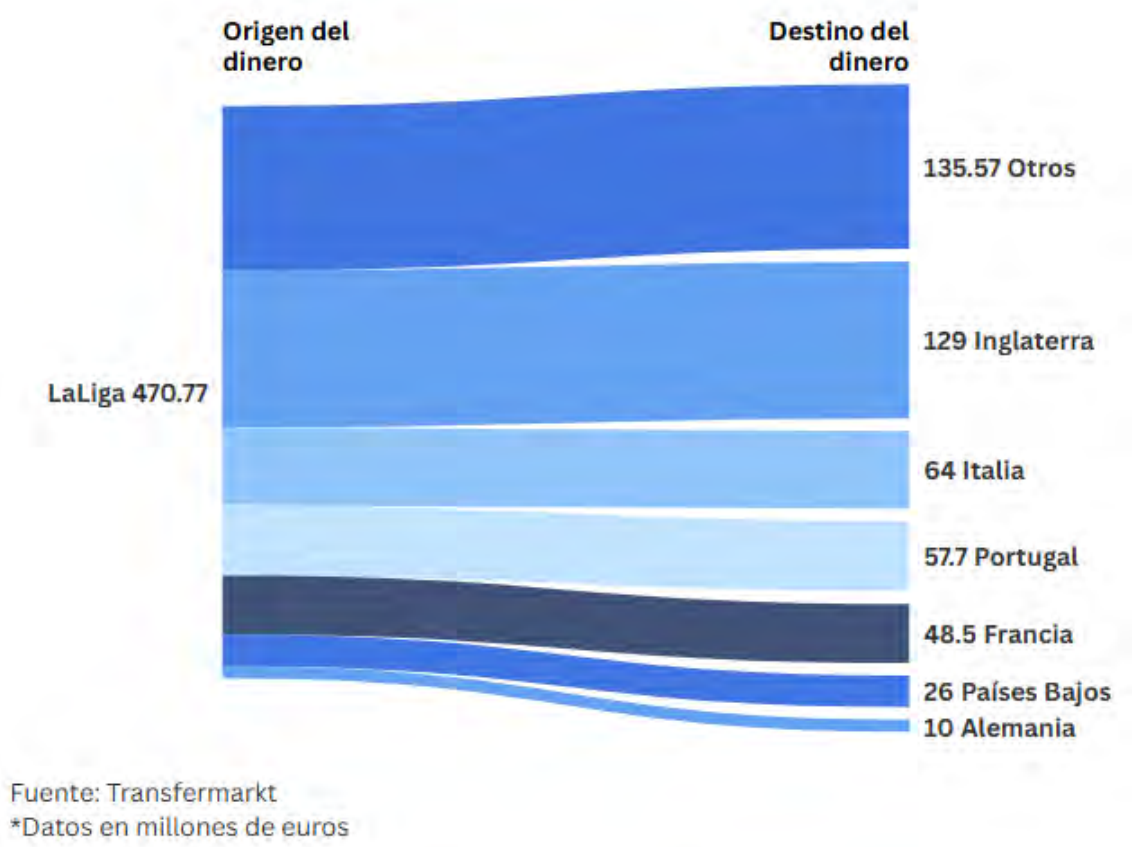
Fuente: Transfermarkt
*Datos en millones de euros

A años luz de la Premier League, que en total cerró el verano con un gasto de 3.500 millones —aprox.—, LaLiga se queda encerrada en parámetros a la liga francesa. La Bundesliga, aunque por debajo en el gasto dentro de sus fronteras, saca una gran ventaja en su inversión en el extranjero. Mientras, la Serie A se asienta en el segundo puesto del mercado.

Entre los 25 fichajes más caros del verano, liderados por el de Alexander Isak al Liverpool cerrado este lunes (144M€), hasta 18 son de clubes ingleses. El resto se reparten entre el Real Madrid (Huijsen y Carreras), Arabia Saudí (Retegui y Darwin), el PSG (Zabarnyi), el Bayern (Luis Díaz) y el Galatasaray (Osimhen).

De hecho, LaLiga 'perdería' casi 170M€ de inversión afuera si se restara lo gastado por el Madrid. Un dato alarmante que pone sobre la mesa los problemas cada vez mayores de los clubes españoles para fichar talento de fuera.

El reparto de ese dinero que sale desde España también deja algunas conclusiones.



Fuente: Transfermarkt
*Datos en millones de euros

El dinero que sale de LaLiga va parar, sobre todo, a la Premier League y a otras competiciones que no son ni las otras tres 'grandes' ni tampoco Portugal o Países Bajos. Los más caros fueron Huijsen, Carreras y Mastantuono, todos ellos del Madrid.

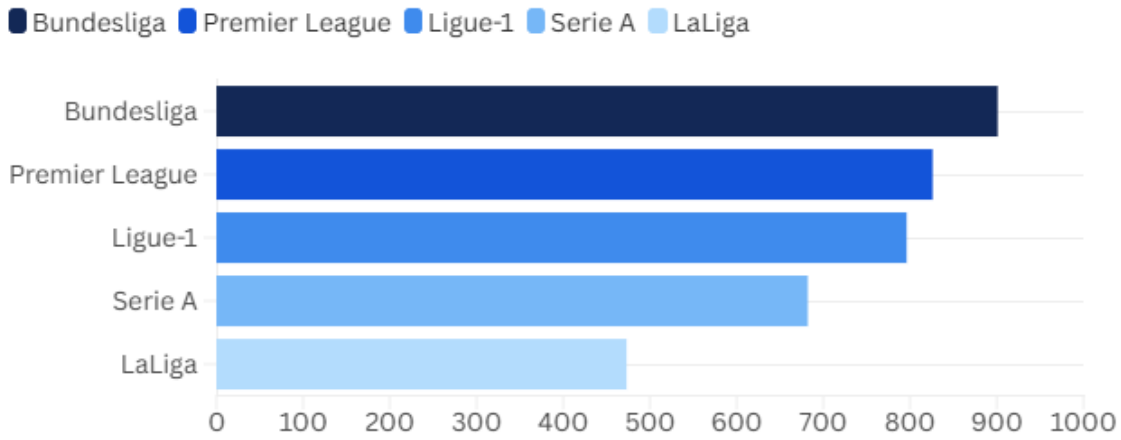
Mikautadze, Veiga y Hancko (del Atleti, procedente del Feyenoord neerlandés) serían los siguientes en la lista, sin contar traspasos realizados entre clubes españoles, si bien solo el de Baena se colaría justo por debajo del podio. El bruto se reduce a Real Madrid, Atleti y Villarreal, un asunto de gravedad.

A LaLiga le cuesta fichar del extranjero, a la vista, pero el problema es aún mayor si, además, cuesta vender. Y esa es la otra realidad a la que se han enfrentado un buen puñado de clubes de Primera, obligados a malvender para tratar de cumplir con sus cuentas.

Ejemplos hay varios: desde el Sevilla sacando no más de 45M€ por dos de sus mejores jugadores (Badé, al Leverkusen por 25M€; y Lukebakio, al Benfica por 20M€) hasta el Getafe despidiéndose de Uche, rumbo al Crystal Palace por cesión con compra obligatoria, o Alderete, al Sunderland por 11M€.

La venta más cara de LaLiga este verano fue la de Zubimendi, al Arsenal por 70M€. Un oasis en una ventana con salidas que han estado por debajo de su valor de mercado, sin ser tan drásticas como las antes citadas.

Yeremy Pino (30M€, Crystal Palace), Thierno Barry (30M€, Everton), Miguel Gutiérrez (18M€, Nápoles), Christian Mosquera (15M€, Arsenal) o Yarek Gasiorowski (9,8€, PSV) son jugadores que dejan con su adiós la sensación que, de haber salido de otra competición, habrían sido más caros.



Fuente: Transfermarkt
*Datos en millones de euros

Todo esto resulta en que LaLiga es, de lejos, la competición de las cinco 'grandes' que menos ingresos ha tenido con ventas al extranjero. La Serie A y la Ligue-1 se colocan 200-300M€ por encima, la Premier casi lo duplica y lo más doloroso es ver a la Bundesliga en lo más alto por encima de los 900 'kilos'.

Así, volviendo hacia dónde ha destinado más el dinero LaLiga fuera de sus murallas este verano, la Bundesliga apenas tenía 10M€ al tiempo que ha sido la mayor exportadora de talento de todo el mercado. Un pastel enorme del que apenas ha podido comer el fútbol español.

Se cierra un mercado de fichajes que confirma el desértico páramo en el que se encuentra LaLiga respecto a sus principales competidoras. Solo gastó más que la Ligue-1, en situación de quiebra se podría decir, aunque está logró sacar un balance positivo +300M€.

LaLiga, en cambio, gastó más que lo que ganó a pesar de su reducido impacto. Adiós a un verano que da que pensar.

PAÍS: España
PÁGINAS: 2-3
AVE: 27300 €
ÁREA: 564 CM² - 70%
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: ESPORTS
2 Septiembre, 2025



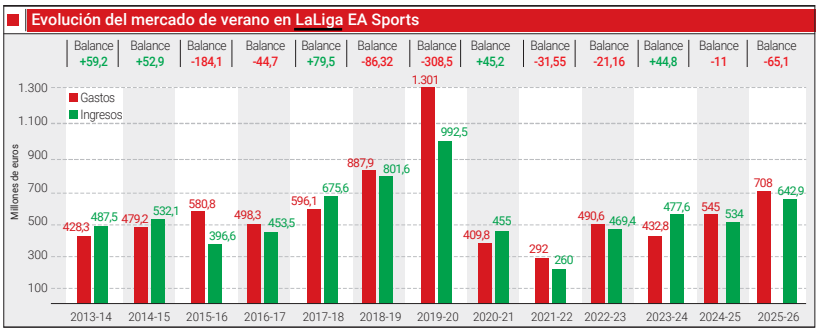
Los clubes aumentan su gasto hasta los 708M€

Último día frenético de mercado en LaLiga con 56 operaciones: 22 fueron fichajes ● La Premier sigue a años luz con un gasto de 3.582 milones

R. ARÉS; M. MARTÍN
LA NOTICIA

El fútbol español vuelve a vivir otro cierre de mercados frenético. Los clubes de Primera División realizaron el último día 56 operaciones, 22 de ellas fueron fichajes. Superan de esta forma la marca de la temporada pasada (13 incorporaciones). Pero, además, los equipos de LaLiga alcanzaron 708 millones de euros en inversión en futbolistas, aumentando los resgistros del pasado verano (545). El fútbol español gasta más y se mueve más, pero cualquier comparación con la Premier es odiosa. Los ingleses siguen demostrando poderío y de manera notable en compración con los españoles, ya que han gastado 2.874 millones más. La distinta política en el control económico y el músculo televisivo y de patrocinios es clave para entender esta diferencia.

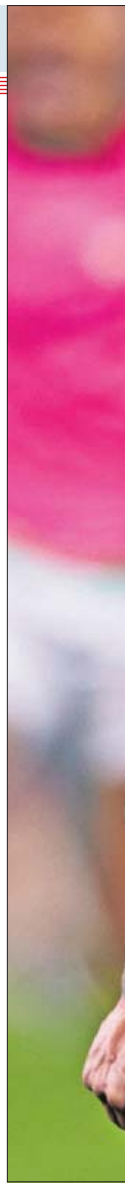
Los clubes de Primera siguen dejando los deberes para el final. Y el día de ayer fue un claro ejemplo con 22 fichajes a contrarreloj. Getafe, Betis, Sevilla y Real fueron los que más se movieron en las últimas horas. Los azulones, con la cesión con opción de compra obligatoria de Uche al Palace, logró desbloquear la inscripción de seis jugadores pendientes y, además, el fichaje de Kamara. La Real, que ha comenzado LaLiga de la peor manera, se reforzó con Yangel Herrera y Soler; mientras que el Sevilla, que vive en un tormento económico, inscribió a un viejo rockero como Alexis Sánchez, Cardoso y Mendy gracias a la salida de Lukebakio. Pero el último fichaje que se hizo en el mercado fue el de Laporte por el Athletic, entró sobre la bocina y a cierre de esta edición se seguía revisando la documentación.



Laporte
Fue el útlimo fichaje, entró sobre la bocina la documentación

LaLiga aumenta su inversión en fichajes pero gracias principalmente a Real Madrid y Atlético. Los blancos han sido los que más han gastado este mercado (179M€) y con la llegada de Mastantuono han firmado al jugador más caro de este verano en Primera: 63 millones. El Atlético no se quedó atrás e invirtió 178, siendo Nico González el último refuerzo para Simeone tras apenas sumar solo dos puntos de nueve posibles. Aunque es la llegada de Baena (42 del Villarreal) la que más ilusiona. El Baeste mercado ha estado más paralizado en este mercado, se han reforzado con Joan García (25M€), Rashford (cedido) y Bardghji (2,5), con los probelmas económicos de siempre.

El mercado también ha ilusionado por distintos lugares de España. La locura se ha desatado en el beticismo con el regreso de Antony, recibido como un héroe, y la cesión de Amrabat, arrebatado al Sevilla. El Villarreal fichó el último día a Mikautadze por 30M€, su fichaje más caro en toda la historia. Los españoles vuelven a tirar de chequera pero sin la locura de la Premier.



LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 39
AVE: 38745 €
ÁREA: 438 CM² - 63%

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

2 Septiembre, 2025





LFC

Isak, ayer, tras firmar por el Liverpool, en el vestuario de Anfield con su nueva camiseta con el nueve que llevaba Darwin Núñez

Mercado Con un gasto de 490 millones, el Liverpool bate récords y lidera una competición que desembolsa más de 3.500 por apenas 650 de la Liga

Isak o una locura de Premier

ALBERTO MARTÍNEZ
Barcelona

Ya había expirado el mercado inglés –a las 20 horas–, cuando el Liverpool oficializó su último fichaje. El más esperado, el culebrón del verano en el norte de Inglaterra. Obviamente, ya había enviado la inscripción, pero faltaba adjuntar la documentación. Aleksander Isak, delantero en rebeldía del Newcastle, ha roto la banca: 150 millones. Es el fichaje más caro de la historia de la Premier y el tercero del fútbol por detrás de Neymar y Mbappé, factoría PSG. Y el Liverpool pudo gastarse hasta 40 más, pero Marc Guehi, centrocampista del Crystal Palace, finalmente no firmó pese a pasar la revisión médica y tener los contratos redactados. Su club no encontró sustituto... y canceló la operación.

En la Serie A (1.200) y en la Bundesliga (900) también invierten más dinero que en la liga de Javier Tebas

Esos 190 millones que iban a pagar era peccata minuta. Ya habían desembolsado con anterioridad 350 en jugadores como Wirtz (125) o Ekitiké (85). Un récord absoluto en un mercado de verano que deja por debajo los 454 del PSG o los 464 del Chelsea en la campaña 2023-24. Pero esas cantidades engloban los mercados de verano e invierno, cuyo récord cae en manos del propio Chelsea, con un gasto de 630 millones en la 2022-23. Números, todos ellos, que se amoldan más a lo que gasta toda LaLiga española, con los grilletes del *fair play* financiero y la merma de ingresos en comparación con las islas británicas.

El fútbol inglés es de otro planeta. O galaxia. "Esta es la ventana de fichajes más grande de la historia. El récord británico de fichajes ha sido batido dos veces... por el mismo equipo. Se han gastado muchísimo dinero y hay mucha ilusión", explicó para los canales de la Premier Michael Owen, mítico goleador *red* y del Real Madrid.

El fichaje de Isak es paradigmático por la historia que hay detrás. El Liverpool lo tenía en la agenda en el 2021, cuando jugaba en la Real Sociedad y su coste era de 70 millones. Pero Jürgen Klopp no lo veía para su modelo. En unos meses firmó a Darwin Nuñez por 85 millones, ahora traspasado por 53 a Arabia Saudí con un adiós por la puerta de atrás. Para Arne Slot, Isak sí que era una prioridad. Una prioridad de 150 millones cuatro años más tarde.

Es la punta del iceberg de un mercado sobredimensionado. En esta última jornada frenética, el delantero Yoane Wissa firmó por 63 millones por el Newcastle, Randal Kolo Muani llega cedido al Tottenham, Donnarumma se une al City de Guardiola y Piero Hincapie acaba en el Arsenal. El Nottingham Forest le pagó, por ejemplo, al Estrasburgo 35 millones por Dilane Bakwa. Al cierre de esta edición faltaba la oficialidad de algunos de ellos.

El gasto total de la Premier, al cierre de esta edición y a la espera de contabilizar el resto de traspasos de última hora, superaba los 3.500 millones. LaLiga se quedó alrededor de los 650. Solo en Francia (610) se gastó menos, mientras que Italia superó los 1.200 millones y la Bundesliga tocó los 900.

De los muchos nombres de la última jornada destacan la marcha de Marco Asensio al Fenerbache, Samu Chukwueze jugará en el Fulham y Adrien Rabiot lo hará cedido en el Milan tras sus abruptos episodios en Marsella. El Burnley, propiedad de Alan Pace, dueño ahora del Espanyol, se hizo con Florentino Luis, mientras que Hojlund deja el United por el Nápoles. Una jornada poco apasionante en España. El dinero y la opulencia habitan en otros lares.●

El Girona cierra tres fichajes y la Real compra a Herrera

Despistado y colista en la Liga por el mercado de fichajes, el Girona puede respirar hoy más tranquilo. Ató primero a Vladislav Vanat, delantero de 23 años procedente del Dinamo Kiev cuyo coste asciende a 17 millones, y luego a Livakovic, meta croata que llega cedido del Fenerbahce. También se oficializó ayer la salida de Yangel Herrera a la Real Sociedad por unos diez millones. A falta de 20 minutos para el cierre, fue inscrito Bryan Gil, fichado del Tottenham.

LISTA DE LOS MÁS CAROS

Neymar (PSG)	222 M.
Mbappé (PSG)	180 M.
Isak (Liverpool)	150 M.
Dembélé (Barcelona)	148 M.
Coutinho (Barcelona)	135 M.
Joao Félix (At. Madrid)	127 M.
Jude Bellingham (R. Madrid)	127 M.
Wirtz (Liverpool)	125 M.
Enzo Fernández (Chelsea)	121 M.
Eden Hazard (R. Madrid)	121 M.

Telefónica dejará de cotizar en la Bolsa de Nueva York

'TELECOS'/ El repliegue forma parte de las medidas de su nuevo plan estratégico, que aspira a racionalizar la dimensión y la complejidad del grupo español.


JMCadenas

Marc Murtra, presidente ejecutivo del grupo Telefónica.

Ignacio del Castillo. Madrid

Telefónica dejará de cotizar en la Bolsa de Nueva York, un movimiento que responde a la intención de la compañía de ahorrar costes y simplificar su negocio. El hecho de cotizar en la Bolsa neoyorquina –como en cualquier mercado bursátil– implica un alto coste en reporte de información y cumplimiento normativo y la empresa de telecomunicaciones considera que no tiene un retorno suficiente que compense esos gastos, ya que en el caso de Nueva York, las exigencias de *compliance* y reporte son muy elevadas.

La decisión se producirá en los próximos meses, una vez que se haya publicado el nuevo plan estratégico del grupo de telecomunicaciones, que la firma española está elaborando con la ayuda de la consultora estratégica Boston Consulting Group. Telefónica tiene previsto presentar su plan estratégico el próximo noviembre y la simplificación operativa y corporativa de la compañía va a ser eje fundamental del mismo.

Fuentes de la operadora de telecomunicaciones han declinado realizar comentarios sobre esta información.

Tras la salida de Nueva York, sólo cotizará en los mercados bursátiles de Madrid y Lima

La *teleco* española desembarcó en la Bolsa de Nueva York hace casi 40 años, el 12 de junio de 1987, cuando se convirtió en la primera empresa española en cotizar en Wall Street.

Fue en la época en la que Telefónica estaba presidida por Luis Solana, que había llegado a la presidencia de la operadora de telecomunicaciones en 1982, con el primer Gobierno de Felipe González, y la compañía quería aumentar su exposición fuera de España e internacionalizar su base accionarial con la llegada de inversores institucionales anglosajones.

Por aquel entonces, Telefónica no había iniciado su expansión operativa internacional en Latinoamérica, que comenzó en 1989.

"La admisión a cotización en Wall Street –el mayor mercado bursátil del mundo– se consideró un hecho histórico dentro de Telefónica y en España. La negociación de 54 millones de títulos de la compañía supuso la mayor entrada de capital europeo en esta Bolsa hasta la fecha", destacó la compañía en un comunicado de mediados del año pasado con motivo de su centenario.

Comunicado a la CNMV

En el momento en que finalmente Telefónica abandone la Bolsa de Nueva York, la decisión se anunciará a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y de la Comisión de Valores y Bolsa de Estados Unidos (SEC, por sus siglas en inglés), según informa *Europa Press*.

La salida de la Bolsa de Nueva York buscaría simplificar el negocio de la compañía, que en los últimos meses se ha desprendido de sus filiales en Argentina, Perú, Colombia, Uruguay y Ecuador, una serie de ventas que pretenden reducir su exposición en Hispanoamérica.

Tras el abandono de la cotización en la Bolsa de Nueva York, la compañía española de telecomunicaciones sólo mantendrá su cotización bursátil en España y en la Bolsa de Lima, en Perú, aunque previsiblemente, tampoco permanecerá mucho tiempo cotizando en este mercado latinoamericano, sobre todo, ahora que se ha desprendido de su filial en ese país, de forma traumática, tras un larguísimo conflicto con la administración tributaria peruana.

En cualquier caso, Telefónica Brasil, la segunda filial del grupo por tamaño, continúa cotizando en la Bolsa brasileña, en la que los minoritarios controlan alrededor del 23% del capital, mientras que el grupo español mantiene un 77% del capital.

Relicitación inmediata del contrato de Huawei con RedIRIS

El Gobierno relicitará lo antes posible el contrato inicialmente adjudicado a Telefónica para instalar equipos de la china Huawei en la RedIRIS –la red de fibra que conecta, sobre todo, a universidades y centros de investigación públicos–, y que posteriormente se ha cancelado por "criterios de soberanía estratégica europea y española", según confirmó ayer la secretaria de Estado de Digitalización, María González Veracruz, tras inaugurar el '39º Encuentro de la Economía Digital' de Ametic en la UIMP de Santander, informa Ana Medina. Este contrato, de 10 millones de euros, renovaba un tercio del equipamiento de la RedIRIS, una infraestructura que en la actualidad se basa en equipos del fabricante chino Huawei para la transmisión de datos. González Veracruz señaló que el contrato se decidió inicialmente darlo a Telefónica pero "no estaba adjudicado del todo" ni "firmado", y ahora se ha decidido ponerlo en "proceso de cancelación". La adjudicación "arrancó con una idea y ha sido modulada, como con tantas otras cuestiones en materia de digitalización". González destacó que el Gobierno decidió cancelar el contrato sabiendo que "el uso de equipos de Huawei no está prohibido" en España, donde "no tenemos una lista de proveedores" de alto riesgo y explicó que el nuevo adjudicatario del contrato de renovación de equipos de RedIRIS se conocerá "en los próximos días", y que cuando se publique el contrato "se conocerán las condiciones".



AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘La caza. Irati’ – estreno 4 de septiembre en Movistar Plus+

Por Marco Sánchez Sequera -1 septiembre, 2025

El próximo jueves, 4 de septiembre, llegará en exclusiva a Movistar Plus+ el thriller psicológico ‘La caza. Irati’, serie que combina misterio, drama y suspense y que continúa la saga iniciada con ‘La caza. Monteperdido’, ‘La caza. Tramuntana’ y ‘La caza. Guadiana’.

‘La caza’ ha sido creada por Agustín Martínez a partir de su novela ‘Monteperdido’, mientras que la nueva temporada de la ficción también está escrita por Luis Moya e Isa Sánchez. Como en las entregas anteriores, las localizaciones y el entorno natural es fundamental para el desarrollo de la historia, en este caso la selva de Irati, en Navarra.



La caza. Irati

Megan Montaner y Félix Gómez están acompañados en ‘La caza. Irati’ por Silvia Alonso, Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos.

Sinopsis

Un equipo de la UCO se traslada hasta la selva de Irati cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa.

El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.

La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, los investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso, rodeado de historias y viejas leyendas.

Movistar Plus+ estrena 'La caza. Irati' el jueves 4 de septiembre.



CRÍTICAS

La caza. Irati: Copiando mal 'True Detective'

Videojuegos que te vuelven satánico, guardias civiles quejicas, andaluces graciosos, navarros cerrados y tantos tópicos que la nueva entrega de la serie, incluso mudándose a Movistar Plus+, consigue ser aún más aburrida y previsible

Crítica de la serie 'La caza. Irati'



01 de septiembre, 2025 **Jose A. Cano**

La caza. Irati comienza con el asesinato de una excursionista en en la selva de Irati, en Navarra. El caso parece conectado con la desaparición del hijo de esta en la misma zona, tres años antes. El inspector Ernesto Selva, ahora a las órdenes de la capitana Gloria Mencía, será el encargado de investigarlo por encargo de la Unidad Central Operativa (UCO) de la Guardia Civil, sin saber que su antigua compañera, Sara Campos, se incorporará como psicóloga al caso. Pero cuando este empiece a tener similitudes con el propio pasado de Sara, resolverlo no será tan sencillo como parecía.

Es la misma serie más o menos que hace unos días se estrenó en Netflix, Dos tumbas, que las tres entregas anteriores o que el sucedáneo que el mismo autor le coló a Movistar Plus+ el año pasado, Segunda muerte (2024). Es tremendo. Personajes con plantilla (y eso que llevan años con los de aquí), el mismo misterio con variantes, la misma narrativa pretenciosa, los mismos topicazos de saldo sobre las diferentes regiones de España, la gente que vive en los pueblos, los ecologistas o la salud mental… Una tragedia en ocho actos.

Aunque entiendo que echarle toda la culpa a Agustín Martínez, creador de esta, las mencionadas o Feria: la luz más oscura (2022) y alguna más, es injusto. Desaparecido, la serie de EiTB y RTVE (que ejerce de pagafantas, como siempre) que lo está petando en Netflix es más o menos lo mismo, aunque menos dada a erotizar el abuso de menores y la violencia contras la mujeres de lo que acostumbran los productos del trío Carmen Mola. La turra ultraconservadora sí que la comparten todos.

La caza. Irati y los detectives verdaderos



Hace unas semanas hablaba, a cuento del final de Memento mori (2023-2025), que la culpa era de David Fincher. En este caso, yo diría que es de True Detective (2014-). Y el problema es que True Detective nunca ha sido «buena», solo pretenciosa, con casos completamente irreales y tontorrones, personajes esquemáticos, moralinas ultraconservadoras disfrazadas de provocadoras y… y bueno, lo que lleva haciendo La caza, sea en Irati o en donde sea, cuatro temporadas, incluido erotizar cuando puede la violencia sobre las mujeres.

Es curioso porque a Movistar Plus+ se la tiene por la plataforma gourmet del panorama nacional, y en estos movimientos extraños del mercado reciente, ha dejado escapar la única comedia sofisticada de los dos creadores más mainstream actuales, Muertos SL (2024-), para traerse esta… memez. La caza. Irati se la roba a RTVE y casi que me alegro, aunque sea otra vez la pública haciendo de conseguidora de beneficios ajenos, porque no es de recibo que se le rían a la Guardia Civil o los bomberos forestales a la cara.

La historia es un batiburrillo de niños salvajes, leyendas vascas —que casi parecen puyitas a Irati (2022), la buena— y un recurso de thriller tontorrón. Contado de la forma más intensita y pretenciosa posible, con mucha rebaja de color, mucha bruma y mucha trampa con el encuadre, además de la típica ruleta de sospechosos que sabes que no va a ningún lado, aunque adelanten algún giro para que la propia estructura de la serie no haga spoiler.

La fiesta del topicazo



Un inspector de la Guardia Civil andaluz que jura por el Gran Poder, quiere ser jefe de seguridad del Betis y ofrece papas con choco como solución a la depresión. Navarros muy cerrados que no expresan sentimientos y resuelven todo a golpes. Gente pija de ciudad que no entiende el campo y gente de campo que solo quiere linchar a sospechosos o saltarse la ley. Ecologistas que no saben nada de la vida. Personas en el espectro autista obsesionadas con los videojuegos y con propensión a la violencia. ¿Me dejo algo?

No es usar arquetipos o algo así, es acumular topicazos uno encima de otro por pura pereza, que ya no es que en algunos casos —el de las personas con TEA— sean nocivos o irritantes—los estereotipos regionales, que no falten—, es que son aburridísimas. Ya sabes lo que va a hacer y decir cada personaje en cada momento —si es ecologista y tía, morir— porque para eso está. Y no es como el latiguillo de un personaje Marvel, y mira que esos ya son cansados. Es una especie de rendición creativa.

En fin, que La caza. Irati es exactamente lo de siempre, una tradición que ella misma ha inaugurado, la de los policiales más tontos que un zapato que lo disimulan con caras conocidas en el reparto y un montón de narrativa pretenciosa copiada de lo que haya estado de moda en Estados Unidos o Escandinavia hace 10 ó 15 años. Entiendo que esto tiene su público, pero creativamente no es ya que sea una filfa, es que es una estafa.



'La caza. Irati' - Luz en la oscuridad

Vía El Séptimo Arte por **Wanchope** 01 de septiembre de 2025



'La caza' da el salto a Movistar Plus+ con su cuarta temporada, la cual, como su nombre deja claro, transcurre en la selva de Irati, en Navarra. Más de 20.000 hectáreas de bosque que la convierten en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Hasta allí se traslada un equipo de la UCO, después que los habitantes de una pequeña aldea descubran el cadáver de una mujer asesinada.

En su momento ví la primera temporada de **'La caza'**, más que nada por la curiosidad, como aragonés, de estar ambientada en **'Monteperdido'**; aunque a decir verdad no recuerdo nada, salvo que se me hizo algo de bola debido a la duración de cada capítulo. No he visto ni la segunda ni la tercera, pero en **'La caza. Irati'** se aprecia a simple vista un acabado algo más pulido y refinado.

Algo más a la altura de la misma plataforma responsable de '**Hierro**' o '**Rapa**', dos de las mejores series españolas que nos ha dejado el género. También, una duración mucho más práctica de 45 minutos por episodio; no más de ocho entretenidos e intrigantes episodios que se puede decir que, a grandes rasgos, cumplen con lo que cabe pedirle a un *thriller* sobre una investigación criminal.

Puede que no a la altura de las mencionadas '**Hierro**' o '**Rapa**', pero sí a la de una serie que al fin y al cabo va por su cuarta temporada y que le tiene tomada la medida al género que practica; sin grandes alardes ni tampoco correr grandes riesgos, pero con buena letra y la solvencia de quien ya está curtido en la materia. Para bien, y para no tan bien. Según se mire; según se quiera mirar.

Porque **'La caza. Irati'** está bien, funciona como serie de televisión y cumple más allá de que su resolución nos pueda chirriar más o menos, que lo termina haciendo... un poco, porque esa suele ser la norma. Y **'La caza. Irati'** se ajusta en gran medida a las normas y convenciones de un género que explota, puede que de manera muy correcta y competente, pero que ni expande ni retuerce.

Está bien... como supongo lo estaba **'La caza. Monteperdido'** o lo están sus otras dos temporadas. Por algo han hecho cuatro. Pero pasado un tiempo prudencial y a diferencia de series más logradas, inquietas y/o ambiciosas como '**Hierro**' o '**Rapa**', nos costará enfocar algún recuerdo concreto de ella... como ahora mismo nos puede pasar con, no sé, por ejemplo '**Segunda muerte**'.

Un buen, intrigante y adictivo sucedáneo que funciona en las distancias cortas pero que, sin embargo, y tras una resolución que no es capaz de dejarnos el culo torcido, no deja de sentirse y percibirse como eso mismo, un (buen) sucedáneo con el que hacer tiempo entre series más logradas, inquietas y/o ambiciosas y capaces de dejar huella y grabar a fuego recuerdos... como '**Hierro**' o '**Rapa**'.



Por Juan Pairet Iglesias

AREAJUGONES



'La caza. Irati': todo lo que sabemos de la serie que promete enganchar en Movistar Plus+

'La caza' cambia de escenario: esto es todo lo que sabemos

David Cruz

Pub: 01 Septiembre 2025, 10:28
Act: 01 Septiembre 2025, 10:31 0

Índice

1 - Todo lo que sabemos de 'La caza. Irati', cuarta temporada de la antología

Poco a poco, sin hacer mucho ruido, pero sin pausa, 'La caza' se ha ido convirtiendo en una de las series españolas más longevas de los últimos años. A punto de estrenar su cuarta temporada, 'La caza' ha demostrado ser un thriller de lo más interesante, que adopta la forma de antología, con una Megan Montaner brillante que da vida Sara Campos caso tras caso.

La primera temporada se ambientaba en el macizo de Monte Perdido, la segunda en la sierra de Tramontana y la tercera en el entorno del río Guadiana. En 'La caza. Irati' nos trasladamos a la selva de Irati, en Navarra, más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a esta selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa.

¿Qué investigación tendrá que hacer frente Sara Campos y cómo es eso de que ya no se estrena en RTVE, sino en Movistar Plus+? Esto es todo lo que sabemos de 'La caza. Irati'.



La caza. Irati - Tráiler | Movistar Plus+

Todo lo que sabemos de 'La caza. Irati', cuarta temporada de la antología

'La caza' estaba planeada para tener una única temporada basada en la novela 'Monteperdido' de Agustín Martínez. Sin embargo, los buenos datos de audiencia y las mejores críticas alentaron a RTVE a renovar la serie por una segunda temporada, de nuevo escrita por Agustín Martínez. Y así es cómo hemos llegado a 'La caza. Irati', una cuarta temporada que aterriza en Movistar Plus+ después de que se haya hecho con sus derechos de distribución.

De qué trata 'La caza. Irati'

Como iba diciendo, 'La caza. Irati' se ambienta en la selva de Irati (Navarra). Allí, un equipo de la UCO se traslada cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que se ha ganado la confianza del coronel Figeroa.

El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos (Megan Montaner), quien después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.

La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.



Reparto y personajes de 'La caza. Irati'

Megan Montaner vuelve a dar vida al personaje Sara Campos, la protagonista de las cuatro temporadas de 'La caza'. El reparto se completa en esta ocasión con Félix Gómez, Silvia Alonso, Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Mariam Hernández y Carla Campra, entre otros.

Fecha de estreno de 'La caza. Irati' en Movistar Plus+

Esta cuarta temporada de 'La caza' se estrenará en Movistar Plus+ el próximo jueves 4 de septiembre de 2025, una plataforma de streaming que se ha hecho con sus derechos de distribución después de que las tres primeras temporadas fuesen exclusivas de RTVE.

cine&series MUNDIARIO

MOVISTAR+

La caza. Irati se adentra en la selva navarra con nuevos crímenes y viejas leyendas

La saga televisiva La caza regresa a Movistar Plus+ con una cuarta entrega ambientada en un escenario tan majestuoso como inquietante: la selva de Irati, en Navarra.



Juan Manuel Mazas 02/sept/25 - 03:42

Bajo el título La caza. Irati, la serie creada por Agustín Martínez y producida por José Manuel Lorenzo (DLO Producciones) estrenará al completo todos sus episodios el próximo jueves 4 de septiembre en la plataforma, tras su presentación oficial en el FesTVal de Vitoria.

La producción, que a lo largo de sus tres primeras temporadas (Monteperdido, Tramuntana y Guadiana) ha explorado con éxito el género del thriller psicológico, vuelve a reunir a Megan Montaner y Félix Gómez como protagonistas. A ellos se suman Silvia Alonso, Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Marian Hernández, Carla Campra y un amplio reparto coral que refuerza la tensión narrativa de esta nueva trama.

En esta ocasión, la historia se desarrolla en las más de 20.000 hectáreas de bosque que conforman Irati, uno de los parajes naturales más extensos de Europa. La trama arranca cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. El hallazgo moviliza a un equipo de la Unidad Central Operativa (UCO) de la Guardia Civil, que se instala en la zona para investigar. Allí, el teniente Ernesto Selva (Félix Gómez), desgastado por el desánimo y planteándose abandonar el cuerpo, se ve obligado a trabajar bajo las órdenes de Gloria Mencía (Silvia Alonso), una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa.

El regreso de Sara Campos (Megan Montaner) añade un giro fundamental a la trama. Tras la muerte de su expareja Víctor, la investigadora ha completado su formación académica y ahora se incorpora como psicóloga a la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo. Su papel resulta clave ante la hipótesis de que se enfrenten a un asesino en serie oculto en la densidad del bosque.



Fiel al estilo de la saga, La caza. Irati combina misterio, drama y suspense, apoyándose en el entorno natural como un elemento narrativo esencial. Las leyendas locales y la magnitud del paisaje navarro se entrelazan con los crímenes, creando un escenario en el que lo real y lo mítico parecen confundirse.

Con guion de Agustín Martínez, junto a Luis Moya e Isa Sánchez, la cuarta temporada se erige como una nueva apuesta de Movistar Plus+ por las series originales que exploran los rincones más oscuros de la condición humana a través de escenarios profundamente arraigados en el territorio. @mundiario

DIEZ MINUTOS

Es la serie española más esperada del año: cuándo se estrena y dónde ver 'La Caza Irati' con Megan Montaner y Silvia Alonso

Silvia Alonso se une a Megan Montaner y Félix Gómez en la cuarta temporada de 'La Caza', una serie que comenzó con una trilogía en TVE y, tras un paso exitoso en Netflix, estrena nuevas capítulos en Movistar Plus ambientados en Navarra.



Por **Ignacio Herruzo Martínez** 01/09/2025

La saga de éxito 'La Caza' regresa con su esperada cuarta temporada, titulada 'La Caza. Irati', y ya sabemos cuándo y dónde se podrá ver. La ficción ha sido una de las grandes apuestas de la plataforma, hasta el punto de incluir en su catálogo las tres temporadas anteriores -'Monteperdido', 'Tramuntana' y 'Guadiana'- para que los nuevos espectadores puedan ponerse al día antes del estreno. Y para aumentar el ansia de los fans de la serie, publicó unas imágenes de 'La Caza Irati' que dieron mucho que hablar.

Cuándo es el estreno de 'La Caza Irati' en Movistar Plus



La fecha de estreno de la serie protagonizada por Megan Montaner y Silvia Alonso, será el jueves 4 de septiembre de 2025, con la llegada de los ocho episodios desde el primer día en Movistar Plus+, que se ha hecho con los derechos en exclusiva. La nueva temporada se adentra en el enigmático bosque de Irati, en Navarra: uno de los parajes naturales más extensos y sobrecogedores de Europa. Más de 20 000 hectáreas de misterio, leyendas ancestrales y una atmósfera densa marcarán el escenario de los crímenes que enfrentarán nuestros protagonistas.

VER 'LA CAZA IRATI'

Vuelven Megan Montaner como Sara Campos y Félix Gómez como el teniente Ernesto Selva. Su vínculo profesional se renueva con fuerza gracias al debut de Silvia Alonso como la inspectora Gloria Mencía, una figura que gana rápidamente la confianza de la UCO. El reparto también incluye a Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Carla Campra, Marian Hernández, Miguel Garcés, entre otros.

Esta entrega promete mayores dosis de thriller psicológico, con la investigación de un posible asesino en serie y la pregunta constante de si se trata de algo humano o algo más perturbador, mencionado en el contexto de 'La Criatura'. La relación entre los personajes también se transformará: Sara regresa como psicóloga criminalista tras la trágica pérdida de Víctor, su ex pareja, y su papel será decisivo.



Un equipo de la UCO se traslada hasta el Bosque de Irati cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo.

SUSCRÍBETE A MOVISTAR PLUS POR SOLO 9,99 EUROS AL MES



Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.

La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.

'La Caza. Irati' no solo representa el estreno más esperado del año, sino el salto de una saga consolidada en la televisión pública a una plataforma de pago que apuesta fuerte por la ficción española. Con un reparto consolidado, un entorno natural impactante y una trama renovada, esta temporada promete mantener al público en vilo desde el primer minuto.

HERALDO

Estreno inminente de la nueva temporada de una de las series más exitosas de Megan Montaner

La actriz aragonesa es la gran protagonista de esta popular saga que desembarca en la plataforma Movistar+.

J. F. Losilla 1/9/2025 A LAS 10:18



Megan Montaner protagoniza 'La caza. Irati'.

La cuenta atrás ya se ha activado. La nueva temporada de una de las series de más éxito de Megan Montaner está a la vuelta de la esquina y la expectación es máxima por ver las nuevas intrigas que protagonizará la actriz oscense. Además, como novedad, en esta ocasión la ficción será estrenada y emitida en exclusiva por Movistar+.

Será el próximo jueves 4 de septiembre cuando se estrenen los capítulos de 'La caza. Irati'. A diferencia de las tres entregas anteriores, que fueron emitidas en Televisión Española, en esta ocasión 'La caza' tendrá su continuación en Movistar+. El rodaje transcurrió en 2024 en la selva de Irati (Navarra) como nuevo escenario. Está dirigida por Rafa Montesinos ('El Inmortal', 'Rapa') y Javier Pulido ('La caza'), y escrita por Agustín Martínez, Luis Moya e Isa Sánchez.

Este 'thriller' psicológico cuenta en el elenco con Megan Montaner como principal protagonista y con Félix Gómez, Silvia Alonso y Roger Casamajor, además de la participación puntual de otros intérpretes como Eloy Azorín.



La actriz oscense es la gran protagonista de esta popular saga que desembarca en la plataforma Movistar+.

La acción está comandada por un equipo de la UCO que se traslada hasta la selva de Irati cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer colgado de un árbol. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía (Silvia Alonso). Megan Montaner interpreta a la agente de la UCO Sara Campos.

Se le acumulan los estrenos a la actriz aragonesa. El viernes 26 de septiembre desembarcará en las salas de cine una película internacional de la que forma parte. Se trata de 'Ya no quedan junglas adonde regresar', con el estadounidense Ron Perlman como cabeza de cartel y con un reparto en el que se hallan Mehan Montaner, Hovik Keuchkerian, Natti Natasha, el mexicano Damián Alcázar, Diego Anido, Unax Ugalde, Daniel Grao, Karra Elejalde, Itziar Ituño y Rubén Ochandiano.

culturaenserie

‘La Caza. Irati’: fecha de estreno, reparto y claves de la cuarta temporada del thriller español

Por **J Vallejo** 1 septiembre, 2025

La exitosa saga 'La Caza' regresa con una nueva entrega que promete ser la más inquietante hasta la fecha. Movistar Plus+ estrenará ‘La Caza. Irati’ el jueves 4 de septiembre de 2025, y lo hará con la llegada completa de sus ocho episodios, disponibles desde el primer día para los suscriptores.

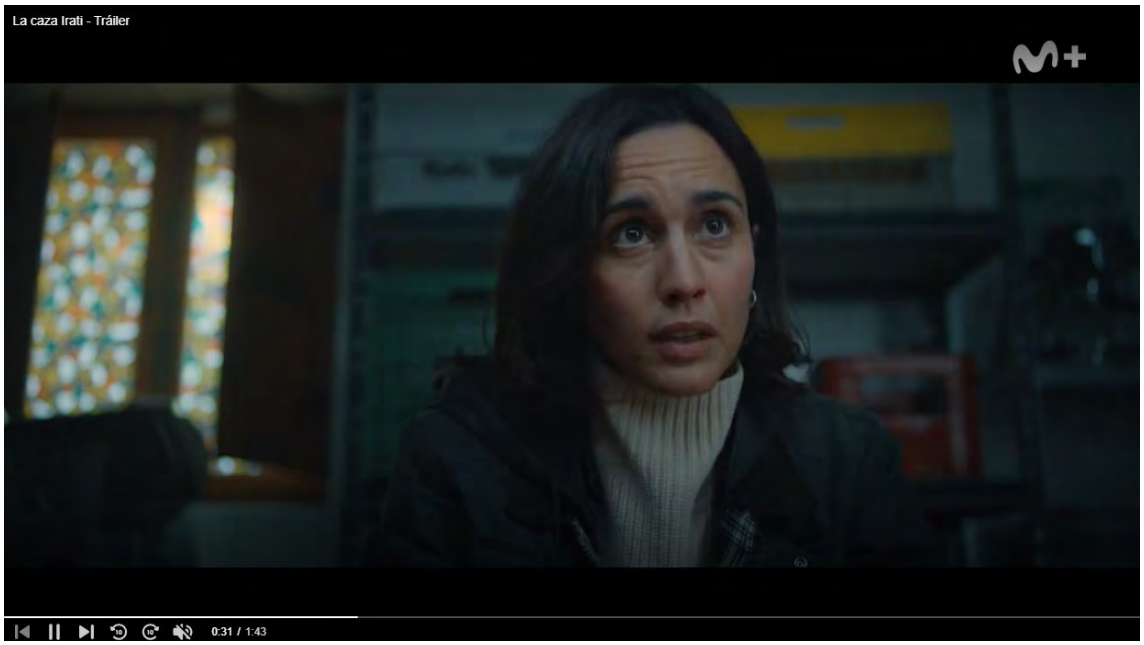


La caza: Irati

La plataforma, además, ha recuperado las tres temporadas anteriores —‘Monteperdido’, ‘Tramuntana’ y ‘Guadiana’— para que los espectadores puedan revivir la historia desde el principio.

En esta ocasión, la trama se traslada al bosque de Irati, en Navarra, un paraje natural de más de 20 000 hectáreas, considerado uno de los más enigmáticos de Europa.

Un escenario cargado de leyendas y misterio se convierte en el epicentro de una serie de crímenes que obligará a los investigadores a replantearse los límites de la razón y a enfrentarse al miedo más profundo.



El reparto vuelve a contar con Megan Montaner como Sara Campos y Félix Gómez en el papel del teniente Ernesto Selva, a quienes se suma Silvia Alonso como Gloria Mencía, una inspectora que pronto gana terreno en la UCO. La lista de intérpretes se completa con Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Carla Campra, Marian Hernández y Miguel Garcés, entre otros, consolidando un elenco coral de gran nivel.

En el plano narrativo, esta cuarta temporada apuesta por un thriller psicológico con tintes oscuros, en el que los protagonistas investigan un posible asesino en serie. La tensión se incrementa con la aparición del concepto de 'La Criatura', un elemento que introduce la duda sobre si los crímenes tienen un origen humano o algo más perturbador.

La evolución de los personajes también será determinante. Sara Campos regresa como psicóloga criminalista tras la muerte de Víctor, su expareja, lo que marcará su implicación personal en la investigación.

Mientras tanto, Ernesto Selva atraviesa un momento de crisis profesional y contempla abandonar el cuerpo, pero su vínculo con Sara y la energía de Gloria Mencía lo mantendrán en la lucha.

La sinopsis oficial revela que un pequeño pueblo del bosque de Irati descubre el cadáver de una mujer asesinada. La Guardia Civil desplaza un equipo completo para esclarecer los hechos, pero los crímenes se multiplican, dando paso a un juego de tensión donde cada pista puede ser un engaño y cada sombra, una amenaza.

Con un entorno natural sobrecogedor, un guion cargado de suspense y un reparto de lujo, 'La Caza. Irati' se perfila como uno de los estrenos más potentes de la ficción española en 2025. Una serie que no solo amplía el universo iniciado en televisión pública, sino que también da un paso decisivo en el catálogo de Movistar Plus+, reforzando su apuesta por el thriller nacional de calidad.

Noticias de Bizkaia
Deia
2 Septiembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 4590 €
ÁREA: 215 CM² - 45%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6387
OTS: 40000
SECCIÓN: KIROLAK



Septiembre llega fuerte con más de veinte estrenos y algunos regresos

Vuelve 'Solo asesinatos en el edificio', continúa 'Miércoles' y Movistar Plus estrena 'La Caza. Irati'

Julen Arriandiaga
NTM

BILBAO – Con la llegada de septiembre y la nueva temporada, las series también viven un mes intenso. Este mes trae más de una veintena de estrenos, entre ellos el resurgir de *Dexter*, además de regresos como el de *Poquita fe* a Movistar Plus+ o la segunda parte de la segunda temporada de *Miércoles*.

Mañana mismo podremos comprobar como continúan, en Netflix, las aventuras de Miércoles Addams con los capítulos 5 a 8 de la segunda entrega de las aventuras y desventuras del personaje encarnado por Jenna Ortega.

Al día siguiente nos adentraremos en los bosques navarros de Irati con *La Caza. Irati*, cuarta temporada de la saga que comenzó en TVE y que ahora se ha mudado a Movistar Plus+. A los protagonistas Megan Montaner (*Entre tierras*) y Félix Gómez (*Fuerza de paz*), que acudirán a investigar el asesinato de una mujer, se unen Silvia Alonso (*Tierra de lobos*), Roger Casamajor (*La Mesías*) y Eloy Azorín (*Cuando nadie nos ve*).

El día 9 volverá a Disney+, con su quinta temporada, *Solo asesinatos en el edificio* con el trío formado por Steve Martin, Selena Gómez y Martin Short, que en esta ocasión investigarán la misteriosa muerte de un portero del Arconia.

Dexter, quizá el asesino más peculiar que hayan dado las producciones audiovisuales, regresará el día 12, en este caso a SkyShowtime con *Dexter: Resurrección*, un punto y seguido de la serie original que se desarrolla semanas después de la supuesta muerte de uno de sus personajes, quien ahora deberá buscar a su hijo e intentar resolver su turbio pasado.

GARY OLDMAN Y STALLONE El martes 16 disney+ acogerá nuevos episodios de *Futurama* y el día 17 será especialmente intenso con la segunda temporada de *Gen V* (Prime Video) y la cuarta temporada de *The morning show* (Apple TV), con Reese Witherspoon y Jennifer Aniston.

Netflix estrenará el día 19 un nuevo original español, *El refugio atómico*, de los creadores de *La casa de papel*, un thriller sobre un grupo de multimillonarios refugiados en un búnker de lujo ante la amenaza de un conflicto global sin precedentes protagonizado por Miren Ibarguren (*Los sin nombre*), el argentino Joaquín Furriel (*El reino*) y Natalia Verbeke (*Todos mienten*).

El día 24 Apple TV+ estrenará la cuarta temporada de *Slow Horses*, el drama de espías liderado por Gary Oldman; al día siguiente Sylvester Stallone reaparecerá en SkyShowtime con la tercera temporada de *Tulsa King* y el día 26, con la producción de Jessica Chastain, llegará a Apple TV+ el thriller *The Savant*.

Pendiente de confirmar fecha de estreno en Movistar Plus+ está la segunda temporada de *Poquita fe*, Premio Ondas en 2023, con Raúl Cimas y Esperanza Pedreño. ●



Imagen de un episodio de la quinta temporada de 'Solo asesinatos en el edificio'. *Foto: Disney+*

Diario Noticias de Álava

2 Septiembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 3844 €
ÁREA: 263 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2307
OTS: 18000
SECCIÓN: COMUNICACION



Septiembre llega fuerte con más de veinte estrenos y algunos regresos

Vuelve 'Solo asesinatos en el edificio', continúa 'Miércoles' y Movistar Plus estrena 'La Caza. Irati'

✎ ***Julen Arriandiaga***
NTM

Con la llegada de septiembre y la nueva temporada, las series también viven un mes intenso. Este mes trae más de una veintena de estrenos, entre ellos el resurgir de *Dexter*, además de regresos como el de *Poquita fe* a Movistar Plus+ o la segunda parte de la segunda temporada de *Miércoles*.

Mañana mismo podremos comprobar como continúan, en Netflix, las aventuras de Miércoles Addams con los capítulos 5 a 8 de la segunda entrega de las aventuras y desventuras del personaje encarnado por Jenna Ortega.

Al día siguiente nos adentraremos en los bosques navarros de Irati con *La Caza. Irati*, cuarta temporada de la saga que comenzó en TVE y que ahora se ha mudado a Movistar Plus+. A los protagonistas Megan Montaner (*Entre tierras*) y Félix Gómez (*Fuerza de paz*), que acudirán a investigar el asesinato de una mujer, se unen Silvia Alonso (*Tierra de lobos*), Roger Casamajor (*La Mesías*) y Eloy Azorín (*Cuando nadie nos ve*).

El día 9 volverá a Disney+, con su quinta temporada, *Solo asesinatos en el edificio* con el trío formado por Steve Martin, Selena Gómez y Martin Short, que en esta ocasión investigarán la misteriosa muerte de un portero del Arconia.

Dexter, quizá el asesino más peculiar que hayan dado las producciones audiovisuales, regresará el día 12, en este caso a SkyShowtime con *Dexter: Resurrección*, un punto y seguido de la serie original que se desarrolla semanas después de la supuesta muerte de uno de sus personajes, quien ahora deberá buscar a su hijo e intentar resolver su turbio pasado.

GARY OLDMAN Y STALLONE El martes 16 disney+ acogerá nuevos episodios de *Futurama* y el día 17 será especialmente intenso con la segunda temporada de *Gen V* (Prime Video) y la cuarta temporada de *The morning show* (Apple TV), con Reese Witherspoon y Jennifer Aniston.

Netflix estrenará el día 19 un nuevo original español, *El refugio atómico*, de los creadores de *La casa de papel*, un thriller sobre un grupo de multimillonarios refugiados en un búnker de lujo ante la amenaza de un conflicto global sin precedentes protagonizado por Miren Ibarguren (*Los sin nombre*), el argentino Joaquín Furriel (*El reino*) y Natalia Verbeke (*Todos mienten*).

El día 24 Apple TV+ estrenará la cuarta temporada de *Slow Horses*, el drama de espías liderado por Gary Oldman; al día siguiente Sylvester Stallone reaparecerá en SkyShowtime con la tercera temporada de *Tulsa King* y el día 26, con la producción de Jessica Chastain, llegará a Apple TV+ el thriller *The Savant*.

Pendiente de confirmar fecha de estreno en Movistar Plus+ está la segunda temporada de *Poquita fe*, Premio Ondas en 2023, con Raúl Cimas y Esperanza Pedreño. ●



Imagen de un episodio de la quinta temporada de 'Solo asesinatos en el edificio'. *Foto: Disney+*

Diario de Noticias

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 4734 €
ÁREA: 262 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9015
OTS: 74000
SECCIÓN: COMUNICACION

2 Septiembre, 2025



Septiembre llega fuerte con más de veinte estrenos y algunos regresos

Vuelve 'Solo asesinatos en el edificio', continúa 'Miércoles' y Movistar Plus estrena 'La Caza. Irati'

Julen Arriandiaga
NTM

PAMPLONA – Con la llegada de septiembre y la nueva temporada, las series también viven un mes intenso. Este mes trae más de una veintena de estrenos, entre ellos el resurgir de *Dexter*, además de regresos como el de *Poquita fe* a Movistar Plus+ o la segunda parte de la segunda temporada de *Miércoles*.

Mañana mismo podremos comprobar como continúan, en Netflix, las aventuras de Miércoles Addams con los capítulos 5 a 8 de la segunda entrega de las aventuras y desventuras del personaje encarnado por Jenna Ortega.

Al día siguiente nos adentraremos en los bosques navarros de Irati con *La Caza. Irati*, cuarta temporada de la saga que comenzó en TVE y que ahora se ha mudado a Movistar Plus+. A los protagonistas Megan Montaner (*Entre tierras*) y Félix Gómez (*Fuerza de paz*), que acudirán a investigar el asesinato de una mujer, se unen Silvia Alonso (*Tierra de lobos*), Roger Casamajor (*La Mesías*) y Eloy Azorín (*Cuando nadie nos ve*).

El día 9 volverá a Disney+, con su quinta temporada, *Solo asesinatos en el edificio* con el trío formado por Steve Martin, Selena Gómez y Martin Short, que en esta ocasión investigarán la misteriosa muerte de un portero del Arconia.

Dexter, quizá el asesino más peculiar que hayan dado las producciones audiovisuales, regresará el día 12, en este caso a SkyShowtime con *Dexter: Resurrección*, un punto y seguido de la serie original que se desarrolla semanas después de la supuesta muerte de uno de sus personajes, quien ahora deberá buscar a su hijo e intentar resolver su turbio pasado.

GARY OLDMAN Y STALLONE El martes 16 disney+ acogerá nuevos episodios de *Futurama* y el día 17 será especialmente intenso con la segunda temporada de *Gen V* (Prime Video) y la cuarta temporada de *The morning show* (Apple TV), con Reese Witherspoon y Jennifer Aniston.

Netflix estrenará el día 19 un nuevo original español, *El refugio atómico*, de los creadores de *La casa de papel*, un thriller sobre un grupo de multimillonarios refugiados en un búnker de lujo ante la amenaza de un conflicto global sin precedentes protagonizado por Miren Ibarguren (*Los sin nombre*), el argentino Joaquín Furriel (*El reino*) y Natalia Verbeke (*Todos mienten*).

El día 24 Apple TV+ estrenará la cuarta temporada de *Slow Horses*, el drama de espías liderado por Gary Oldman; al día siguiente Sylvester Stallone reaparecerá en SkyShowtime con la tercera temporada de *Tulsa King* y el día 26, con la producción de Jessica Chastain, llegará a Apple TV+ el thriller *The Savant*.

Pendiente de confirmar fecha de estreno en Movistar Plus+ está la segunda temporada de *Poquita fe*, Premio Ondas en 2023, con Raúl Cimas y Esperanza Pedreño. ●



Imagen de un episodio de la quinta temporada de 'Solo asesinatos en el edificio'. *Foto: Disney+*

verTele!

Noticias Programación TV Audiencias Lo más visto en TV Series Vídeos Análisis y Críticas

SERIES SEPTIEMBRE 2025

Las series más destacadas de septiembre de 2025: hasta 47 estrenos con 'Dexter', 'La Caza' y 'El refugio atómico' a la cabeza

Septiembre de 2025 nos traerá casi medio centenar de series, entre estrenos y nuevas temporadas. Estas son las principales novedades de Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Atresplayer y otras grandes plataformas



Megan Montaner en 'La Caza: Irati' / Michael C.Hall en 'Dexter Resurrection' / Miren IBarguren en 'El refugio atómico' Montaje de verTele con imágenes de MOVISTAR PLUS+, SKYSHOWTIME y NETFLIX

Gabriel Arias Romero 31 de agosto de 2025

Las plataformas de streaming estaban esperando a que llegara septiembre para estrenar algunas series de renombre que se guardaban para la vuelta a la rutina tras las vacaciones de verano. Si el final de agosto ha sido más bien tímido en términos de ficción, el nuevo mes viene cargado de historias: hasta 47 series –si no más– verán la luz a lo largo de las próximas semanas.

La producción española estará bien representada por La Caza: Irati –que salta de RTVE a Movistar Plus+ con su cuarta temporada–, Mar afuera (Atresplayer), El refugio atómico (Netflix) y Pubertat, aunque esta última, dirigida por Leticia

Dolera, todavía no ha concretado su fecha de estreno en HBO Max por lo que no podemos introducirla en ninguna de nuestras tres categorías y queda como el "estreno 47".

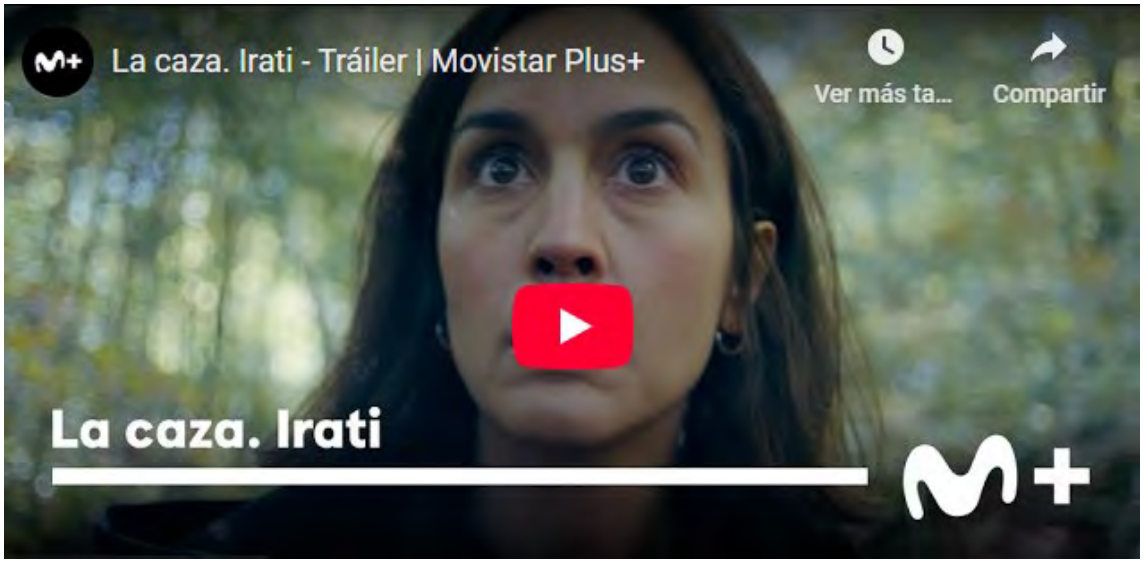
Desde el extranjero llegan otros tantos títulos, un buen puñado de megaproducciones que serán perfectamente identificadas por el público. La principal novedad es Dexter: Resurrection, que seguirá las andanzas del mítico asesino al que interpreta Michael C.Hall en esta nueva aventura que estira el chicle de la exitosa franquicia en SkyShowtime.

Y eso (estirar el chicle) es lo que hacen el resto de las series que estrenan temporada este mes, que no son pocas. Repasamos a continuación todos los lanzamientos de ficción que se producirán a lo largo de septiembre en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Atresplayer, SkyShowtime, Movistar Plus+, Filmin, HBO Max y Apple TV+.

Las 10 series más destacadas de septiembre de 2025

'La Caza: Irati' (4 de septiembre, Movistar Plus+)

Así es la serie: La cuarta entrega transcurre en la selva de Irati (Navarra), a la que se traslada un equipo de la UCO cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa.



Por qué destaca: Aunque sus datos de audiencia no siempre han sido excelentes, La Caza es una de las marcas de ficción que mejor se han posicionado en los últimos años. La serie, emitida en RTVE entre 2019 y 2023, aterriza ahora en Movistar Plus+ con una cuarta temporada que también cambiará de escenario, como viene siendo tradición en ella.

La Caza vuelve con ocho nuevos capítulos y recupera a su imprevista pareja protagonista, la formada por Sara Campos (Megan Montaner) y Ernesto Selva (Félix Gómez). Esta vez, la actriz Silvia Alonso completará el triángulo de investigadores, del que sale Alain Hernández.

'The Walking Dead: Daryl Dixon' T3 (8 de septiembre, AMC+)

Así es la serie: Los nuevos episodios siguen a Daryl Dixon y Carol Peletier en Europa mientras continúan el viaje de vuelta a su hogar y el reencuentro con sus seres queridos. En su lucha por buscar el camino, el viaje les extravía aún más, llevándolos a tierras lejanas de condiciones adversas y en constante cambio, siendo testigos de los diversos efectos del apocalipsis de los caminantes.

Por qué destaca: Al margen del interés que siempre suscita cualquier proyecto derivado de la factoría The Walking Dead, la tercera temporada de Daryl Dixon tiene un aliciente para el público español, pues es en España donde se han grabado sus nuevos capítulos. Veremos a Norman Reedus y Melissa McBride con algunos conocidos actores españoles como Eduardo Noriega, Óscar Jaenada, Greta Fernández y Alexandra Masangkay.



'Solo asesinatos en el edificio' T5 (9 de septiembre, Disney+)

Así es la serie: Tras la misteriosa muerte de Lester, el querido portero del Arconia, Charles, Oliver y Mabel están convencidos de que no fue un accidente y vuelven a convertirse en detectives amateurs. Su investigación les llevará hasta los rincones más oscuros de Nueva York, entre secretos de multimillonarios, familias mafiosas y nuevos (y peligrosos) residentes.

Por qué destaca: Solo asesinatos en el edificio es una de las series más populares de Disney+. La comedia de suspense que protagonizan Steve Martin, Selena Gómez y Martin Short deleitará a su público con 10 nuevos capítulos en los que se investigará la muerte de un querido personaje. En esta quinta temporada participarán también Michael Creighton, Nathan Lane y la oscarizada Meryl Streep.

'Dexter: Resurrection' (12 de septiembre, SkyShowtime)

Así es la serie: Dexter se encuentra en proceso de recuperación en el hospital cuando se reencuentra con Ángel Batista, quien empieza a sospechar con fuerza que su viejo colega podría ser el infame Carnicero de la Bahía. Ante esta creciente amenaza, el personaje de Hall opta por huir y buscar refugio en Nueva York. Allí entra en contacto con Leon Prater y Charley, dos personajes que parecen estar vinculados a una misteriosa organización de asesinos en serie.

Por qué destaca: Se equivocaban quienes daban por muerto al asesino más famoso de la televisión. Vuelve Dexter y lo hace a lo grande, resurrección mediante. Además, la nueva serie de la franquicia contará con el actor Michael C.Hall, el protagonista de la misma, privilegio que no está al alcance de cualquier spin-off. También estarán David Zayas, Peter Dinklage, Uma Thurman, Neil Patrick Harris, Krysten Ritter, Eric Stonestreet y David Dastmalchian.



'Mar afuera' (14 de septiembre, Atresplayer)

Así es la serie: Álvaro es 'el hijo perfecto' de una familia maravillosa en la que todo se tambalea cuando la policía le detiene y acaba en un centro de internamiento. Carlos, en cambio, es el hijo pequeño de una familia desestructurada que ha crecido en un barrio complicado y por desgracia

conoce más que de sobra la banda de Los Pajaritos, de la que no podrá librarse ni ingresando en este centro de menores. Y por otro lado está Saray, la única interna que quiere estar ahí porque cualquier cosa es mejor que vivir con una madre con un severo trastorno bipolar que le hace la vida imposible.

Por qué destaca: La nueva serie de Atresplayer tiene detrás de las cámaras a Norberto López Amado y Rómulo Aguillaume, dos conocidos directores de la ficción española y, más concretamente, de las producciones de Atresmedia. Sus firmas aparecen en Beguinas, Las noches de Tefía, Ángela, Heridas y La cocinera de Castamar. El reparto de Mar afuera lo encabezan los actores Gabriel Guevara, Hugo Welzel y Laura Simón.

'Gen V' T2 (17 de septiembre, Amazon Prime Video)

Así es la serie: En la segunda temporada, un nuevo curso está en marcha. Mientras el resto de América se ajusta a la mano de hierro de Patriota, en la Universidad Godolkin el misterioso nuevo decano promueve un plan de estudios que promete hacer a los estudiantes más poderosos que nunca. Cate y Sam son celebrados como héroes, mientras Marie, Jordan y Emma vuelven a la universidad a regañadientes, con el peso de meses de trauma y pérdida encima. Pero preocuparse por las fiestas y las clases se hace cuesta arriba con una guerra entre Humanos y Supers gestándose tanto dentro como fuera del campus. El grupo descubre la existencia de un programa secreto que se remonta a la fundación de la Universidad Godolkin y que podría tener implicaciones mucho mayores de lo que imaginan. Y, de algún modo, Marie forma parte de ello.



Por qué destaca: Dos años después del estreno de Gen V, la serie vuelve a Prime Video con su segunda temporada, protagonizada de nuevo por la actriz Jaz Sinclair en el papel de Marie Moreau. Habrá nuevos Supers, poderes

extraordinarios y cameos sorpresa del universo de The Boys. De hecho, el regreso de Gen V coincide con la grabación del final de esta última serie, a la que en cierto modo da continuidad. Completan el reparto Lizze Broadway, Maddie Phillips, London Thor, Derek Luh, Asa Germann y Sean Patrick Thomas. Y se une a ellos Hamish Linklater como el decano Cipher. La nueva temporada incluirá un pequeño homenaje al actor Chance Perdomo, fallecido en marzo de 2024 en un accidente de tráfico. Perdomo, que tenía 27 años, interpretaba en la serie a Andre Anderson.

'The Morning Show' T4 (17 de septiembre, Apple TV+)

Así es la serie: La cuarta temporada de The Morning Show comienza en la primavera de 2024, casi dos años después de los sucesos de la tercera temporada. Con la fusión UBA-NBN completada, la redacción del programa debe lidiar con una nueva responsabilidad, motivos ocultos y la naturaleza esquiva de la verdad en un Estados Unidos polarizado. En un mundo plagado de deepfakes, teorías de la conspiración y encubrimientos corporativos, ¿en quién podemos confiar? ¿Y cómo podemos saber lo que es real?

Por qué destaca: La exitosa serie que protagonizan Jennifer Aniston y Reese Witherspoon regresa a Apple TV+ con 10 nuevos capítulos dos años después de que terminara su tercera temporada. The Morning Show da la bienvenida a los actores Aaron Pierre, William Jackson Harper y Boyd Holbrook, que se suman al elenco junto a otros dos fichajes estelares: los ganadores del Oscar Marion Cotillard y Jeremy Irons.

'El refugio atómico' (18 de septiembre, Netflix)



Así es la serie: En un búnker de lujo diseñado para resistir cualquier catástrofe imaginable, un grupo de multimillonarios se ve forzado a convivir tras encerrarse ante la amenaza de un conflicto global sin precedentes. Kimera Underground Park se convertirá así en un escenario claustrofóbico para dos familias marcadas por una herida del pasado. Aislados bajo tierra y sin posibilidad de escapar, dan rienda suelta a unas personalidades cargadas de ácido sulfúrico, destapando sus secretos más inconfesables. Pero también surgen las alianzas más inesperadas. Una radiografía emocional excesiva y sorprendente de unos multimillonarios viviendo en un agujero de oro.

Por qué destaca: La nueva serie española de Netflix lleva el sello de Álex Pina y Esther Martínez Lobato, creadores del gran éxito de la ficción nacional La casa de papel, y también de Sky Rojo. El refugio atómico está protagonizada por Miren Ibarguren, Joaquín Furriel, Natalia Verbeke, Carlos Santos, Montse Guallar, Pau Simón, Alicia Falcó, Agustina Bisio y Álex Villazán.

'Alice in Borderland' T3 (25 de septiembre, Netflix)

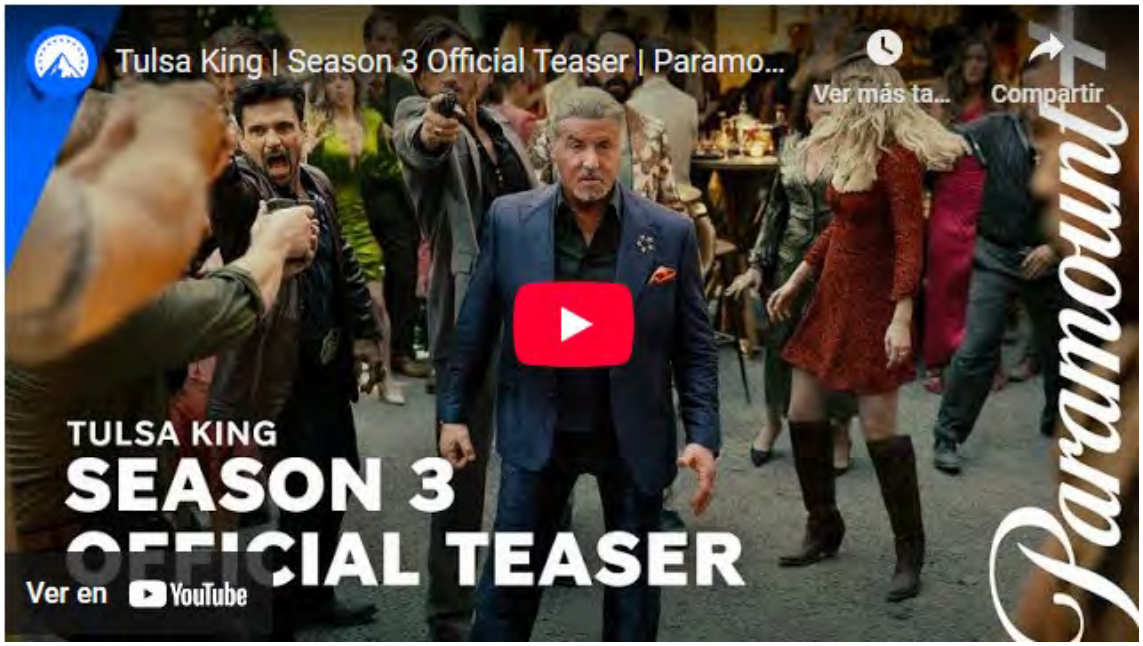
Así es la serie: En la temporada anterior, Arisu y Usagi superaron todos los juegos y volvieron al mundo real. Desde entonces, están casados y disfrutan de una vida feliz, sin recuerdos de Borderland. Sin embargo, algunas vivencias olvidadas a veces emergen en forma de sueños y alucinaciones. Un día, Usagi desaparece repentinamente alentada por el investigador del más allá, Ryuji. En ese mismo instante, Banda le entrega a Arisu la carta final: el comodín. Una nueva aventura, marcada por la carta más impredecible, está a punto de empezar...

Por qué destaca: Dice Netflix que la tercera temporada de Alice in Borderland trae "los juegos más impactantes hasta la fecha, superando incluso a los de temporadas anteriores". Solo por eso, los espectadores tienen una cita obligada con esta exitosa ficción surcoreana –comparada por algunos con El juego del calamar– que protagonizan Kento Yamazaki y Tao Tsuchiya.

'Tulsa King' T3 (25 de septiembre, SkyShowtime)

Así es la serie: Sylvester Stallone regresa como Dwight Manfredi en Tulsa King. En la tercera temporada, a medida que el imperio de Dwight se expande, también lo hacen sus enemigos y los riesgos para su tripulación. Ahora se enfrenta a sus adversarios más peligrosos en Tulsa hasta la fecha: los Dunmire, una poderosa familia adinerada que no se rige por las reglas del viejo mundo, lo que obliga a Dwight a luchar por todo lo que ha construido y a proteger a su familia.

Por qué es importante: Un año después del cierre de la segunda temporada de Tulsa King, el conocido mafioso al que interpreta Sylvester Stallone vuelve a las andadas con negocios aún más peligrosos.



Otras 24 series que se estrenan en septiembre de 2025:

1. **'The Runarounds'** (1 de septiembre, Amazon Prime Video)
2. **'Virdee'** (2 de septiembre, Filmin)
3. **'Confidence Queen'** (6 de septiembre, Amazon Prime Video)
4. **'Task'** (8 de septiembre, HBO Max)
5. **'Asesinatos en la montaña'** (8 de septiembre, Cosmo)
6. **'Los amos de la ciudad'** (9 de septiembre, Movistar Plus+)
7. **'Contra la ley'** (9 de septiembre, Filmin)
8. **'La novia'** (10 de septiembre, Amazon Prime Video)
9. **'Las muertas'** (10 de septiembre, Netflix)
10. **'Diario de una chica expera en desastres de amor'** (11 de septiembre, Netflix)
11. **'The Librarians: el próximo capítulo'** (11 de septiembre, SyFy)
12. **'Tú y todo lo demás'** (12 de septiembre, Netflix)
13. **'Las maldiciones'** (12 de septiembre, Netflix)
14. **'Small Axe'** (16 de septiembre, Filmin)
15. **'Black Rabbit'** (18 de septiembre, Netflix)
16. **'What it feels like for a girl'** (23 de septiembre, Filmin)
17. **'Hotel Costiera'** (24 de septiembre, Amazon Prime Video)

18. **'Marvel Zombies'** (24 de septiembre, Disney+)
19. **'La casa Guiness'** (25 de septiembre, Netflix)
20. **'Incontrolables'** (25 de septiembre, Netflix)
21. **'The Savant'** (26 de septiembre, Apple TV+)
22. **'Romi'** (26 de septiembre, Amazon Prime Video)
23. **'Atomic'** (26 de septiembre, SkyShowtime)
24. **'El dinero de otros'** (30 de septiembre, Filmin)

Y 12 series más que estrenan temporada en septiembre de 2025:

1. **'Sisi: Emperatriz de Austria' T4 y Final** (7 de septiembre, Cosmo)
2. **'Chicago Fire' T13** (8 de septiembre, AXN)
3. **'La venganza de Analía' T2** (8 de septiembre, Netflix)
4. **'Solo asesinatos en el edificio' T5** (9 de septiembre, Disney+)
5. **'Fire Country' T3** (9 de septiembre, Calle 13)
6. **'Beauty in Black' T2** (11 de septiembre, Netflix)
7. **'Futurama' T13** (16 de septiembre, Disney+)
8. **'Sister Boniface Mysteries' T4** (17 de septiembre, Cosmo)
9. **'1670' T2** (17 de septiembre, Netflix)
10. **'Granchester' T10** (19 de septiembre, Filmin)
11. **'Slow Horses' T5** (24 de septiembre, Apple TV+)
12. **'Mr Bigstuff' T2** (29 de septiembre, SkyShowtime)

InStyle

LIFESTYLE CINE Y SERIES

Las series de septiembre 2025 que no te puedes perder: del suspense de los creadores de 'La casa de papel' a la cuarta temporada de 'La caza'

Septiembre va a robar muchas horas de tu ocio gracias a la cantidad de estrenos de nuevas series y temporadas que te dejarán pegada al sofá durante horas. Producciones nacionales e internacionales que analizamos para ti

Rocío Ponce 01 de septiembre de 2025, 10:04



Septiembre es uno de los mejores meses para los fans de las series. ¿El motivo? Parece que con el inicio del nuevo curso escolar y con la vuelta a la oficina tras las vacaciones de verano la industria se anima especialmente a estrenar títulos.

Verás que septiembre y también octubre llegan cargados de novedades. Algunas de las más esperadas del año, tanto series de estreno como nuevas temporadas, llegan en estas semanas para enganchar a todos los que puedan. Nosotras ya estamos esperando con ganas... Te contamos mucho más.



'The Savant' con Jessica Chastain.

Nuevas series y temporadas de septiembre 2025

Un calendario para que puedas incluso ponerte una alarma con la fecha de estreno de la serie que quieres ver:

- 1 de septiembre **'The Runarounds**' en Amazon Prime Vídeo
- 2 de septiembre **'Virdee'** en Filmin
- 4 de septiembre **'La caza. Irati'** T4 en Movistar Plus+
- 8 de septiembre **'Task'** en HBO Max
- 9 de septiembre **'Contra la ley'** en Filmin, **'Solo asesinatos en el edificio'** T5 en Disney y **'Los amos de la ciudad'** en Movistar Plus
- 10 de septiembre **'La novia'** en Amazon Prime Video
- 11 de septiembre **'Diario de una chica experta en desastres de amor'** en Netflix
- 12 de septiembre **'Dexter: Resurrección'** en SkyShowtime
- 14 de septiembre **'Mar afuera'** en atresplayer

- 16 de septiembre **'Small Axe'** en Filmin
- 17 de septiembre **'The morning show'** T4 en Apple TV
- 18 de septiembre **'Black Rabbit'** en Netflix
- 19 de septiembre **'El refugio atómico'** en Netflix
- 23 de septiembre **'What it feels like for a girl'** en Filmin
- 24 de septiembre **'Pubertat'** en HBO Max, **'Slow Horses'** T5 en Apple TV, **'Marvel Zombies'** en Disney Plus+ y **'Hotel Costiera'** en Amazon Prime Video
- 25 de septiembre **'Poquita fe'** T2 en Movistar Plus+, **'Alice in Borderland'** T3 en Netflix, **'Incontrolables'** en Netflix y **'La casa Guiness'** en Netflix
- 26 de septiembre **'The Savant'** en Apple TV y **'Romi'** en Amazon Prime Video

Las imprescindibles

Aquí tienes algunos de los estrenos más importantes del mes de septiembre, de los que además te hacemos una **selección de imprescindibles a las que dar una oportunidad** sí o sí. Estas son las que veremos en la redacción y las nuevas temporadas que estamos deseando que lleguen, aunque seguro que se nos pasa alguna que merezca la pena y de la que te hablaremos más adelante (¡ay, esas joyitas escondidas que pasan desapercibidas!).



La caza: Irati

‘La caza. Irati’ T4

Nueva temporada de uno de los thrillers españoles de mayor calidad. **Megan Montaner y Félix Gómez** regresan con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín. Se desplazarán hasta Irati (Navarra), uno de los parajes naturales más grandes de Europa, para descubrir si **hay un asesino en serie escondido en ese lugar** plagado de leyendas y misterios.

‘Task’

El **creador de la celebrada serie 'Mare of Easttown'** vuelve al thriller con una nueva serie protagonizada por **Mark Ruffalo y Tom Pelphrey**. Ambientada en los suburbios obreros de Filadelfia, la historia sigue a un agente del FBI que lidera un grupo que debe investigar y detener al culpable de una serie de violentos robos que acaba siendo un padre de familia.

‘Solo asesinatos en el edificio’ T5

Tres vecinos muy singulares y fans de los true crimes (interpretados por Selena Gómez, Steve Martin y Martin Short) se han convertido en esa familia que no se elige. Además, en su edificio neoyorkino no dejan de suceder crímenes que acaban investigando. Los cameos de la temporada son un reclamo ineludible, en esta, **Renee Zellweger**, Logan Lerman y Christoph Waltz, además de la vuelta de Meryl Streep, Da'Vine Joy Randolph y Nathan Lane.

‘La novia’

Robin Wright dirige y protagoniza junto a Olivia Cooke y Laurie Davidson esta serie en la que una **madre sospecha de la ideal novia de su hijo**. ¿Oculta algo realmente o es ella quien se ha obsesionado con la joven? Cuestión de perspectivas...

‘The morning show’ T4

Si no te has enganchado ya a la dinámica compleja, competitiva y 100% atractiva de lo que esconde un programa de televisión, es hora de que lo hagas. En esta nueva temporada, la serie protagonizada por **Jennifer Aniston y Reese Whiterspoon** se vuelve más coral con la entrada de **nuevos personajes (Marion Cotillard y Jeremy Irons)** con tramas de impacto muy ligadas a la actualidad política, económica y social.

‘Black Rabbit’

Solo te diremos que es la **nueva serie de Jude Law** para llamar tu atención. Del resto te avanzamos que está acompañado de Jason Bateman y que es un thriller en el que un restaurador de éito tendrá que adentrarse en tramas criminales y peligrosas para ayudar a su hermano.

‘El refugio atómico’

Los **creadores de 'La casa de papel'**, han contado con el apoyo de Netflix para hacer una superproducción con una premisa apocalíptica, pero no tan alejada de la realidad. La gente rica tiene la posibilidad de refugiarse en un gran búnker de lujo cuando surge la amenaza de un conflicto. Con **Miren Ibarguren, Carlos Santos y Natalia Verbeke**, entre otros.

‘What it feels like for a girl’

Esta aclamada miniserie británica es la **adaptación de las memorias de la periodista y activista trans** Paris Lees. Se centra especialmente en sus años de adolescencia en los 2000 en un pueblo que no la comprendía y su búsqueda de sí misma.

‘Pubertat’

La **nueva serie de Leticia Dolera** (que dirige y protagoniza) está ambientada en la noche de San Jua, y en el contexto cultural de la tradición castellera catalana. Es un intenso drama familiar que explora el tabú y la herencia psicológica transmitidos de generación en generación. Todo estallará cuando una **denuncia de agresión sexual señale a tres adolescentes**.

‘Hotel Costiera’

‘Hotel Costiera’ te llamará la atención por muchos motivos. Dónde se ubica, su protagonista (le recordarás por **‘Anatomía de Grey’) y su toque de thriller adictivo**. Daniel De Luca (Jesse Williams) es un exmarine italoestadounidense que regresa a Italia, la tierra de su infancia, para trabajar en uno de los hoteles más lujosos del mundo, situado en la espectacular costa de Positano. Además de ocuparse de los problemas de los adinerados huéspedes del hotel, Daniel comienza a investigar la desaparición de Alice, una de las hijas del propietario del complejo, que desapareció un mes antes de su incorporación.

‘Poquita fe’ T2

Comedia española aclamada por la crítica que regresa con nuevos episodios tras haberse convertido en una de las gratas sorpresas del humor patrio. Su éxito radica en los capítulos cortos (de unos 15 minutos) y en la química de sus protagonistas **Raúl Cimas y Esperanza Pedreño** que clavan a este matrimonio que se ama, pero no se soporta. El humor de lo cotidiano, el surrealismo de la vida con la que tantos se pueden sentir identificados y muchas referencias a la actualidad. Ahora tendrán que vivir con los padres de ella un tiempo, ¿sobrevivirán?



'The Savant'

Jessica Chastain produce y protagoniza esta mini serie basada en hechos reales sobre la vida de una mujer que **se dedica a infiltrarse en grupos de odio de Internet** para tratar de descubrir a los que pueden acabar realizando ataques masivos. Una madre en apariencia normal con un trabajo desquiciante, pero necesario y mucho más peligroso de lo que puedas imaginar.

'Romi'

Una nueva **serie española de investigaciones de carácter procedimental**. Su protagonista tiene un problema de audición que ha hecho que desarrolle muchas otras cualidades que la convierten en una investigadora de lo más capaz y resolutiva. María Cerezuela (Goya a la **Mejor Actriz Revelación en 2022 por 'Maixabel'**) protagoniza esta ficción, que también cuenta con Natalia Millán, Unax Ugalde, Elena Irureta y Asier Etxeandia, entre otros.

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 2855 €
ÁREA: 60 CM² - 24%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 16480
OTS: 104000
SECCIÓN: CULTURA

2 Septiembre, 2025



Los Javis, tras el éxito de 'La Mesías', ruedan ya en Cantabria su película 'La bola negra'

GUILLERMO BALBONA

SANTANDER. 'La bola negra', la nueva película de Los Javis en su regreso al cine, que narra las vidas interconectadas de tres hombres en otras tantas épocas distintas, se rueda ya en Cantabria. Bajo dirección y guion de Javier Calvo y Javier Ambrossi, la cinta vertebrada por tres existencias íntimamente ligadas por la sexualidad y el deseo, el dolor y la herencia, tiene en localizaciones de Cantabria una buena parte de los escenarios, interiores y exteriores, de la ficción concebida por Los Javis. Zonas rurales, escenas de bombardeos, o secuencias en un hospital de campaña forman parte de lo planificado para el rodaje en la región. En realidad, una historia edificada e inspirada en la obra homónima e inconclusa del poeta Federico García Lorca, que toma además cuerpo a través del fenómeno teatral, 'La piedra oscura', de Alberto Conejero, ganador del Premio Nacional de Literatura Dramática 2019.

En Comillas, en concreto en el Seminario viejo, comenzó ayer lunes el rodaje en Cantabria. En estos escenarios se prolongará durante veinte días. El pasado mes de mayo El Diario anticipaba que Los Javis habían incluido a la región entre los lugares del proyecto que protagonizan Guitarricadelafuente, Miguel Bernardeau, Lola Dueñas y Penélope Cruz, entre otros intérpretes. Durante varias semanas el mismo equipo que firmó La Mesías abordó el trabajo de localizaciones, y la convocatoria de sucesivos casting de figurantes.



Javier Ambrossi y Javier Calvo, artífices del proyecto. DM

El pasado mes de agosto arrancó en Burgos de forma oficial el rodaje de 'La bola negra' que, no obstante, prevé filmar en otras ciudades españolas y europeas. Tras su documental de homenaje a Pedro Almodóvar, Los Javis han retomado así la ficción con 'La bola negra', cuyos primeros detalles fueron desvelados en el Festival de Cannes. Ambrossi avanzó al inicio del verano que la película está configurada por una parte de adaptación teatral, otra de imaginación y otra más de introspección, para reflejar en todas las tramas el concepto de la identidad. El título es el primero de Suma Content Films —sello productor de Los Javis—, y es fruto del equipo técnico de 'La Mesías', caso de Gris Jordana directora de fotografía, Roger Bellés, director de arte; Alberto Gutiérrez, que firmará el montaje y Raül Refree, en lo musical. Hace apenas diez días arrancó el rodaje en un pueblo deshabitado burgalés, Castil de Carrias.

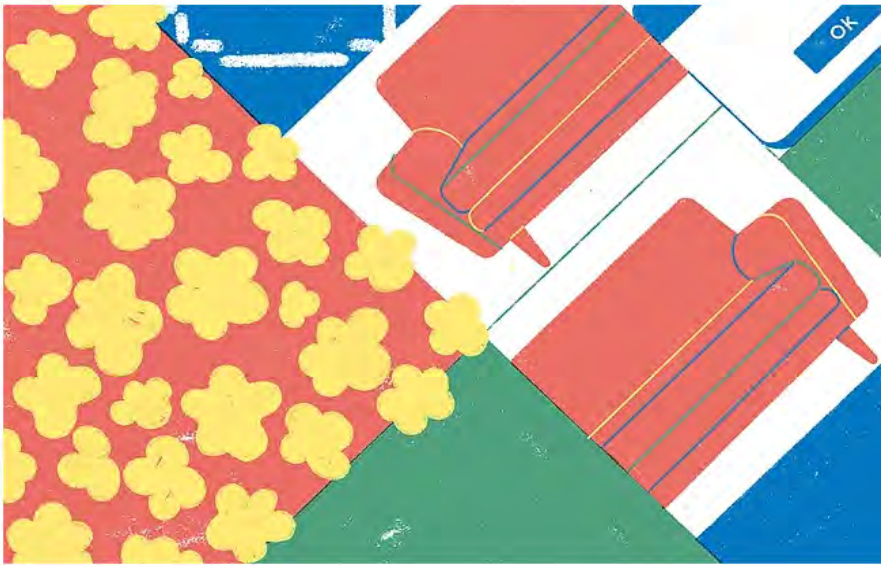
EL MUNDO España Opinión Actualidad Económica Internacional Deportes Cultura
LA LECTURA

OPERACIÓN RETORNO El cine

Las 10 películas que no puedes dejar de ver este otoño

Para que la vuelta a la rutina se haga lo más amena posible, elegimos 10 series de entre todas las novedades que se podrán disfrutar en los próximos meses en las plataformas

5 comentarios



Luis Martínez Lunes, 1 septiembre 2025 - 16:54

'APRIL', DE DEA KULUMBEGASHVILI

La cineasta georgiana completa con su segunda película un poderoso ejercicio de cine al límite de sí mismo carnal, revolucionario y furiosamente mujer, que no sólo feminista. April narra la historia de una ginecóloga que practica abortos ilegales a quien lo necesita, y es la confirmación de la directora de Beginning como una de las grandes voces del cine internacional del presente y del futuro. 5 de septiembre.

'UNA BATALLA TRAS OTRA', DE PAUL THOMAS ANDERSON

El director regresa en el registro cómico-paranoico que mejor conoce. Sobre la novela Vineland de Thomas Pynchon arranca lo que quiere ser una parodia muy negra de todo tipo de guerras: contra las drogas, contra el terrorismo, contra los enemigos de fuera y los de dentro, contra la misma guerra. En los papeles protagonistas, Leonardo DiCaprio y Sean Penn. 26 de septiembre.

'MASPALOMAS', DE AITOR ARREGI Y JOSÉ MARI GOENAGA

Dos de los tres directores que junto con Jon Garaño componen el colectivo Moriarti firman la historia de un hombre obligado a reconciliarse con un pasado al que nunca hubiera querido volver. Por un accidente, el protagonista interpretado por José Ramón Soroiz ingresa en una residencia donde tendrá que ocultar la homosexualidad que tanto tiempo y tantas heridas le costó reconocer. Sin duda, una de las películas españolas del año. 26 de septiembre.

'UN FANTASMA EN LA BATALLA', DE AGUSTÍN DÍAZ YANES

De nuevo ETA, de nuevo la historia de un topo (topa en este caso) que decidió la caída de la organización terrorista. Díaz Yanes regresa a la dirección después de casi una década para componer un thriller manchado de sangre y realidad protagonizado por Susana Abaitua. 3 de octubre.

'LOS DOMINGOS', DE ALAUDA RUIZ DE AZÚA

Tras la serie Querer, la directora de Cinco lobitos vuelve al cine con una historia tan íntima como extrañamente provocadora. La educación religiosa, el papel de la propia religión y la responsabilidad social con la formación de los menores son examinados de manera tan detallada como crítica en la historia de una adolescente que decide, contra todo y contra todos, hacerse monja de clausura. Patricia López Arnáiz y la debutante Blanca Soroa encabezan el reparto. 17 de octubre.



'FRANKENSTEIN', DE GUILLERMO DEL TORO

Pocas películas tan esperadas como la nueva versión del más célebre e inmortal de los monstruos a cargo del más célebre y perfectamente mortal creador de monstruos.

La nueva y siempre demorada versión de Del Toro y con un reparto en el que figuran Jacob Elordi, Mia Goth y Christoph Waltz, nace con la intención de traer a la vida la novela de Mary Shelley y hacerlo en un tiempo, como anunció Gramsci, monstruoso. Ya saben: "El viejo mundo se muere, el nuevo tarda en aparecer. Y en ese claroscuro surgen los monstruos". Monstruo come monstruo. 24 de octubre.



'SPRINGSTEEN: DELIVER ME FROM NOWHERE', DE SCOTT COOPER

Ni un año sin un biopic. Jeremy Allen White (The Bear) es The Boss en la adaptación cinematográfica del relato de Warren Zanes sobre la grabación del álbum Nebraska, el momento crítico en el que, al borde de todos los abismos, surgió la leyenda. Suena épico y, en efecto, de eso se trata. El mito sigue creciendo. 24 de octubre.



'BUGONIA', DE YORGOS LANTHIMOS

El cineasta griego replica la película de culto Salvar el Planeta Tierra del coreano Jang Joon-hwan y lo que surge de la pantalla es una fantasía desbocada sobre conspiraciones, desastres ambientales, alienígenas y mentiras globales. Tan salvajemente cruel como oportuna, tan fuera de lugar como, llegado el caso, irrenunciable. Emma Stone y Jesse Plemons se lanzan en plancha hasta la inmolación si es preciso. 7 de noviembre.



'BLUE MOON', DE RICHARD LINKLATER

De la mano de una soberbia interpretación a cargo de uno de sus actores clásicos, Ethan Hawke, el director de la trilogía 'Antes de...' relata 100 minutos, sin elipsis y encerrados en un bar, de la vida de Lorenz Hart, letrista de la célebre canción que da título a la película -compuesta en 1934 junto a Richard Rodgers y que se ha convertido en una balada tradicional-, para ofrecer un retrato memorable del mismo tiempo. 28 de noviembre.

'VALOR SENTIMENTAL', DE JOACHIM TRIER

El aclamado director noruego de la inteligente y melancólica La peor persona del mundo, brilla y acongoja en un drama bergmaniano sobre las relaciones paterno filiales de la mano de dos actores otra vez imperiales como Reinate Reinsve y Stellan Skarsgård. 5 de diciembre.



Streaming

La IA generativa, la analítica avanzada y los aceleradores tecnológicos impulsan la evolución de las plataformas OTT para servicios de streaming. Según un informe de GlobalLogic, la integración con empresas de telecomunicaciones mediante paquetes de servicios marca la pauta en esta transformación.

GlobalLogic, compañía del Grupo Hitachi, especializada en ingeniería digital, destaca en un reciente informe que tres tecnologías están impulsando la transformación de la industria OTT hacia modelos de negocio más sostenibles con foco en la experiencia del usuario: la inteligencia artificial generativa, la analítica avanzada de datos y los aceleradores tecnológicos.

El reporte también señala que las alianzas con compañías de telecomunicaciones son clave para integrar servicios de streaming y ofrecer planes de paquetes que permitan experiencias hiperpersonalizadas.

De acuerdo con Gartner, más del 50 % de los CIOs de telecomunicaciones proyectan alcanzar un 70 % de automatización en áreas críticas como operaciones de red y procesos de negocio en los próximos meses, lo que refuerza la necesidad de que las plataformas OTT avancen hacia modelos de operación más inteligentes y colaborativos con los Telcos.

Al respecto, Juan Navarro, Vice President & Head en Latinoamérica de GlobalLogic, considera que estas soluciones tecnológicas permiten a las OTT convertirse en organizaciones más inteligentes. "Nuestro estudio evidenció que aquellas empresas que apuesten por motores de recomendación basados en IA, interfaces intuitivas, personalización y accesibilidad tendrán más posibilidades de fidelizar audiencias y reducir cancelaciones".

Desarrollo centrado en el usuario

En Estados Unidos, siete de cada diez personas consumen medios vía OTT, y se estima que para 2029 habrá más de 421 millones de usuarios en este mercado, según Statista. Sin embargo, el modelo de suscripción enfrenta presión: casi la mitad de los usuarios afirma que cancelaría sus servicios si los precios suben, de acuerdo con Deloitte.

"En Colombia, según la CRC, el 55 % de los hogares cuenta con un paquete de Internet + televisión y el 27 % con servicio Triple Play (Internet, TV y teléfono). Esta convergencia entre servicios digitales y tradicionales refleja que el valor percibido y la experiencia del usuario son factores determinantes", afirmó Navarro.

El informe también subraya cómo la industria ha venido diversificando su modelo de negocio hacia una combinación de contenido en vivo y bajo demanda, monetización publicitaria y alianzas con Telcos para integrar en sus planes de servicio plataformas como Netflix o Max. Además, resalta desafíos clave como la importancia de reforzar la seguridad (con cifrado, blockchain, CDN y autenticación multifactor), usar análisis de datos para decisiones estratégicas y aplicar aceleradores OTT para reducir costos, automatizar pruebas e integrar sistemas de pago.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,46
AVE: 39190 €
ÁREA: 278 CM² - 51%

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

2 Septiembre, 2025



De los 265.290 euros al año de Pepa Bueno a los 180.000 de David Cantero

EL MUNDO accede en exclusiva a los sueldos máximos de los fichajes estrella de RTVE

ESTHER MUCIENTES MADRID

La dirección de RTVE tiene como objetivo recuperar la relevancia de antaño y, para ello, ha tirado de fichajes estrella. El total de los sueldos máximos de los nuevos rostros y voces de la televisión y radio públicas asciende a 1.397.920 euros, según la documentación a la que ha tenido acceso en exclusiva EL MUNDO. Así, Pepa Bueno, como presentadora y directora del Telediario 2, percibirá un máximo de 265.290 euros repartidos en 12 cuotas; mientras que David Cantero, nueva voz de *Las tardes de RNE,* 180.000 euros. Página 46

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,46
AVE: 39190 €
ÁREA: 278 CM² - 51%

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

2 Septiembre, 2025





Cinco de los nuevos rostros y voces de RTVE.

EL PRECIO DE LAS NUEVAS ESTRELLAS DE RTVE: DE PEPA BUENO A DAVID CANTERO

La 1 y RNE. EL MUNDO ha tenido acceso en exclusiva a la documentación que revela el coste de los sueldos máximos que cobrarán los nuevos rostros y voces de la televisión y la radio públicas para esta temporada

Por ***Esther Mucientes*** *(Madrid). Imagen de* ***Josetxu L. Piñeiro***

La dirección de RTVE tiene como objetivo devolver a la radio y televisión pública la relevancia de antaño y, para ello, ha tirado de fichajes estrella. Todo cambio conlleva un coste y una de las principales partidas está en los sueldos de los nuevos rostros y voces de la televisión y la radio pública. Pero, ¿cuál es el precio de las nuevas estrellas de RTVE?

El total de los sueldos máximos de los fichajes que no son de la *casa* –Pepa Bueno, Lourdes Maldonado, Juan Ramón Lucas, Gorka Rodríguez, David Cantero, Isabel Gemio y Miguel Ángel Menéndez– suma 1.397.920 euros que se reparten de la siguiente manera, según la documentación a la que ha tenido acceso en exclusiva EL MUNDO.

Pepa Bueno, como presentadora y directora de *Telediario 2*, percibirá un máximo de 265.290 euros repartidos en 12 cuotas de 22.160 euros. A ellos habría que añadir los especiales informativos en los que participara. Lourdes Maldonado, el otro fichaje externo de los nuevos Telediarios, tendrá un sueldo máximo de 110.000 euros. El sueldo anual de Alejandra Herranz, según se desveló en 2024, fue de 97.732,1 euros; el de Marc Sala era de 115.000 euros anuales y Álex Barreiro, del matinal, percibía en 2023 un máximo de 80.529 euros.

En RNE, de todos los nuevos fichajes, el de mayor coste es el de Juan Ramón Lucas. El locutor, al frente de *Las mañanas de RNE*, percibirá un sueldo máximo de 183.500 euros. Le sigue David Cantero, la nueva voz de *Las tardes de RNE* en sustitución de Maldonado, el cual percibirá un máximo de 180.000 euros tras abandonar los Informativos de Telecinco por falta de un acuerdo económico. Miguel Ángel Menéndez, al frente de los Deportes de RNE, cobrará un máximo de 157.000 euros. Isabel Gemio, que regresa a la radio pública 30 años después de su primera vez, está al frente de *El último tren* –de 00.00 a 02.00 horas– y podría obtener hasta 150.000 euros de salario. Y Gorka Rodríguez, al frente de *El despertador de RNE*, y Ángeles Caso, al frente de *El ojo crítico* los fines de semana en Radio 1, tendrán unos sueldos máximos de 110.000 euros.

El pasado 25 de junio el Comité de Compras de RTVE, presidido por el director general del ente, Sergio Calderón aprobó también algunas de las renovaciones con más dudas sobre su continuidad. El *Late Xou* de Marc Giró obtuvo luz verde para desarrollar 13 nuevas entregas de la que será la cuarta temporada por un importe de 2.984.310,59 euros para el *prime time* de La 1.

RTVE también aprobó la producción por parte de Catorce Comunicación de 158 capítulos de *Aquí la tierra* por importe de 2.967.909,41 euros para el segundo semestre de 2025. Al igual que con *Malas Lenguas*, de cuya votación se inhibió Calderón, al estar producido por La Osa Producciones, donde él mismo trabajaba antes de su fichaje por RTVE. En este Comité se aprobó la contratación de 134 capítulos de la segunda temporada del magacín de info entretenimiento presentado por Jesús Cintora por un coste máximo de 4.264.055,22 euros.

Queda por saber aún cuál ha sido el coste de fichajes recientes como Marta Flich y Gonzalo Miró para el magacín de tarde de La 1, *Directo al grano* o la renovación del contrato de Silvia Intxaurrondo al frente de *La Hora de La 1*.

El salario de Pepa Bueno podría llegar hasta 265.290 euros repartidos en 12 cuotas

David Cantero, nueva voz de 'Las tardes de RNE', percibirá un máximo de 180.000 euros

SERIES FESTIVAL

El director del South Festival defiende la capacidad exportadora de España en series

Fermín Cabanillas Sevilla, 1 sep 2025 (EFE).- Carlos Montiel, el director del South International Series Festival, la cita con las series de ficción y documentales que se inicia el próximo día 12 en Cádiz, ha defendido este lunes la calidad de las series que se hacen en España, país que, con el auge de las plataformas, se ha convertido "en un gran exportador" de estos productos".

En una entrevista con EFE a solo unas horas de que este martes se active la venta de entradas para la tercera edición del festival, Montiel ha asegurado que afronta esta perspectiva "con mucha ilusión y muchas ganas de que la gente empiece a interesarse", para destacar el nivel "de las series y los documentales que hemos traído a la ciudad".

Ha recordado que hace tres años, cuando "estaba empezando nuevos proyectos", le propusieron ser partícipe "de este proyecto del South, un festival de series de Docuseries con una sección de industria muy relevante", para encargarse directamente de la sección de Industria, lo que consiguieron hace en cinco mees.

"Salió todo creo que razonablemente bien para el poco tiempo que tuvimos", afirma.

Una potencia de cantidad y calidad

El director del South ha analizado cómo es el trabajo en España en estos momentos en producción de series, y sostiene que "hay mucha cantidad, y, obviamente, normalmente de la cantidad suele salir la calidad, y este es el caso".

En España, ha recordado, se produce mucho porque "es un país que que, desde que se crean las plataformas, es uno de los mayores exportadores de series propias más allá de nuestras fronteras", todo ello a partir "de un fenómeno muy particular que fue 'La Casa de Papel', que abrió la producción española a todos los países del mundo".

Así, subraya que el nivel de España es muy bueno. "Antes se hacían series buenas, pero quizás con menores presupuestos de producción, porque era solamente pensando en una explotación local, una explotación española", pero ahora, "como se sabe que tienen mayor potencial internacional, los niveles de producción son mayores, se trabajan mejor y salen proyectos de mayor calidad".

'El centro', para la apertura

Carles Montiel ha explicado que la serie de Movistar+ 'El Centro' es la elegida para inaugurar la edición de este año, "una serie sobre sobre el CNI, en la que, como os podéis imaginar, hay asesinatos, hay traiciones, hay un poco de todo y es maravilloso", y subraya otras apuestas, como la comedia 'Nails', la historia de un grupo de mujeres "que montan un negocio de uñas".

Y todo en el marco de un festival que recoge la tendencia que se activó sobre todo por la pandemia, ya que "en el ámbito del consumo de producciones audiovisuales, las series probablemente en estos momentos están en la prioridad número uno por parte de la mayoría de la gente", por encima del cine, "por lo que significa, por el esfuerzo que significa".

Sin embargo, la creación de las plataformas fue lo que supuso que las series, "de repente, tuvieran una dimensión dentro del consumo cultural de la sociedad cada vez mayor", y eso se aprecia también en el público que acude al festival, que es diverso, como su propia oferta.

Con estos mimbres, el South International Series Festival arranca con la ayuda del Ayuntamiento de Cádiz y la Diputación, patrocinadores privados y acuerdos también con la Universidad de Cádiz, la fundación del Sindicato de Escritores de Estados Unidos o Mediterráneo Mediaset España, todos unidos para un festival que tiene en las series su principal baluarte. EFE

EL VALOR DE SER LIBRES Y FIABLES
vozpópuli

ECONOMÍA

Moncloa mantiene la apuesta por abrir su canal en la TDT pese al nulo interés empresarial

Radio Televisión Española ofreció la primera entrevista de la temporada a Pedro Sánchez



EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO, PEDRO SÁNCHEZ – EUROPA PRESS

Carlos R. Cózar | (Santander)- 02/09/2025 · 04:45

El Gobierno no quiere enterrar el proyecto del nuevo canal en abierto en la Televisión Digital Terrestre (TDT). Moncloa confía en que, a pesar del revés sufrido por la marcha atrás de Prisa, encuentre un inversor capacitado para lanzar el proyecto.

Lo cierto es que el Ejecutivo de Pedro Sánchez va con retraso, aunque desde dentro del Ministerio de Transformación Digital intenten asegurar que sigue en plazos. El pasado mes de marzo, el propio organismo aseguró que, antes del verano, se abriría el proceso de adjudicación. La idea de Moncloa era acelerar todo lo posible para tener listo cuanto antes el nuevo dial.

Dicho canal, como ya ha contado en otras ocasiones este medio, tenía como objetivo crear diferentes programas de televisión con una línea editorial alineada con los pensamientos de Moncloa. Pedro Sánchez quería replicar la estrategia de José Luis Rodríguez Zapatero con la creación de La Sexta. No obstante, al líder del Ejecutivo no le están saliendo las cosas de la mejor manera y, salvo sorpresa mayúscula, el proyecto quedará enterrado.

Pero, volviendo a los plazos, el Ministerio de Transformación Digital no está cumpliendo con el plan establecido. Iniciado ya el curso político (y también mediático), el portal de contratación sigue esperando la documentación necesaria para que los interesados puedan optar al nuevo dial de la Televisión Digital Terrestre.

Desde la cartera digital se señala que "los plazos siguen cumpliéndose" y esperan que el proceso avance y, finalmente, pueda salir adelante. Así lo manifestó la secretaria de Estado, María González Veracruz, durante su intervención en el 39.º Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones, celebrado en Santander.

Sin prisas porque salga la licitación

Con todo, Moncloa quería tener listo el proyecto en septiembre, en su planteamiento original, pero con la retirada de Prisa y la falta de inversores potenciales para acometer un trabajo de tal magnitud, el escenario ha cambiado. El Gobierno ha pasado de hacer todo lo posible para acelerar los planes de la nueva televisión a no tener ninguna prisa. El tiempo juega en su contra y sería un fiasco de grandes dimensiones si, finalmente, la adjudicación quedara desierta.

El proyecto de Prisa, con el que se tenía casi todo acordado, contaba con los ideólogos José Miguel Contreras y Carlos Núñez. Ambos directivos estaban diseñando todo al milímetro para que, este septiembre, se lanzara la televisión, centrada en los informativos y en las tertulias.

La negativa de Joseph Oughourlian desembocó en una guerra interna en el grupo, que se saldó con un reguero de salidas, entre ellas las de Núñez y Contreras. Tal era el avance del proyecto que la propia Prisa ya había contactado con diversos periodistas y presentadores para que se incorporaran a la nueva televisión.

Fuentes del sector mediático explican a este periódico que, bajo este escenario contrario a los intereses de Moncloa, el Ejecutivo se ha puesto manos a la obra para intentar buscar potenciales inversores que puedan interesarse por el dial de la Televisión Digital Terrestre. En un primer momento, el mercado especuló con la posibilidad de que Telefónica acudiera a la licitación después de que Joseph Oughourlian desechara por completo los planes de Pedro Sánchez.

Pero, según indican fuentes cercanas a la operadora de telecomunicaciones, esta opción no se contempla. Las mismas voces revelan que, dentro del plan estratégico en el que trabaja Telefónica, no está prevista la posibilidad de que Movistar acuda a la licitación. “Carece de sentido empresarial”, zanjan.

RTVE, el salvavidas de Moncloa

Mientras se determina si habrá o no canal de televisión en abierto con una línea editorial muy ligada a Moncloa, Radio Televisión Española se ha convertido en el bote salvavidas de Pedro Sánchez.

Precisamente, el presidente del Ejecutivo dará su primera entrevista del curso político y mediático a RTVE. Pepa Bueno, destituida precisamente del Grupo Prisa, ha sido fichada por el canal público como presentadora de las noticias de la noche en La 1. Como ya contó este periódico, Moncloa ha colocado en varios programas a periodistas muy afines al Gobierno, como Javier Ruiz o Jesús Cintora.

El propio José Pablo López, presidente del ente público, se defendió el pasado fin de semana a través de las redes sociales y aseguró que RTVE mantiene una programación “plural” y criticó a quienes ponen en duda la deriva de la cadena pública.

“Los ataques que están sufriendo RTVE, algunos de sus profesionales y colaboradores/as, no son algo casual, sino causal. Las causas tienen que ver con nuestra mayor competitividad y con la promoción del debate político plural desde la tele y la radio públicas. En definitiva, con causas empresariales y políticas ajenas al servicio público”, afirmó en su cuenta de X.

Un largo y tedioso proceso para crear la nueva televisión

Por otra parte, fuentes del sector remarcan que el nacimiento del nuevo dial gratuito de la TDT “implica un proceso largo y tedioso” a nivel técnico. Se deberá reorganizar varios múltiplex, los contenedores donde se alojan los canales. Para hacer espacio, se trasladarán cuatro señales de televisión y se comprimirá la capacidad de algunos múltiplex, que pasarán de albergar cuatro canales en alta definición (HD) a cinco.

Los múltiplex afectados serán el RGE1, que actualmente reúne cuatro canales de TVE; el MPE2, que agrupa la oferta de Atresmedia; y el MPE3, que concentra la de Mediaset. Aunque esta reestructuración reducirá ligeramente la calidad de la emisión, el impacto se intentará mitigar con mejoras técnicas. El movimiento permitirá liberar espacio en el múltiplex MPE5, que el Gobierno adjudicará mediante un concurso público.

Paralelamente, el Ejecutivo ha fijado las bases para impulsar la emisión en Ultra Alta Definición (UHD), también conocida como 4K. En una primera fase, el múltiplex RGE2 se habilitará como plataforma experimental: la mitad de su capacidad será asignada a TVE, que podrá emitir uno o dos canales en UHD, mientras que la otra mitad se repartirá entre Atresmedia y Mediaset, que planean ofrecer en 4K sus canales estrella, Antena 3 y Telecinco. Con esta medida, el Gobierno busca acelerar la adopción de televisores compatibles con la nueva tecnología.

EL INDEPENDIENTE

ECONOMÍA

La guerra de los 'rebeldes de Prisa' les cuesta cara: ya han perdido 22,5 millones de euros



Redacción de El País, perteneciente al Grupo Prisa

Rubén Arranz @RubenArranz_ 02 / 09 / 25 - 00: 06

Se atribuye a Napoleón una frase lapidaria: "Para hacer la guerra hacen falta tres cosas: dinero, dinero y más dinero". Quizás podría aplicarse una afirmación similar a la situación a la que se enfrenta actualmente el grupo de empresarios que adquirió en mayo de 2022 el 7% de las acciones que poseía Telefónica en Prisa por 34 millones de euros con el objetivo de influir en la gestión de la compañía, como se ha demostrado a la postre.

Según figura en el Registro Mercantil, estos inversores, agrupados en la sociedad Global Alconaba S.L., acumularon un déficit de 22,5 millones de euros entre 2022 y 2024, en los cuales participaron en operaciones de salvamento financiero planteadas por la propietaria de la SER y El País. Si no lo hubieran hecho, se habría reducido su peso en el accionariado.

Esta sociedad está capitaneada por Andrés Varela Entrecanales, un empresario audiovisual que estuvo vinculado al proyecto de Globomedia, al que también perteneció José Miguel Contreras, otro de los productores cercanos a la órbita del PSOE y cercano a Moncloa durante la presidencia de Pedro Sánchez.

Varela Entrecanales fue también fundador del grupo The Pool Talent Manager, es decir, de una de las productoras del documental Las cuatro estaciones, que versa sobre el día a día de Moncloa y sobre la Cumbre de la OTAN de Madrid. Este reportaje se emitió en exclusiva en El País durante 2024.

Como vocales de Global Alconaba también figuran Fernando Garcilaso de la Vega Ocaña (reputado y premiado publicista), José Manuel Fernández-Velasco (Zebra Producciones), Alberto Knapp (WPP y The Cocktail), Juan Fernández Jaquotot y el propio Varela Entrecanales.

Una operación millonaria

Su operación de entrada en Prisa se cerró a 0,68 euros por acción, con una prima de adquisición de 10 céntimos por unidad. Actualmente, el valor de cada uno de los títulos es de 0,36.

Dentro de su memoria de cuentas de 2024, figuran unas pérdidas de 653.898 euros, que se suman a las de 1.538.631 de 2023 y las de 20,4 millones de 2022.

19. Impuesto sobre beneficios	41900			
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 19)	49500		−653.897,52	−1.538.631,17

En el citado informe, se explican las diferentes operaciones financieras que han aprobado sus socios durante los últimos años, que se destinaron tanto a sufragar la entrada en Prisa como a apoyar las operaciones de adquisición de bonos -obligatoriamente convertibles en acciones- y evitar diluirse en el capital de la sociedad.

En 2023, aparece registrada una ampliación de capital de 1,59 millones de euros mediante la creación de 1.594.904 participaciones sociales a un euro de valor nominal cada una de ellas y una prima de asunción.

En 2024, planteó una operación similar por un valor total de 2,7 millones de euros, así como una reducción de capital de 200.000 euros.

Historia de un conflicto muy sonado

En ese tiempo, Global Alconaba, en alianza con José Miguel Contreras -entonces, consejero editorial de Prisa Media- y con el entonces consejero delegado del grupo, Carlos Núñez, presionaban para que Joseph Oughourlian -dueño de Amber Capital y presidente de Prisa- aceptara volver a la TDT mediante un nuevo canal, proyectado en las entrañas del grupo.

Moncloa empujó para posibilitar esta operación, pero el pasado marzo, Oughourlian y una mayoría amplia de los consejeros la rechazaron por considerarla inviable. Unas horas después, Núñez y Contreras eran despedidos, mientras aumentaba el sonido de los tambores de guerra con el Gobierno y con los accionistas de Prisa más cercanos al PSOE. Entre ellos, Global Alconaba y Adolfo Utor, dueño de la naviera Balearia.

No habían pasado muchas semanas desde aquel momento de tensión cuando Oughourlian presentó al Consejo de Administración las condiciones de la refinanciación de los 750 millones de euros de deuda del grupo, que implicaban un aplazamiento de los vencimientos desde 2026 hasta 2029, pero también la firma de una cláusula -solicitada por Pimco, principal acreedor- que blindaba al dueño de Amber Capital en la presidencia de Prisa.

Eso llevó a Global Alconaba a iniciar un proceso judicial, al considerar que se habían visto vulnerados los derechos de los accionistas minoritarios. Desde entonces, varios medios de comunicación han publicado informaciones que apuntan a un interés de sus socios de adquirir Prisa, pero desde Gran Vía 32 restan importancia a esas declaraciones de intenciones.

theguardian



The long read

Bland, easy to follow, for fans of everything: what has the Netflix algorithm done to our films?

When the streaming giant began making films guided by data that aimed to please a vast audience, the results were often generic, forgettable, artless affairs. But is there a happy ending?

By Phil Hoad Thu 28 Aug 2025 06.00 CEST

When the annals of 2025 at the movies are written, no one will remember The Electric State. The film, a sci-fi comic-book adaptation, is set in a world in which sentient robots have lost a war with humans. Netflix blew a reported $320m on it, making it the 14th most expensive film ever made. But it tanked: though The Electric State initially claimed the No 1 spot on the streamer, viewers quickly lost interest. Today, it doesn't even feature in the company's top 20 most viewed films, a shocking performance for its most expensive production to date. It became just another anonymous "mockbuster", crammed with the overfamiliar, flashy signifiers of big-screen film-making: a Spielbergian childhood quest, a Mad Max post-apocalyptic wasteland, Fallout-style retro-futuristic trimmings.

Another way of classifying The Electric State is as an example of the "algorithm movie", the kind of generic product that clogs up streaming platforms and seems designed to appeal to the broadest audience possible. Directors Anthony and Joe Russo, whose style might be politely described as "efficient", specialise in this digital gruel; they also made the similarly forgettable action thriller The Gray Man, starring Ryan Gosling.

If you haven't clicked on an algorithm movie, you've probably been offered one by autoplay. Often, the title obligingly lets you know what's in store: Tall Girl, a 2019 teenage romcom, is about a, well, tall girl; Uglies, a sub-Aldous Huxley sci-fi satire, is about a future in which cosmetic surgery is a rite of passage; in Murder Mystery, Adam Sandler and Jennifer Aniston play fish-out-of-water Yanks who turn Poirot on a European cruise. They may feature one of the new tier of stars, often big names but one level below those who are able to open films on their name alone, such as Tom Cruise or Margot Robbie. These actors – Sandler, Dwayne Johnson, Jennifer Lopez, Gal Gadot – had the most to gain from kissing the streaming ring. The current king of the algorithm movie is Ryan Reynolds, who starred in 6 Underground, The Adam Project and Netflix's second most-viewed film, Red Notice.

Algorithm movies usually exhibit easy-to-follow story beats that leave no viewer behind; under this regime, exposition is no longer a screenwriting faux pas. A recent n+1 article revealed that screenwriters who work with Netflix often receive the note: "Have this character announce what they're doing so that viewers who have this programme on in the background can follow along."

In this age of "second-screen viewing", the content remains within cosy aesthetic lines, so as not to jar viewers out of their Netflix'n'chill stupor. The lighting has that bright digital look, but remains stolidly low contrast. The sound mixes are flat because they need to work across environments and devices: people are watching on everything from VR headsets to beaten-up mobile phones.

Algorithm-friendly entertainment – trawling as widely as possible for viewers, fully or half-attentive – is putting cinema on a slippery slope, believes Ted Hope, the one-time independent producer who went on to head up Amazon Original Movies in 2015. "If you see people are enjoying ambient programming, [the temptation is] to give them what they want. I would say: don't give them what they want." Hope quit Amazon in 2020 as it was moving away from auteur-led titles (Kenneth Lonergan's Manchester by the Sea, Park Chan-wook's The Handmaiden) and towards a more populist strategy.

Among the streaming companies, Netflix is by far the most successful. It now has 301 million subscribers worldwide – 100 million more than its nearest competitor, Amazon Prime Video. Releasing more than 100 film "originals" a year, it is more prolific than even the Hollywood studios in their Golden Age peak. It expanded in the 2010s from its US base into nearly 200 countries and operates as a monolithic global distributor of entertainment. While some of its content is purely local, it also aims to select the

most promising titles throughout the world and make them available internationally (as happened with the TV show Squid Game and the 2022 Oscar-winning German adaptation of All Quiet on the Western Front).

Netflix's model, and its enormous success, gives it unprecedented influence over cinema's future. It's unclear how far the shape of that influence is determined by the algorithm. Certainly any Netflix viewer will have noticed the proliferation of films that seem to fit the category of "algorithm movie" – but they are not algorithmic in the sense of being directly machine-generated (at least not yet). The company's co-CEO, Ted Sarandos, has denied "reverse-engineering" films from its data, telling Vulture.com in 2018 commissioning was "70% gut and 30% data" (though in an interview three years earlier, he had it the other way around). Netflix's PR department declined to let me talk to any of its senior executives for this story, but it reiterated the line about "the misconception that we commission by algorithm". A number of the company's former executives, and others in the film industry, would only speak to me on condition of anonymity; aware of Netflix's current dominant position in the industry, and its caginess about its use of data, they fear it could harm their careers if they spoke publicly about their experiences.

So what is going on inside the black boxes of the streaming platforms? To what extent are algorithms and data really driving film production – and if they aren't, where are all the so-called algorithm movies coming from?

In the late 00s, Netflix's then director of personalisation, Todd Yellin, set himself a trifling task: completely redefining the taxonomy of how films and TV were classified. He was a dedicated cinephile and director who had made a well-received debut feature in 2006, the Brooklyn family drama Brother's Shadow. But working at Netflix gave him an opportunity to flex other skills. "I also have a mathematical side to my brain," he said, "so I thought if you subdivide movies and TV shows into their constituent parts and tagged them accordingly, would that help put the right title in front of the right person at the right time?"

This was his plan for refining Netflix's recommendation system; the process by which content is sorted and mathematically weighted in order to give individual users the most pleasing selection. Often referred to as "the algorithm", it actually involves 10 or more interlocking ones.

After putting his toddlers to bed, Yellin would sit down in an old chair and raid his library of cinema books for ideas about how to classify content. He quickly went beyond the repertoire of traditional genres – horror, comedy, thriller – to begin tagging titles by subject-related criteria: "Is it about dancing? Architecture? Marital relationships? Then we'd look at emotions – how dark is it?" For tonal matters, he and his team assigned values from one to five or one to 10.

A new job position – “tagger”– was created to watch and classify Netflix content. Yellin remembers it as painstaking work. He and his helpers eventually devised what in 2014 amounted to 77,000 “altgenres” (there are very likely more now): the categorisations that also, depending on what the algorithm serves you, appear on the Netflix homepage as row labels, the categories of films you’re offered. They run from the blandly familiar (“Adventure films”) to the slightly more specific (“Relentless crime thrillers”) to the infuriatingly broad (“Feel all the feels”). And then of course there’s the “Casual viewing” supposedly rotting everyone’s brains, the likes of The Electric State or Red Notice, an action-comedy that’s a mashup of James Bond, Indiana Jones and Fast & Furious.



Ryan Gosling in The Gray Man. Photograph: Stanislav Honzi/AP

Sometimes these row labels are automatically generated, based on underlying relationships between the altgenres revealed by machine learning. Every user is assigned a mathematical “distance” to each altgenre, based on how much or how little they interact with them on the platform. Aggregated across millions of users, this web of consumption patterns reveals unexpected correspondences, overlaps and affinities in viewers’ tastes. One example was the overlap between audiences who liked Formula One and classic rock’n’roll documentaries; in that instance, the recommendation system might generate a category that combined the two.

This deeper data architecture was a gamechanger for Netflix. Originally, the service had generated recommendations based on a five-star system of user ratings, but in 2017 Netflix abandoned this in favour of the altgenre-based system. “Moving from explicit to implicit recommendations was the big shift,” said Yellin. “Recommendations based on behaviour – what you actually watched and consumed, versus what you said you liked.”

The streaming companies receive, through their user interfaces, unprecedented amounts of data. In 2017, Netflix logged 700bn “data events” – interactions with the platform in some form – per day. Not just whether you opted for something in “So completely captivating” or a sports documentary – but what device you watched it on, what time of day you were viewing, how many other titles you lingered over, whether you turned something off early, how many times you rewatched, and on and on. All nodes in the galactic data cloud the services use to decide what films and TV shows to put in front of us.

It’s not surprising that data culture is embedded in the way streaming services do business. After all, they were tech companies long before they were film studios. Amazon Prime Video is of course an off-shoot of the world’s largest online retailer, while Netflix – which started as a mail-by-DVD business in 1997 – was similarly rooted in online logistics. Its co-founder Reed Hastings was originally a computer scientist and engineer. But as Netflix matured from a distribution company into a studio – producing its first TV show, House of Cards, in 2013, and its first film, the African war drama Beasts of No Nation in 2015 – the importance of data in creative decision-making has only grown.

Like most Silicon Valley outfits, Netflix likes to move fast. Within five seconds, to be precise – this, according to the pitch workshop document they hand out to potential collaborators, is the length of time within which the “audience subconsciously decides whether they will watch your show”.

A swift and unambiguous opening is a non-negotiable for the company; most of the film-makers interviewed for this article mentioned it. Screenwriter Aron Coleite was brought on to punch up the 2024 sci-fi film Atlas. His draft originally opened with the film’s star, Jennifer Lopez, interrogating the severed head of a robot terrorist. It was deemed too left-field and Coleite ended up replacing it with a more conventional Swat team raid intro; he was swayed by Netflix’s data demonstrating that viewers need to be hooked within a certain window. He feels that window is getting shorter: “I see it shrinking as attention spans are harder to corral.”

At Netflix, specialist strategy and analysis teams are embedded within every division of the business. The strategy and analysis team in the content division helps value a prospective new title – whether acquired or developed in-house – by modelling its

performance based on historical data. The company has been doing this a long time: there are talks available on YouTube going as far back as 2016, in which Caitlin Smallwood, then head of science and algorithms at Netflix, details how a film's predicted success evolved according to new elements added during pre-production, such as certain actors coming on board, or the reaction on social media to a teaser trailer. (Netflix later clamped down on this kind of disclosure, afraid it might be interpreted as the algorithmic adulteration of art.)

According to Smallwood, this process went as far as assessing pitch decks or scripts for elements that might boost or reduce their appeal. Director Cary Fukunaga mentioned a complex narrative structure in his 2018 big pharma miniseries Maniac being nixed because of the audience loss predicted by the data. "The algorithm's argument is gonna win at the end of the day," he told GQ. Netflix's data teams were always developing new products to guide content-related decisions, including software that displayed important statistics (such as the relevant altgenres and other classifications) for every title in baseball card-style summaries, and a tool that rated the audience appeal of niche character actors.



Millie Bobby Brown (centre) and Chris Pratt (right) in The Electric State. Photograph: Netflix

Smallwood, who left Netflix in 2021, said that nothing was enforced on the basis of data alone. “With content executives, our team’s goal was to enhance the creative process – not to replace it. We wanted them to consider what the data and algorithms suggested, even if they rejected it,” she said. When I talked to creatives, it was striking that persuasion rather than coercion seemed to be Netflix’s modus operandi. Almost all the people working with streaming companies I spoke to said they were surprised by how little raw data they were given. During the making of films in particular, the note-giving process remained largely as it has always been, rooted in executive intuition.

The company does issue house style guides, very probably influenced by data at some level. Some of these guides are narrative-related, like the pitch workshop one, which has a pretty generic set of screenwriting rules, like “Who is the hero, and what do they want?” and “The location should be a character in your story”. (Nothing so egregious as insisting characters announce what they’re doing.) Sometimes these address aesthetic matters: a producer who has worked on one of the company’s recent hit shows mentions a stipulation to ape the chilly David Fincher look. Yellow is apparently a resonant, usefully non-gendered colour when conceiving children’s programmes, following in the Day-Glo wake of SpongeBob and the Minions.

The most tangible data film-makers receive comes in the form of periodic performance reviews – three, 10, 30 days after release – practised by Netflix and Amazon Prime Video. Often this consists of figures on viewership and completion rates; some people find this nebulous compared to box office revenue, the performance metric traditionally used by studios. There’s also Netflix Preview Club which, unlike the performance reviews, allows pre-release tweaks to be made. The Preview Club is an early-access section for invited viewers, and combines up-to-date monitoring of how viewers interact with a piece of entertainment with more traditional focus group-type questioning. But it’s not clear how much of this research film-makers themselves are privy to. Several tell me that it would have been helpful, as they made final post-production changes, to have had more granular data on audience reactions.

Often, what film-makers and executives told me about the streamers’ approach to data didn’t sound so different from the old Hollywood studio production-line mentality. Studios have always sought a rationalised and repeatable formula for success, from the typecasting of actors during the Golden Age to proscriptive screenwriting manuals like Syd Field’s Screenplay and Blake Snyder’s Save the Cat during the conglomerate era, and rigorous test screening. Script analysis software in the 2000s, like Epagogix and ScriptBook, tried to predict box office success based on story tropes and the personnel attached to projects; these were prototypic versions of what the streaming companies are doing now.

If algorithms are a fixed set of steps leading to a controllable outcome, then the earlier development process, trying to line up the ducks of storytelling in the right order, was also algorithmic in a crude sense.

In fact, more data has just intensified old-school Hollywood problems, such as how to get film-makers, and even the streaming companies' own creative executives, to trust it to guide artistic matters. Part of the problem is agreeing how to usefully interpret the swirl of data. The different metrics, and the importance assigned to them, changed constantly, said a former Netflix film executive. "I had more managers than I could count, and the success metrics changed just as often. You can have all the metrics you want but that does not mean you are making better decisions or creating more loved content." Executives can also selectively interpret data to stack the deck in favour of their own projects, said a producer who has overseen a slate of films for Netflix. In its external PR, the company advertises the uniqueness and sophistication of its algorithm; internally, however, people are still trying to realise their own preferences and passions. "And they leverage the algorithm for that," the producer said.

And film-makers and executives alike know the truth: when it comes to assessing the probable success of a title, data can only do so much. Netflix is diligent about predicting how titles will perform on the platform, regularly reviewing the accuracy of its forecasts and subsequently updating the models. But many major hits, such as The Queen's Gambit and Squid Game, were a complete surprise. William Goldman's famous maxim about Hollywood – "Nobody knows anything" – still holds.

But if Netflix doesn't burden film-makers with data, and if there's no consensus about how to interpret what little data they do see, then what's responsible for all the familiar-feeling, paint-by-numbers content that's crowding your screen?

One answer is that the data is in fact making decisions, just at an earlier stage in the process: it determines what does and doesn't get commissioned. Film-makers are unlikely to be aware whether their project was greenlit or turned down on the basis of what data or algorithms said about it. But I spoke to one agent who told me that, at one major studio, creative executives have been excluded from the greenlighting committee so as not to skew the decision-making process with old-fashioned artistic frippery.

Others in the industry have different explanations for the glut of algorithm movies. Producer Neal Dodson, whose 2019 thriller Triple Frontier was a Netflix Original, thinks that executives aren't paying too much attention to the swirl and confusion of data; they're merely choosing to play it safe. "They wanna make great movies, but they don't wanna get fired," Dodson said. "They're afraid if they do something a little too risky, they'll get fired. But if they don't do anything risky enough, people say they didn't make good movies. It's a rock and a hard place."

Maybe this conservatism – hardly unusual for Hollywood executives – is what has fuelled the algorithm movie, rather than anything truly algorithmic.

There's a certain irony to still being beholden to the restricted thinking of the analogue era, said another former Netflix film executive: "I used to joke that, because of the acceleration of everything, Netflix had gone from being a very new media company to quite an old-fashioned media company quicker than ever before."

Another reason for tired, samey content could be the lack of oversight that characterised Netflix's growth phase in the late 2010s. Before that, it had supported auteurs who were struggling to get backing from Hollywood studios; this brought the company the likes of Bong Joon-ho's eco-terrorism action-adventure Okja, Alfonso Cuarón's memoir-drama Roma, and Martin Scorsese's long-gestating crime epic The Irishman.



Stephen Graham and Al Linea (l-r, centre) in The Irishman. Photograph: Album/Alamy

But around 2016, Netflix decided to change its approach. It flooded the platform with content, bankrolled by issuing debt (up from around $500m in 2013 to nearly $13bn in 2019). It scrabbled to deliver enough movies and TV shows to its expanding subscriber base; South Park ribbed the company in one episode, by having its executives answer the phone: "Netflix, you're greenlit. Who am I speaking with?"

A producer of an independent movie, who received more than $10m in funding from Netflix, said he was given no notes during shooting, and the company's executives did not watch the dailies. "They basically wired us the money; my impression was I shouldn't call them unless there was a house on fire. They have more money than any studio ever maybe, but they couldn't stay on top of all their films. You can't scale that quickly." Many other film-makers I spoke to similarly claimed that Netflix largely gave them a free hand.

This producer believes the lack of rigour and the lack of experienced film executives during the company's expansion phase hurt its quality control. On the one hand, this phase allowed the creation of left-field or brilliant works like Okja, the erratic art-world satire Velvet Buzzsaw, and Charlie Kaufman's I'm Thinking of Ending Things. On the other, it allowed reams of landfill titles with generic plots and shooting styles to pile up on the platform.

Netflix's expansion era came to a sudden end in spring 2022. The explosive, pandemic-driven subscriber growth of 2020 – when Netflix added 37 million new members – had petered out, and in the last quarter of 2021 and the first of 2022, it lost hundreds of thousands of subscribers. Wall Street responded: the company's share price dropped 57% on a single day.

This caused a crisis of confidence within Netflix. The company capped its content budget at $17bn a year, ending the precipitous annual rises of the previous few years. The blank-cheque policy for big-name directors was also cancelled (romcom queen Nancy Meyers' $150m-budgeted comeback Paris Paramount was scrapped, for example).

After Netflix introduced a cheaper, ad-supported tier in 2022 and clamped down on password sharing the following year, subscriber numbers started climbing again. But the company is still trying to run a tighter ship. It appointed the seasoned Warner Bros executive Dan Lin as its new head of film in February 2024; according to the Hollywood Reporter, he got the job on the basis of telling the company "the movies were not great and the financials didn't add up". It's too early in his tenure to judge him on his film output, but the expectation is that he will clamp down on quantity and budgets, while trying to bolster quality.

This approach is compatible with what Bela Bajaria, Netflix's chief content officer, called the company's "gourmet cheeseburger" model – offering viewers familiar-feeling, mass-market products with upmarket production values. Spread-betting on an inoffensive mainstream, rather than riskily hunting down artistic excellence, is better for sustaining subscriber numbers. People might be drawn to a platform by a single standout title, but they remain on it when they know there will be a steady supply of good-enough titles.

As Steven Soderbergh told Vulture: “The entire industry has moved from a world of Newtonian economics into a world of quantum economics, where two things that seem to be in opposition can be true at the same time: you can have a massive hit on your platform, but it’s not actually doing anything to increase your platform’s revenue.” A film’s success is no longer solely defined by its box office performance; stuck inside a single streaming platform, it has been walled off from hard financial realities. Netflix’s slippery viewing metrics have encouraged this disconnect. It used to define a “view” as watching 70% of a movie. In January 2020, the company decided that watching two minutes was enough to qualify. Now, it calculates the number of views for a film or TV show by the total number of viewing hours logged by all users for a title, divided by its run time (so as not to disadvantage shorter titles); better, but still a smeary average.

Certain film-makers – like David Fincher, who is contracted to Netflix – see artistic liberty in throwing off the shackles of the box office. Others see this new lack of accountability as drifting ever further towards algorithmic blandness. “The best thing you can do if your business goal is limited to audience acquisition is to get everybody to watch the same thing,” said Ted Hope. “Because even if you have that strategy of a regular cadence of supply, you know that what increases engagement is more people talking about the same thing.”

There was once a notion that streaming companies – facilitated by infinite server space and bottomless catalogues – would find new audiences for more obscure film titles. But in an analysis of Netflix viewing data between 2016 and 2019, independent researcher Stephen Follows found that the company was even more reliant on a handful of big titles than theatrical box office: the top 7% of Netflix titles in the US accounted for 50% of views (compared to 41% of box-office takings for the top 7% of cinema titles).

It isn’t so much that movies are being made by algorithm as that, by continually surfacing the mass-market or safe choice, the algorithm itself has a flattening, coarsening effect on our overall tastes. It’s intriguing that while the majority of Netflix collaborators interviewed for this piece praised their individual creative experience, most also expressed concern about how algorithms may be homogenising culture on a wider scale. “It is a fear of mine,” said the director of a major Netflix blockbuster. “There’s this constant balance that we’re trying to find with technology. Algorithms can be incredibly useful when you want a suggestion for what to watch. And they can also be madly infuriating and the stifler of originality and creativity. Both can be true.”

Netflix, or at least some of its former employees, are aware of the issue. Smallwood said that her greatest challenge was how to lead viewers into the deeper catalogue and avoid offering them only variations on what they’ve already watched. “We intentionally injected variety into people’s personalised pages,” she said. “As if we’re

sprinkling in a few items that are not at the very top of the algorithm's list." (The company has recently filed patents for innovations to this effect.) It even experimented with different ways that viewers could express their preferences in order to shape what they're shown. But "consumers don't want to have to work hard to find what to watch," said Smallwood. "They just want the right thing served up to them."

Not only do streaming companies have no incentive to promote diversity of content in the industry, said Ted Hope, but they have also destroyed the broader business model that makes diversity possible. When Netflix or another streaming service buys a film, it effectively demands that it becomes the single distributor worldwide; this model innately favours mass-market work that will travel widely. It has also rendered obsolete the old piecemeal tactic of pre-selling distribution rights in individual territories, which was often how independent films cobbled together their budgets.



Ryan Reynolds, Gal Gadot and Dwayne Johnson in Red Notice. Photograph: Frank Masi/Netflix

The trade analyst Tansy Kelly Robson pointed out that before the streaming era, even the traditional studios were incentivised to take on some more offbeat films. Though such titles had uncertain box office value, studios could generate revenue from them by reselling them to TV networks. But with the streaming companies' films corralled inside their own platforms, the newcomers have little reason to make adventurous work with value elsewhere.

If they need to shake up their catalogue, they can cherrypick maverick indie work that performed well in cinemas or at festivals – without taking on the financial risk of developing them.

Robson noted that a prominent film might bring subscribers to a platform, "but it's hard to tell if that's [because of] the show or another extraneous factor, and cost per viewer makes it, essentially, a loss-leader". That is quite possibly the case not only for more unusual offerings, but also for expensive algorithm movie misses like The Electric State. But it seems that what Netflix is doing is working – and that Wall Street is convinced for now. Since April 2022, its stock prices have steadily risen. Customers and shareholders seem happy enough with the platform's never-ending carousel of forgettable offerings.

Netflix may be back on track, but the algorithm movie as we know it is about to be super-charged by the next generation of automation: AI. The technology, by its nature, plunders the creativity of the past. For the film industry's purposes, its training data will include scripts, footage, soundtracks, editing patterns, special effects work, every conceivable domain of labour from Hollywood's last 125 years. Auto-generating all of these using AI will cost a fraction of doing them for real. But the gains in productivity and efficiency will come at the cost of further entrenching the algorithmic approach to creativity.

AI is already being used on the fringes of films. Netflix used generative AI to insert CGI characters into some shots in The Electric State and also to create a sequence of a collapsing building in the Argentinian sci-fi series El Eternauta. Amazon also used the technology for visual effects work in its biblical series House of David. But such examples are far from generating a film or TV series from scratch.

Todd Yellin believes ChatGPT is capable of writing a cookie-cutter Christmas movie now – but the potential blowback for trampling on human artistry wouldn't be worth the risk. Most interviewees I canvassed think we are still some years away from AI producing a boundary-pushing script.

The streaming firms already auto-generate artwork and trailers, personalised for each subscriber. If, say, Good Will Hunting appears on the feed of an inveterate romcom watcher, their thumbnail image for the film would feature Matt Damon and Minnie Driver getting cosy; for a user who prefers comedies, Robin Williams would feature. For Yellin, this kind of use of AI remains on the right side of the line: "An important distinction artistically and perhaps ethically is between using algorithms and generative AI to create a movie or TV show versus using them to create a promotional piece of content."

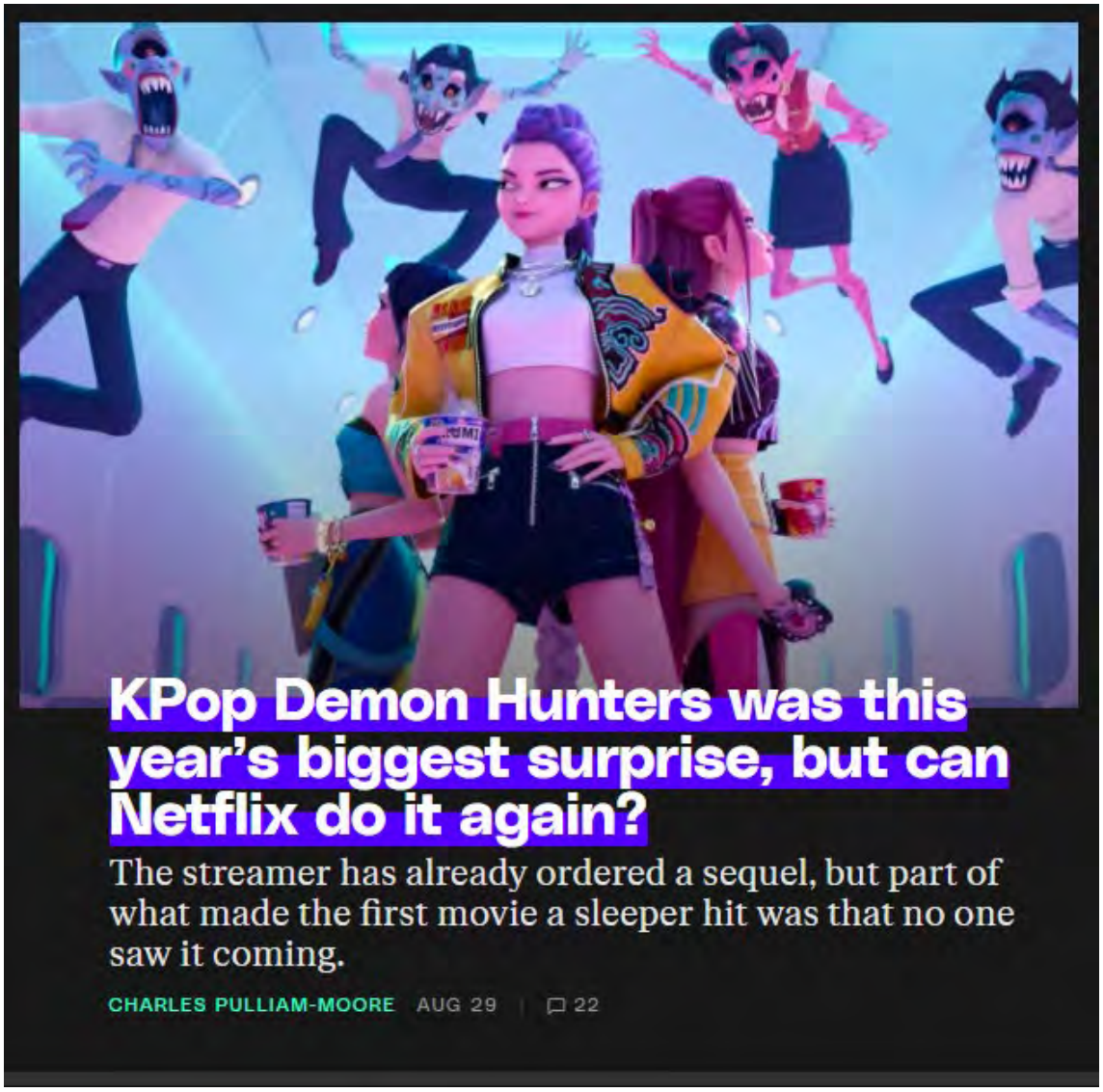
But it's hard to believe that the streamers will stop there. Stephen Follows recently conducted a survey of patents being filed by Netflix and Amazon Prime Video; among the former's 500 filings are machine learning-based tools for editing and visual effects, while the latter has filed more than 7,000 patents in similar areas. Its innovations span every area from script analysis, to automated storyboarding, to synthetic audience simulation in which to test key concepts, to "emotion monitoring" that can track viewer responses in real time.

The strange paradox of the streaming era is that as the quest to personalise entertainment has continued, entertainment itself is becoming steadily more impersonal. The user, and the fantasy of unlimited choice, is king. The auteur, and singularity of perspective, are now subordinate – and the tsunami of AI threatens to wash them away completely.

Yellin is still trying to reconcile the industry's turn to optimised content with his passion for art that has personality. He quit Netflix at the end of 2022 to return to his first love, directing. He co-wrote and directed The 52nd State, a crime story about a Costa Rican IT worker laid off by Hewlett-Packard who gets embroiled in a scam. It finally started shooting this summer. But, returning to a radically altered film-making landscape, Yellin was taken aback at how difficult it now is to raise financing for an indie. "It's been a hard road. The model for making an independent film has shifted," he admitted. "Many companies have stepped away from pre-financing independent films. Why put up the risk to fund them ahead of time, when they can pick the ones they want out of the litter later?"

Why indeed? Luckily, he still had his connections, and his old friend, the Netflix co-founder Reed Hastings, stepped in to bolster the project as executive producer; his first foray into film production. The billionaire tech mogul brings in the cavalry for beleaguered indie film: how's that for an algorithmically neat third-act plot twist?

The Verge



When you watch *KPop Demon Hunters*, it is easy to see why it has become the most popular movie that Netflix has ever released. The animated musical's story about a trio of pop stars tasked with protecting humanity from monsters is familiar, but refreshingly different and infinitely more stylish than other narratives like it. The soundtrack is full of undeniable bangers that amplify the movie's gorgeous action and never let you forget that it's a celebration of Korean culture. *KPop Demon Hunters* also unabashedly centers women in a way that you seldom see in genre features from major studios like Sony, which produced the project.

But the fact that *KPop Demon Hunters* feels like it came out of nowhere is another important part of its meteoric success. And as Netflix sets out to turn the Huntr/x girls into franchise stars with a sequel, the streamer needs a thoughtful strategy if it wants to conjure up this kind of movie magic again.

Netflix would not be in such an enviable position right now if it had not entered an agreement with Sony back in 2021 giving it the exclusive US streaming rights to Sony Pictures Entertainment's (SPE) big-screen features following their theatrical runs and home entertainment releases. As part of the deal Sony could still sell direct-to-streaming movies to other platforms. But Sony also agreed to give Netflix first-look rights to any of the films it intended to make or license for streaming. This meant that Netflix, which would co-develop and release these Sony projects, could call dibs on anything in the SPE pipeline before its competitors had a chance to make offers. *KPop Demon Hunters*, which was first announced just a month before Netflix and Sony's deal became official, was one of the movies the streamer wanted for itself.

Sony *could* have kept the movie for itself by giving it a traditional theatrical release, which would have put the studio in a position to collect whatever box office totals *KPop Demon Hunters* made the old fashioned way. But as Matt Belloni at *Puck* points out, 2021 was a very different time for the entertainment industry. Movie theaters were still closed due to the covid-19 pandemic, and Sony needed a way to make money without relying on ticket sales. The deal gave Sony a way to keep putting movies out and minimize pandemic-related layoffs. And in exchange for footing all $100 million of *KPop Demon Hunters*' production costs and paying Sony an extra $25 million fee, Netflix got to keep the film's most profitable rights, including merchandising.

It's funny to think of Sony execs shouting up at the sky and kicking themselves as Netflix soaks up all the adulation for producing one of this year's best features. But the truth is, there really was no way of knowing just how much of a success *KPop Demon Hunters* would ultimately become. Every studio desperately *wants* to put out hits and be seen as having a deep understanding of what gets people flocking to theaters. But identifying hits in the making is an imprecise science that's complicated by audiences' fickle tastes, timing, and a number of other factors.

What is fairly clear about *KPop Demon Hunters*' rising star is that its success was not immediate. It took time for the movie to really begin gaining traction on Netflix. A massive marketing push from Sony might have catapulted it to the top of the box office if things had gone that route. But *KPop Demon Hunters* feels like the perfect example of a movie benefiting from this current moment of pop culture consumption where many people pride themselves on discovering things that they unexpectedly love, and then rushing to tell as many people as they can about said things.

The "surprise" of it all feels like an important part of how *KPop Demon Hunters* became *KPop Demon Hunters* as we currently know it, and that kind of energy is hard to replicate. For one, more people know this property now. The songs, merch, and fan art are everywhere you look, which speaks to the fact that the movie's viewership on Netflix has consistently grown since it started streaming in June.



It's probably going to be a good long while before the movie's hype calms a bit, but when (if?) it eventually does, Netflix will need a solid plan to get the Huntr/x fan base reactivated for a sequel.

The streamer has already taken steps to keep the momentum going with sing-along theatrical screenings and by fast tracking the development of official merchandise. And there's little doubt that we'll be hearing more of the movie's music when the next awards season rolls around. Because Netflix has begun *KPop Demon Hunters* as its answer to *Frozen*, it is also reportedly thinking about releasing a short film set in the same world as a way to tide audiences over until a proper sequel is released.

But the key takeaway from *Frozen* (2013) and *Frozen 2* (2019) might just be that Netflix doesn't need to rush the next chapter of *KPop Demon Hunters*' story. Even after a six-year wait, the *Frozen* sequel went on to become *the* most successful animated movie of all time (an honor that now belongs to *Ne Zha 2*). And Netflix could achieve something similar if it plays its cards right.

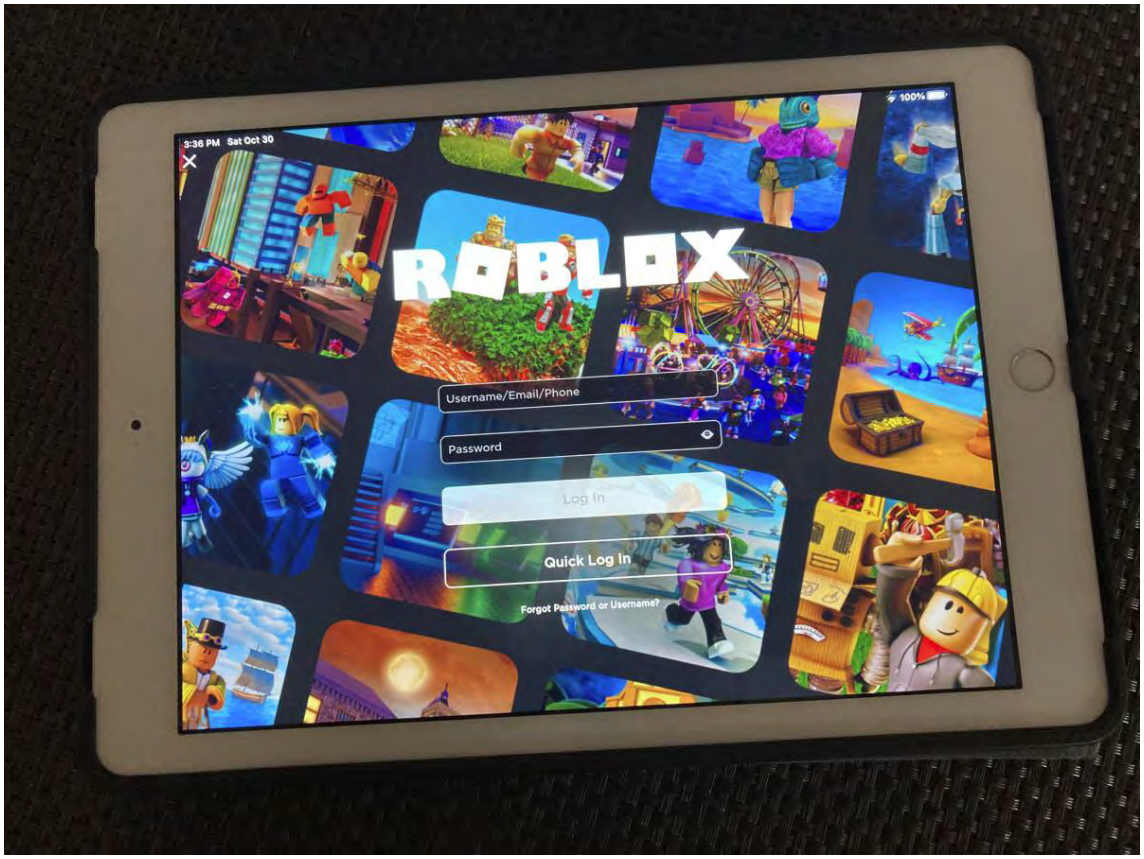
Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy Behold Hero Complex

Hollywood Inc.

Look out, Hollywood. Video game franchises dominate Gen Alpha's attention



"Roblox" is the top entertainment franchise for Gen Alpha, according to NRG.

By Wendy Lee Aug.

29, 2025 2:55 PM PT

Want to get Generation Alpha into movie theaters? Look to video games.

Kids still like to go to the movies, according to a high-profile new research report. But the franchises they care about are not the traditional Hollywood popcorn fare.

Seven of the top 10 entertainment franchises that the youngest generation of moviegoers cares about are video game properties, according to a recent study by National Research Group (NRG).

The top five titles that Gen Alpha kids, generally considered to be those ages 12 and under, say they talk most about were Roblox, "Minecraft," "Fortnite," "Grand Theft Auto" and "Pokémon," all of which originated from the world of video games. The highest-ranked non-video game property was Marvel and Walt Disney Co.'s "The Avengers," at No. 6.

Studios have started to catch on. Spring's "A Minecraft Movie," based on the popular game where users build and explore different worlds, was such a huge success. The film, adapted by Warner Bros. and Legendary Entertainment for the big screen, grossed $955 million at the global box office, according to Comscore. Young fans packed the theater, cheering during scenes important to gamers.

"Gaming is a deeply important part of Gen Alpha culture because it provides an essential venue for socialization," said Fergus Navaratnam-Blair, NRG's vice president of trends and futures. "Social gaming platforms like Roblox and Fortnite give them the opportunity to spend time with their friends, build communities, and develop a sense of their own identity."

That could present a shift in the way theaters and studios cater to Gen Alpha, a key demographic born 2013 onward, to their future survival. Compared with millennials and Gen X, a higher percentage of Gen Alpha members (38%) said they would see a movie in a theater instead of waiting for it to come to a streaming service if their friends were talking about it, NRG said.

Nearly 60% of Gen Alpha members said they enjoy watching movies in theaters more than at home, according to NRG, which surveyed more than 6,000 U.S. moviegoers in May and June of this year. The majority of kids surveyed ages 6-to-12 said the reason why they go to the theater is to spend time with friends and family and "to make seeing the movie feel like a special event," according to NRG.

"We are seeing the signs within this demographic that they do really value the experience of watching movies in theaters," Navaratnam-Blair said. "The fact that they have grown up surrounded by phones, tablets, other sorts of devices, if anything, that seems to have made them more appreciative of the opportunities that they do get to switch up from all of that."

Stories that resonate with Gen Alpha can come from franchises they are already familiar with, like "Minecraft," or ones such as "Wicked" that inspire them to create fan fiction or show off their fandom by dressing up like the characters, he said.

Already, studios are marketing their films to reach younger consumers on platforms they frequent including Roblox and TikTok.

Movie theaters can help cater to Gen Alpha by making the viewing an experience, such as selling food that is matched to what characters are eating on screen, Navaratnam-Blair said.

Younger audiences also can still be attracted to seeing a movie in a theater if it's a special event that happens after the title has started streaming. For example, many people attended sing-along showings of the popular animated film "KPop Demon Hunters" in theaters even after streaming it first on Netflix. The sing-along version of the film was the No. 1 movie domestically during the weekend it was briefly in theaters, with an estimated $18 million in ticket sales.

"This is a generation that does offer hope for the future of theatrical moviegoing," Navaratnam-Blair said. "We just need to understand what it is they're looking for, that experience, and play into it in a way that gives them what they're looking for out of that."

The Hollywood Reporter

MOVIE NEWS

Summer Box Office Clobbered by Kryptonite: Domestic Revenue Barely Matches Last Year

The May to Labor Day season initially soared, but global grosses took a nosedive as foreign movie ticket sales plunged further and a glut of male-skewing tentpoles battled for scraps in the U.S.

By Pamela McClintock August 31, 2025 9:36am



Whatever happened to the mantra "survive until '25," the go-to refrain for theater owners and Hollywood executives trying to remain optimistic when the box office kept slumping last year, with revenue lagging well behind pre-pandemic levels?

Perhaps the mantra disappeared this summer when it became clear that not even the likes of *Superman* or even bigger and scarier dinosaurs could save the day. As the summer season wraps on Sept. 1, Hollywood is facing the worst-case scenario: May to Labor Day ticket sales in North America barely matched the $3.67 billion collected in 2024, even if the deficit was only $7 million. Piling in on, Universal and Amblin's rerelease of Steven Spielberg's 50-year-old *Jaws* beat two new studio films domestically over Labor Day.

All had assumed this year's summer lineup would have the strength to equal or surpass the $4.09 billion grossed in summer 2023. But it isn't to be, leaving studio execs and exhibitors in a state of shock as they wrestle with how to operate in a new world order where moviegoing might never return to pre-COVID levels. (One studio that's still smiling is Warner Bros., which has been a dazzling winning streak.)

"I'm very, very nervous for the future," says one top studio executive. "There are all these studios and companies making movies. I don't think there is enough of an audience for them." That is not a sentiment theater owners or many other studios share — they think the solution is *more* product delivered to their big screens.

The season certainly started off with a bang, but grosses took a nosedive in the latter half as the life raft once provided by the foreign box office nearly deflated and a glut of male-skewing tentpoles battled for scraps. In North America, Disney's live-action *Lilo & Stitch* and Paramount's *Mission: Impossible — The Final Reckoning* fueled a record Memorial Day weekend. *Lilo* took in $182 million during the four-day holiday on its way to becoming the only 2025 title so far to cross $1 billion at the global box office. *Mission: Impossible* opened to a franchise-best $79 million domestically for Paramount. The late-May bloom resulted in domestic revenue being up 25 percent year-over-year, but the downhill slide soon started.

"Since June 13, we've had just one up weekend, which was July 11-13 when *Superman* opened," notes Comscore chief box office analyst Paul Dergarabedian. "And beginning July 18, the domestic box office has been down every weekend for six weekends in a row." The result: The year-over-year, much-needed advantage has diminished to a mere 5 percent.

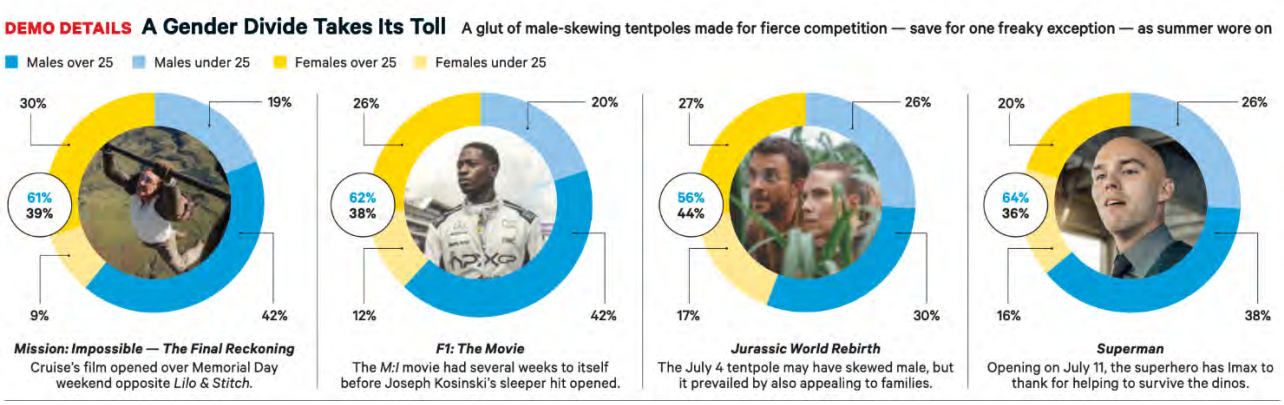
David Croyé's consulting and research firm JustWatch Media, which monitors trailer campaigns and moviegoing habits, found that weeks ago only 25 percent of people said they'd prefer to wait to see a summer movie on streaming, a healthy sign. In more recent days, however, that number shot up to more than 36 percent. He says this hits mid-size movies particularly hard, as well as being a major reason why the sheer number of people going to the cinema may never equal pre-COVID times.

"I don't think the studio system will fill the gap that started from the pandemic," says the founder and CEO of JustWatch. "It's not as mass a market anymore. It's about an even smaller group of people going to the movies more often. So there's a lot more streaming and watching at home."

Mission: Impossible was among numerous tentpoles competing for male eyeballs in the U.S. Before the pandemic, a studio could rely on the foreign box office to make up for any lost ground stateside. China alone could pony up $100 million to $200 million, if not more, in receipts. These days, a Western title is considered a hit if it earns $50 million at the Chinese box office.

Take Tom Cruise's *M:I* franchise, whose movies have always been popular in China. This summer, *Final Reckoning* took in a stellar $65 million for a foreign cume of $400.6 million and $598 million globally. Yet that pales in comparison to the $181 million grossed by *Mission: Impossible — Fallout* in 2022. That film's foreign haul was $604 million for a worldwide total of $824 million.

Jurassic World Rebirth also prospered in China, earning nearly $80 million there as part of its global total of $887 million. But that's nothing compared with the $261 million earned by *Jurassic World: Fallen Kingdom* in the pre-pandemic era (the 2018 movie grossed $1.3 billion globally).



Studio insiders say a raft of other markets in Asia have soured on U.S. movies as local content flourishe. That includes South Korea and markets across Southeast Asia. One startling example: Hollywood titles used to make up 50 percent of the box office revenue in Vietnam; now it's just 14 percent. The downturn has hurt superhero pics in particular, explaining the lackluster offshore performance of Marvel's *Fantastic Four: First Steps* and DC Studios' *Superman*.

In 2024, six of the top 10 highest-grossing studio movies earned 60 percent or more of their total earnings from the foreign box office. This year so far, that number is three out of the top 10. That's a far cry from pre-pandemic 2019, when eight of the top 10 studio films hit that threshold. Superman films have always been a tough proposition because of the comic book character's pro-American legacy. But even *Man of Steel* earned nearly 57 percent of its $670 million global haul from the foreign box office. This summer's *Superman*? A mere 43 percent.

The overall downturn at the foreign box office — which extends beyond Asia — in terms of the appetite for Hollywood pics helps explain why *Lilo & Stitch* has been the only 2025 title so far to cross $1 billion worldwide. It's the first time since 2021, when the pandemic was still ranging, that at least two films haven't reached this milestone by the time summer was over, including *Inside Out 2* and *Deadpool & Wolverine* last summer. *Lilo*, thanks to being known IP and a family film, was able to play well across the globe. And pics targeting parents and kids are doing record numbers in Latin America, such as *Lilo* or DreamWorks Animation and Universal's *The Bad Guys 2*.

Regardless of where summer revenue lands, there were plenty of highs and surprise hits, including Warners' *Weapons* and *F1: The Movie*, the Formula One pic from Apple Original Films that had already broken numerous records before pulling off the biggest surprise of summer in passing up *Superman* on Aug. 27. "While the overall numbers came in lower than expected, it would be unwise to conflate this less than expected outcome in terms of revenue with the quality of the movies," says Dergarabedian. That, however, may be cold comfort to execs tasked with drawing up theatrical slates

Summer Box Office Heading into Labor Day



Rank	Title STUDIO	Release date		Estimated budget	Rotten Tomatoes %	Domestic gross	% of total	Foreign gross	% of total	Global gross
1	*Lilo & Stitch* DISNEY	May 23		$100M	72%	$421.8M	41%	$610.3M	59%	$1.032B
2	*Jurassic World Rebirth* UNIVERSAL	July 2		$180M-$225M	51%	$336.3M	40%	$510.8M	60%	$847M
3	*How to Train Your Dragon* UNIVERSAL	June 13		$150M	76%	$262.7M	42%	$366.1M	58%	$628.8M
4	**F1: The Movie* APPLE / WARNER BROS.	June 27		$200M-$300M	82%	$186.5M	31%	$420.6M	69%	$607.1M
5	**Superman* WARNER BROS.	July 11		$225M+	83%	$348.2M	57%	$258.5M	43%	$606.7M
6	*Mission: Impossible — The Final Reckoning* PAR	May 23		$300M-$400M	80%	$197.4M	33%	$400.6M	67%	$598.1M
7	**The Fantastic Four: First Steps* DISNEY	July 25		$200M+	87%	$259.3M	53%	$233.2M	47%	$492.4M
8	*Thunderbolts** DISNEY	May 2		$180M+	88%	$190.3M	50%	$192.2M	50%	$382.5M
9	*Final Destination: Bloodlines* WARNER BROS.	May 16		$50M	92%	$138.1M	48%	$149.1M	52%	$287.2M
10	**Weapons* WARNER BROS.	Aug. 8		$38M+	94% Best	$120.9M	57%	$90M	43%	$210.9M
11	**The Bad Guys 2* UNIVERSAL	Aug. 1		$80M+	88%	$67.8M	44%	$88M	56%	$155.8M
12	*Elio* DISNEY	June 20		$150M-$200M	83%	$72.9M	48%	$79.3M	52%	$152.2M
13	*28 Years Later* SONY	June 20		$60M	88%	$70.4M	47%	$80M	53%	$150.4M
14	*Ballerina* LIONSGATE	June 6		$80M-$90M	76%	$58.1M	43%	$77.9M	57%	$136M
15	**Freakier Friday* DISNEY	Aug. 8		$45M	73%	$73.2M	63%	$42.9M	37%	$116.1M
16	*Karate Kid: Legends* SONY	May 30		$45M	58%	$52.5M	47%	$60M	53%	$112.5M
17	*Smurfs* PARAMOUNT	July 18		$58M	21% Worst	$31.1M	28%	$79.1M	72%	$110.2M
18	**The Naked Gun* PARAMOUNT	Aug. 1		$42M	88%	$48.7M	55%	$40.4M	45%	$89.1M
19	*Materialists* A24	June 13		$20M	80%	$36.5M	43%	$48.6M	57%	$85.1M
20	*I Know What You Did Last Summer* SONY	July 18		$18M	37%	$32.1M	50%	$31.9M	50%	$64.1M

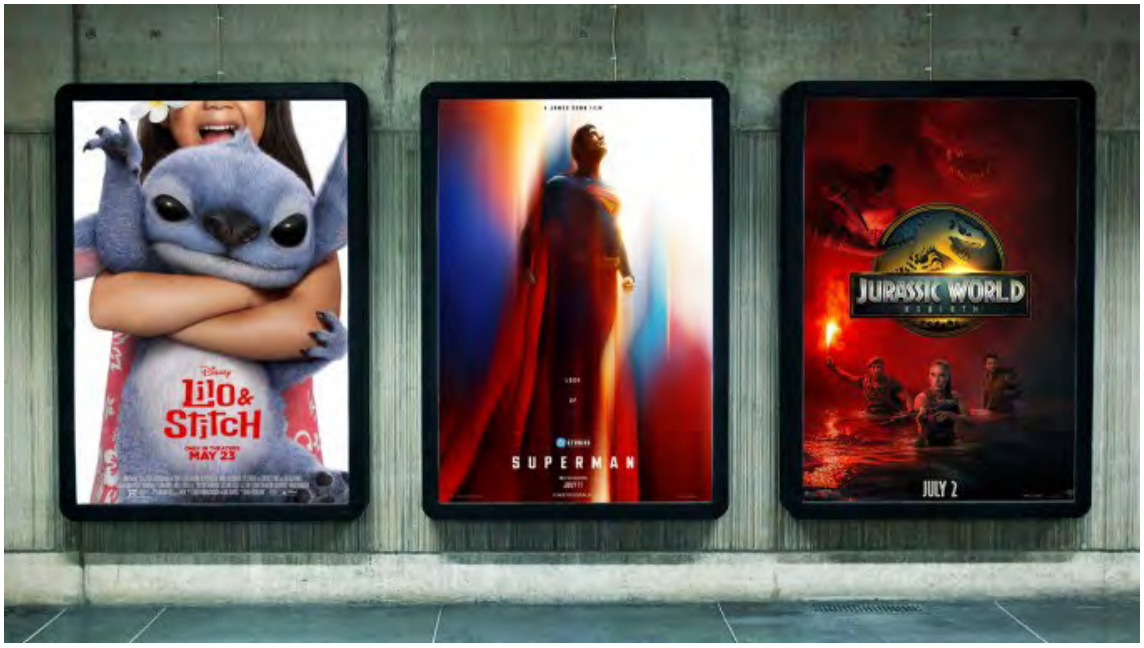
Source: Comscore, May 2 to Aug. 27 *Still in theaters

DEADLINE

NEWS

Summer Box Office 2025: Admissions +1M To 275M, Disney Wins At $1B, Warner Bros Surges. But Why Isn't Anyone Excited?

By Anthony D'Alessandro September 1, 2025 4:30pm



The top three movies of summer 2025: 'Lilo & Stitch,' 'Superman' and 'Jurassic World Rebirth 'Getty Images

A cynicism prevails in the media over this summer's box office coming in at **$3.67 billion**, about even with last year's.

Sure, this summer was a glass half full, even for the major studios. But, let's pin the blame for false expectations on Gower Street who audaciously predicted that the North American box office was headed for a record post-pandemic $4.2 billion (we even took the bait). That's why there's all these sour headlines. Why, how and where they forecasted that number off this summer's slate to be +14% higher than last summer, go figure. Last summer was powered by a long-awaited Pixar sequel in *Inside Out 2* and the Disney Marvel Cinematic Universe's full-bodied embrace of a R-rated movie in *Deadpool & Wolverine* (which also benefitted from being the first superhero movie of the summer — in late).

Granted, there was an excitement for a $4 billion-plus season after the $326.7M record Memorial Day frame spurred by *Lilo & Stitch* and *Mission: Impossible – Final Reckoning* openings.

So, the summer box office isn't down, it's about even. That's a very good thing considering that *Inside Out 2* and *Deadpool & Wolverine* combined grossed $1.28 billion stateside last summer, repping 35% of the entire season. The upside to this summer? The wealth was spread out. Rather than two films sucking up most of the air, and only nine films crossing $100M+, there were 11 movies that crossed the century mark this summer (*Sinners* grossed $131.8M of its $278.5M total in the season alone).



'Kpop Demon Hunters' Netflix

It's not that theatrical is dead. Hell, king streamer Netflix even embraced it to stunt ***Kpop Demon Hunters*** to a $19M two-day opening. But there's ennui out there that we haven't returned to pre-Covid levels, when summer annually, going back to 2012, largely grossed $4 billion-plus.

There's some upbeat stats to creep a smile.

Box office analytics corp EntTelligence reports that attendance shot up by **1 million to 275M** for the May through Labor Day span from a year ago.

Screen Engine/Comscore's PostTrak tells Deadline that this summer saw male moviegoers up +5% for general titles. The over-and-under 25 demo was consistent for such films, though men over 25 were up 4%. Family titles, the ever-dependable box office genre, saw general audiences jump by 5%, driven largely by guys over 25, and an overall growth in the 25+ demo of +6%.

While most of the studios saw some gains or were flat with last summer, **Warner Bros** hit the jackpot over the May-Labor Day period, **up five-fold** over summer 2024 with **$980.4M** in the No. 2 spot. Hands down, the biggest gain made by any motion picture studio this summer. That's with a supply of originals like Apple's *F1* and New Line's Zack Cregger title *Weapons*, the reboot of DC Studios' *Superman*, and a horror sequel a generation was craving for in *Final Destination: Bloodlines*, the highest grossing title in the franchise ($138M domestic/$301M worldwide). Warners is doing so well this year, that

even if Paul Thomas Anderson's *One Battle After Another* buckles at the B.O. against its $140M pricetag, the studio will still be in the black by year-end in its ROI, and that's what counts the most. Warners is doing so great this year, they could afford to postpone a highly anticipated tentpole, *Mortal Kombat II*, to next May in the same mid-month slot where they had *Bloodlines*.



Walt Disney Studios Motion Pictures/Courtesy Everett Collection

Disney with 20th Century Studios and Searchlight led the seasonal heat wave, in what is no surprise, with **$1.02 billion**, buoyed by *Lilo & Stitch* ($423.3M, the second highest grossing movie YTD), *Fantastic Four: First Steps* ($266.1M domestic) and the ho-hum *Thunderbolts* ($190.2M). But the Mouse House is down **-32%** from a year ago (blame *Elio*, plus *Freakier Friday* has become quite sluggish in falling short of the century mark) which saw $1.5 billion (again, $1.2 billion of that being *Deadpool & Wolverine* and *Inside Out 2*).

We can poke holes at superhero movies all we want, evident in *Thunderbolts** lackluster start to summer with a $74.3M opening. However, DC Studios under Peter Safran and James Gunn did see a return of fortune for the comic book brand in *Superman* which stateside is the highest grossing one ever at $351.7M, but still second highest worldwide in franchise at $611.4M behind *Man of Steel*; this after the previous administration's string of flops in *Aquaman 2*, *The Flash*, *Blue Beetle*, *Shazam: Fury of the Gods*. So, mission accomplished there in reviving DC.

In addition, Fantastic Four: First Steps at a half billion worldwide is the highest grossing ever for that franchise. So, shut up, when it comes to superhero-itis. The reality check is that there is an arguable box office ceiling to certain pieces of IP (Batman and Spider-Man will always gross more than Superman), not to mention, the more FOMO fever surrounding a title, the better, hence one of the reasons why Superman outgrossed Fantastic Four.

Despite similar audience exits (A- CinemaScore, a 70%+ definite recommend percentile and 90%-plus Rotten Tomatoes audience score), it's clear based on a vote from consumer wallets, *Superman* was the more urgent to see.

Some have also argued that that neither pulled in a heavy enough family quotient or under 17 quotient, the latter 8% for *Superman* and 10% for *Fantastic Four*.

Universal at **$758M** is about even with summer 2024 thanks to *Jurassic World Rebirth* ($338.2M) and *How to Train Your Dragon* ($262.8M). Again, better flat, then down.



Paramount with Tom Cruise's franchise finale, *Mission: Impossible – Final Reckoning* and the reboot of *Naked Gun* ($51.3M) stands at **$279M**, +12% from last summer. While the media would like to write the loss obituary on *Mission: Impossible – Final Reckoning*, for the studio brass, the ~$350M production was never about first cycle profit gain, rather long-term franchise gain as the *Mission: Impossible* movies are enormous perennial cash cows in their library revenue generation. *Final Reckoning* at $197.4M domestic, $598M WW bests 2023's *Dead Reckoning* ($172.6M/$571M) but still isn't best in *M:I* show with 2018's *Fallout* at $220.1M domestic, $824.1M worldwide. *Naked Gun* showed that there remains a ceiling with broad comedies in the streaming era, specifically titles which aren't hybrid (hybridmeaning a movie like *Deadpool & Wolverine* which is half superhero, half ha-ha).

The industry yell is for original movies and more of 'em, and **A24** delivered that with four titles: the Dakota-Johnson-Pedro Pascal-Chris Evans romcom *Materialists*, horror movie *Bring Her Back*, the comedy *Friendship* and Ari Aster's social western political crazy action-comedy *Eddington* fueling an **$87M** summer, +160% from last year's $33.5M.

Sony, despite all good intentions with franchise reboots in *28 Years Later*, *Karate Kid: Legends*, *I Know What You Did Last Summer* and an original swing with Darren Aronofsky's *Caught Stealing*, was down tremendously from last summer with **$174.8M**, **-66%**. That amount includes Crunchyroll and Sony Pictures Classics titles. Only *28 Years Later* did the best, and can even claim some profit, at $70.4M domestic, $150.4M. Even though more was expected from this Danny Boyle package buy, you can't complain. In a

year flooded with horror, a $30M opening is one for any studio exec to beat their chest over. Why so low, Sony? The strike delayed script development on their biggest franchises. Better days are ahead next year with *Jumanji 3*, *Spider-Man: Brand New Day*, Cregger's *Resident Evil* and the next chapter of *Insidious.*

Lionsgate, from misfires including *John Wick* spinoff *Ballerina* and The Weeknd and Jenna Ortega's *Hurry Up Tomorrow*, grossed **$66.5M**, -8% from last summer's $72.9M.

Will we ever go back to pre-Covid levels? Interestingly enough, the industry pulled off a $4 billion summer in 2023 boosted by *Barbie*, *Spider-Man: Across the Spider-Verse*, *Guardians of the Galaxy* and *Oppenheimer*, and that's when the strikes were a stone in the shoe from mid-July on.

But still how do we fix this?

Sure, it's the same old babble of better quality of films, more originals, longer windows, etc.

Some answers lie for the overall industry in a recently published NRG study about Gen Alpha (under 12) moviegoers. NRG polled 6,100 moviegoers online between May and June, ages 6 to 60. The study was rather optimistic that the younger generation, who doesn't shell out for movies (their parents do), prefer watching movies in a theater more than home (59% preferring theater, 24% preferring home), the highest of any other generation, ahead of Gen Z, millennials, and GenX-ers. How do studios win over Gen Alpha and younger Gen Z moviegers? By giving them generational ownership and the opportunity to interact with their favorite IPs' theatrical extension (that's what made *Barbie* a hit in advance when the toy logo memes created a social media frenzy months in advance; not to mention younger moviegoers' desire to dress-up for *Wicked*, *Oppenheimer* and *Barbie* movies).

The NRG study recommended that studios should build stories that invite participation and co-creation for Gen Alpha, as well as meeting the demo where they are, chiefly promoting to them in game spaces and on social, in addition to selling moviegoing as a shared generational ritual.

If this summer showed anything, it was the need to reboot more female-heavy nostalgic IP, read the successes of *Lilo & Stitch* (62% female) and *How to Train Your Dragon* (56% female). Despite *Freakier Friday* falling short, two out of three ain't bad.

In addition, the NRG study found that Premium Large Format screens (65%), 3D or virtual screenings (58%), and screenings with special effects (54%) remain priorities for the under 12 demo. Again, for exhibitors, who recently caved in to Netflix's short window of *Kpop Demon Hunters*, that's not a feasible feat, many still remodeling with recliner plush seats.



Clearly the argument of windows went out the window with exhibition as a majority booked *Kpop Demon Hunters*. The gripe from studios is that it sends mixed signals to a consumer that they can watch movies at home and in theaters at the same time. Whose fault is this? The studios. They left summer bare with fewer **wide releases at 45** versus 51 in 2024 (wide being defined as those titles opening north of 1,000 theaters in weekend one). Any motion picture studio that doesn't want a Netflix short-window situation going forward should commit to more wide releases in the summer, particularly ones supported with a sizeable P&A spend. Paramount saw the opportunity for late summer next year and moved kiddie pic *Paw Patrol*: *The Dino Movie* to next August. Too many of the wide entries opening post pandemic are single digit starts at the B.O., titles that studios have cut P&A on in order to push into the lucrative home window where PVOD, SVOD and AVOD deals are still rich.

Some studios could have dated their releases better, arguably moving them outside summer to a drier time when the marketplace needed more titles. i.e. *Karate Kid: Legends* in the wake of *Lilo & Stitch* was too much family on top of family. *M3GAN 2.0* going pre-*Sinners* might have worked better (its CinemaScore was slightly better than the original, B+ to B). *Fantastic Four: First Steps* may have found a better runway rather than two weeks after *Superman*. It's not to suggest in any way there should be less product in summer, rather stronger, more distinguished, competitive fare (no studio can ever go without programming the final weekend of July with some sort of tentpole). In the wake of Marvel Studios' proving that Labor Day weekend is a place for tentpoles with 2021's *Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings* (holiday record 4-day opening of $94.6M), distribution strategists still haven't received the memo that the Friday-Monday stretch is a potential goldmine; those execs still weighed down by their old ways in historical data comps.

Needless to say, if we're going to evolve the box office, we gotta take better swings.

Said one top studio executive, "If summer taught us anything, it's about what's skippable."

Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy Behold Hero Complex

Hollywood Inc.

After high hopes, Hollywood's summer box office falls flat again



A line of children run down a darkened street with their arms outstretched in a scene from the Warner Bros. film "Weapons." (Warner Bros. Pictures)

By Samantha Masunaga Sept. 1, 2025 3 AM PT

Stitch, Superman and a flock of creepy children drew audiences to movie theaters this summer, but it wasn't enough to jolt box office revenue past even the dreary levels reached last year.

The total theatrical haul for the summer — which, for industry watchers, stretches from the first weekend of May through Labor Day — grossed $3.67 billion in the U.S. and Canada, down slightly from $3.68 billion in 2024, according to Comscore. The numbers are even more sobering compared with 2023's Barbenheimer-fueled summer sum of $4 billion, a target the industry used to hit routinely.

Though the season started with high hopes after spring hits including "Sinners" and "A Minecraft Movie," and particularly since there were several big franchise blockbusters on the lineup, the softer summer shows cracks in the movie business that have been growing for years.

Theaters have been grappling with declining attendance since before the pandemic, though the COVID-19-related shutdowns exacerbated that trend. Not only did audiences get used to streaming movies from home, but certain mid-tier films, such as comedies, increasingly migrated over to those platforms, making them rarer sights at the box office. Studios continue to suffer from an overreliance on franchises that are losing steam.

A series of massive hits can change the mood, but those were lacking this summer. For starters, no single film emerged as an unstoppable hit on the level of last year's Walt Disney Co. and Pixar animated sequel "Inside Out 2" and Marvel Studios' "Deadpool & Wolverine," which each hauled in more than $600 million domestically (and had global grosses exceeding $1 billion).

Disney's live-action adaptation of "Lilo & Stitch" was the heaviest hitter this summer, with about $420 million in domestic box office revenue and more than $1 billion globally.

Going into the summer, many in the industry felt that the major effects of the pandemic and the dual writers' and actors' strikes of 2023 had finally evaporated from theatrical lineups.

The planned release of several franchise titles also encouraged that optimism, including Universal Pictures' "Jurassic World Rebirth," Warner Bros. and DC Studios' "Superman," Marvel Studios' "The Fantastic Four: First Steps" and the Brad Pitt-led "F1 The Movie," from Apple and distributed by Warner Bros. Pictures.

But while those movies put up big numbers, most weren't overwhelming. "Jurassic World Rebirth" did worse than any of its predecessors since 2001's "Jurassic Park III," and the "Fantastic Four" reboot plummeted after a promising opening weekend.

Several blockbusters also faltered internationally, including "Fantastic Four" and "Superman," which both made less overseas than in the U.S. and Canada. ("Superman," in particular, may have suffered from the comic book character's historical association with explicitly American ideals.)

"There weren't very many flops," said Eric Handler, media and entertainment analyst at Roth Capital. "Everything did reasonably well, for the big movies. Just nothing really hit it huge."

Those big blockbuster titles also tended to skew toward male audiences, and there were fewer films that were explicitly female-focused this summer. The dearth of those female-leaning films may also have been a factor in the lower box office results, said Andrew Cripps, head of theatrical distribution at Disney.

“Compared to other years, there’s been some breakouts that have catered more strongly to females,” he said. “That was lacking this year.”

On top of that, several films straight-up bombed, including Universal and Blumhouse’s horror sequel “M3GAN 2.0” and the original animated film “Elio,” which notched Disney-owned Pixar’s lowest opening weekend ever.

The miss reignited a debate about audience interest in original animated films, which have had a harder time at the box office than sequels or movies based on existing intellectual property.

As if to hammer home the issue, Netflix’s animated “KPop Demon Hunters” became a cultural phenomenon after it hit the streaming service in June. It avoided theaters until a special release last weekend for a limited run of sing-along screenings.

Though Netflix does not disclose box office grosses, the film, which centers on a girl group that fights demons and features several high-octane earworms, was the No. 1 movie in theaters with about $18 million in ticket sales, according to industry estimates.

That translated into sold-out showings, particularly with younger audiences. Its popularity was a bright spot for exhibitors including Regal Cineworld.

“We saw a big uptick in young audiences coming into theaters for big cultural moments,” said Adam Rymer, chief commercial officer for the Britain-based chain, who noted a similar phenomenon with April’s “A Minecraft Movie.”

That younger demographic is one movie exhibitors hope to increasingly court, particularly with the success of PG-rated movies like “Lilo & Stitch” and Universal’s live-action adaptation of “How to Train Your Dragon.”

“I’m really hoping that the momentum that has been created with that this summer will continue into next year,” said Michael O’Leary, chief executive of theater trade group Cinema United. “You get younger demographics there, and you’re creating the moviegoer of the future.”

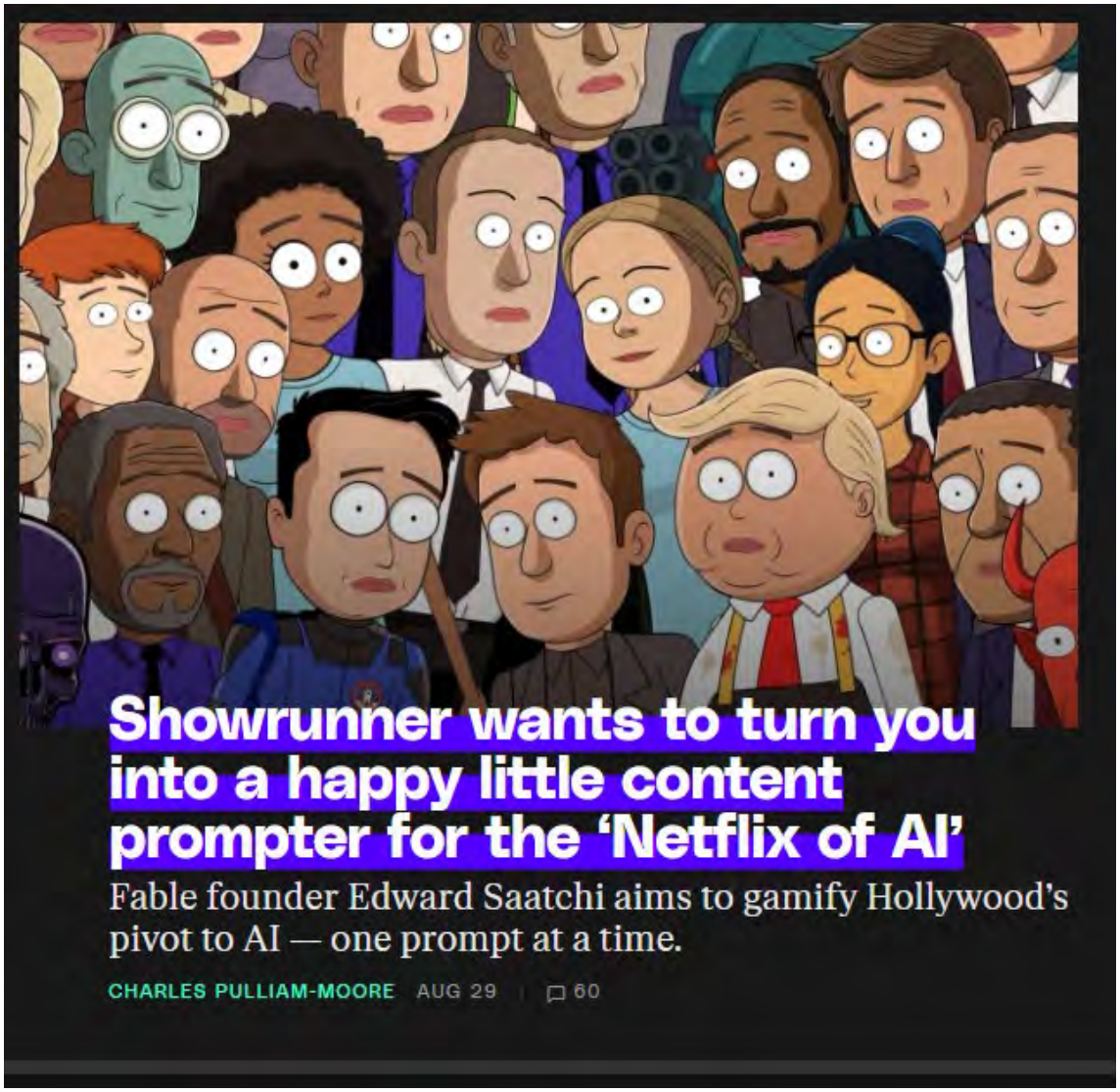
There were also some surprise hits, with Warner Bros.’ horror flick “Weapons” opening to a solid $43.5 million and continuing to show longevity at the box office, thanks to strong word-of-mouth and critics’ reviews. The Zach Cregger-directed chiller has grossed more than $120 million domestically.

Industry analysts and insiders expect this September’s results to be softer than last year’s, when the decades-later sequel “Beetlejuice Beetlejuice” propelled the box office. But the latter part of the year has a number of potentially big films, including James Cameron’s latest “Avatar: Fire and Ash,” Universal’s “Wicked: For Good” and Disney’s animated sequel “Zootopia 2.”

Though 2025 is shaping up to be weaker than many had hoped for, it's likely the year-end totals will come in above that of last year and 2023, Handler said.

"The end of the year is going to be very big," he said.

The Verge



As one of the cofounders behind Oculus Story Studio, Edward Saatchi knows how hard it can be to sell people on new tech that bills itself as revolutionary. Even though Story Studio snagged an Emmy for one of its three animated features, a general lack of public interest in VR movies led Meta to shutter Oculus Story Studio back in 2017. The VR era has come and gone, but Saatchi is confident that Showrunner, his new pivot to generative AI that just received an influx of cash from Amazon, can succeed.

Unlike a lot of other gen AI-centric entertainment outfits focused on deploying the technology in ways that audiences aren't necessarily meant to see, Saatchi and his team at studio Fable developed Showrunner with the intention of people using the platform to generate content tailored to their specific desires.

Currently, Showrunner lives on a Discord server where users can generate short animated videos by selecting characters and art styles from a list, and then writing prompts dictating what those characters say and how they interact with the environments around them.

After being told that you want to see Elon Musk and Sam Altman standing in an office break room and having a conversation about turning homelessness into a software as a service, Showrunner will generate a clip that mostly fits that description. Showrunner's clips are all styled to match the aesthetics of one of the platform's preset shows, like Exit Valley, a cartoon that appears to be a cross between Silicon Valley and Family Guy. The characters' awkward, AI-generated voices are meant to sound like the real people they are based on. And they tend to be animated with an odd stiffness that makes it clear how much of Showrunner's output is automated by machines rather than crafted by experienced human artists.



An Exit Valley clip featuring the likenesses of Donald Trump and Abraham Lincoln.

For now, the service is free, but Fable intends to start charging subscribers somewhere between $10–$20 per month at some point in the future. And while Showrunner is currently limited to generating output based on its own catalog of original programming, other studios like Disney have reportedly expressed interest in licensing their IP to the platform.

When I spoke with Saatchi recently, he admitted to being a bit too high on his own supply during his time with Oculus and deeply humbled when that version of the company ultimately came to an end. That whiplash left him reconsidering what consumers really want out of their entertainment, and it convinced him that the answers lie in gen AI.

”You have no idea how arrogant we were right after Meta acquired Oculus, but I remember being in meetings across Hollywood to show off our ideas, and we were just like, ‘You guys are done; we’re taking over,’” Saatchi told me. “But our net impact on the industry was zero in the end, and our revenue from VR movies was probably $10.”

To Saatchi’s mind, the big issue with VR was that it kept users in a kind of limbo where they were expected to be both passive and interactive depending on which scenes they were watching. Alternating between those two modes of engagement, Saatchi told me, was part of Oculus’ plan to make its projects feel like crosses between traditional movies and video games. But Saatchi’s own disinterest in watching VR movies was a clear sign to him that the technology was a dead end he should move on from in favor of something more dynamic.

Saatchi’s interest in gen AI was actually sparked by a technical roadblock he and his collaborators ran into while developing a VR adaptation of Neil Gaiman’s 2003 children’s book, Wolves in the Walls. In both tellings of the story, a young girl named Lucy lives in constant fear of the wolves living in the walls of her house, while her family insists that the creatures aren’t real. Saatchi and his team wanted their version of Lucy to be able to have fluent conversations with players / viewers as she guided them through the various rooms in her house. But the character was limited to reciting canned bits of dialogue rather than responding with context-specific speech.

This hurdle got Saatchi thinking more seriously about how he might be able to build Lucy as a complex “digital being” capable of having complicated interactions with people. That concept put Saatchi on a path to working with a team from OpenAI to see if it was possible. It wasn’t, not really. But the experience of building a slightly more robust Lucy character convinced Saatchi that generative AI could be the key to creating a new kind of entertainment experience.

“We made Lucy into a character that you can talk to and video chat with,” Saatchi said. “But what we quickly realized is that if you want to make a character truly live — which became our big goal — then you have to build a simulation of their world. They can’t just be a brain in a jar, like one character by themselves. They have to have a family, they have to have a life.”

The idea of building simulations — sandboxed virtual environments defined by specific rules — to make AI characters feel more multifaceted by giving them contexts to exist in is what led to Showrunner using its SHOW-1 model to produce a series of unlicensed South Park episodes.

Showrunner could approximate South Park’s visual style and musical cues, but it struggled to re-create the show’s comedic patter or the kind of chemistry between characters that, traditionally, is rooted in human actors’ performances. Also, the ersatz South Park just wasn’t funny, and it felt more like poorly written fanfiction

than episodes of television that people might actually want to watch. But to Saatchi, the experiment demonstrated that Showrunner could be fashioned into a service — one dedicated to giving its users a way to prompt up “shows” of their own, one AI generated scene at a time.



Saatchi speaks about Showrunner the way many pro-gen AI founders do — with an optimistic enthusiasm that doesn’t exactly feel justified when you look at what the platform is currently capable of churning out. He sees it as the “Netflix of AI” and thinks that, with enough users writing the right prompts, it could produce something comparable to The Simpsons, Euphoria, or Toy Story. But Saatchi also believes the real appeal to Showrunner is its ability to create entertainment that’s more interactive than traditional films and shows.

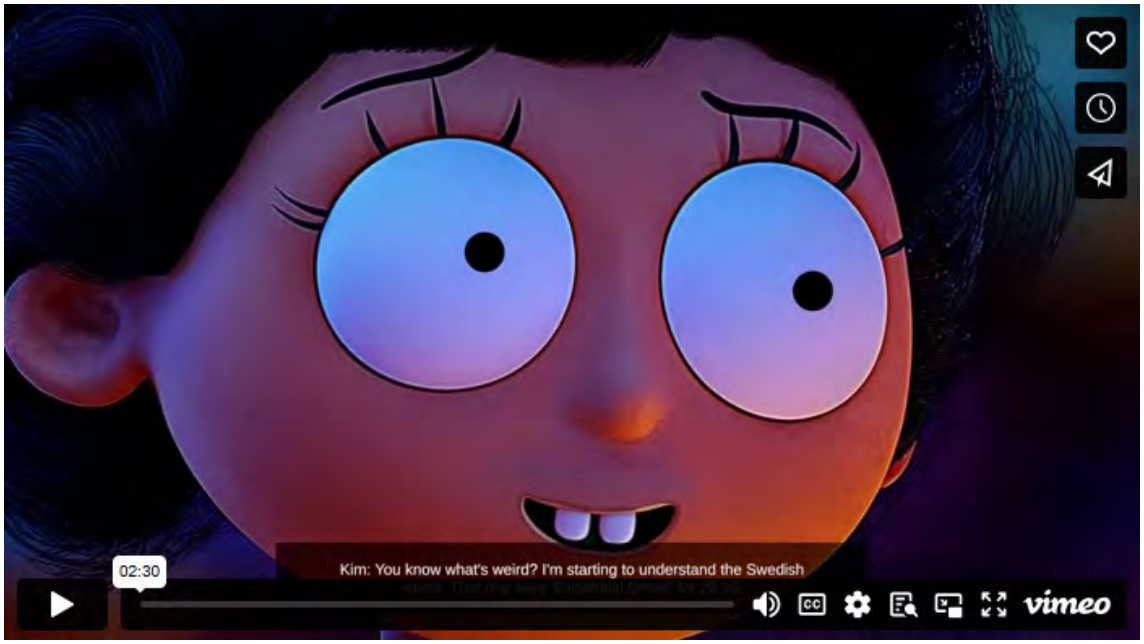
“We think the Toy Story of AI isn’t going to be a cheaply produced animated movie, it’s going to be something that’s playable,” Saatchi told me. “Most people feel that generative AI is a tool to make the same, but cheaper, and we’re trying to say it’s a new kind of medium. Cinema was not about saving theater owners money; it was highly disruptive and took years to explore as a medium. I feel like the industry is kind of cutting off that exploratory element with generative AI by just shoving it into movies.”

When I brought up the ongoing conversation about gen AI’s potential to put people in creative fields out of work, Saatchi said what almost everyone in his position says — that he sees Showrunner as a platform that’s meant to supplement traditionally produced entertainment rather than replace it. He told me that he finds the idea of studios embracing this kind of technology strictly for cost-saving reasons rather grim. Saatchi also stressed that, while Showrunner is built on a number of LLMs, the company works with human artists and animators to develop its visual assets “because something is just clearly lost without that.”

“I don’t think there’s any papering over the fact that AI is going to cut jobs, but that’s why we’re not very interested in the whole cheaper VFX paradigm that most other folks are going after,” Saatchi explained. “If all that we can do with such a powerful technology is just cut jobs, what was the point? Nobody’s gonna go to the cinema to say, ‘I heard this was the Toy Story of AI. I’ve really got to get my ticket because it’s so cool that they spent so little on this.’”

What Saatchi does think people will be willing to pay for is the ability to generate scenes based on licensed IP. Though Showrunner’s core use case right now is making short, unpolished clips based on Fable’s in-house properties, the company ultimately wants to partner with major studios like Disney to develop branded models that would allow, for example, you to prompt up scenes featuring characters from The Mandalorian. This would “give people a way to create millions of new scenes, thousands of episodes, or even their own movies,” Saatchi reasoned.

”Our idea would be that, instead of people getting excited about stormtroopers in ancient Rome, which is, like, a cheap concept, there’s a Star Wars model that 700 people have developed under Dave Filoni’s direction,” Saatchi said. “These models would have real characters and a world that could be explored through prompting, and you could also inadvertently trigger scenes within those worlds in a way that would make it feel as though you’re uncovering something unknown.”



A clip from Fable’s Everything Is Fine.

Throughout our conversation, Saatchi was insistent about Showrunner being a good thing and a revolutionary tool designed to give users a new way of engaging with media. But he agreed when I pointed out that the system he’s describing makes it sound like Showrunner would effectively turn its subscribers into unpaid employees working for some of Hollywood’s biggest and most powerful studios.

Studios would own anything generated with Showrunner's branded models trained on copyrighted IP, and users will eventually have to pay to use the service.

But Saatchi stressed that, while Showrunner definitely wants to work with companies like Disney, he is also interested in collaborating with smaller creators who would stand to benefit greatly from the company's business model. An indie filmmaker could license their new project to Showrunner and subsequently be paid a portion of revenue share based on how many scenes people were generating with the model based on their movie. Saatchi could not give me a timeline on when Showrunner might start trying to establish those kinds of partnerships, but he was bullish about them being part of what makes the platform a boon to independent creators.

"This could create something where creators can earn money when people are emotionally connected enough to their work that they themselves want to make something with it," Saatchi said. "Compare that to what creators earn just from people viewing their work online. Yes, there is a kind of 'we're all employees of Disney' element, but from a moral point, I can't think of a better way to do it."

Listening to Saatchi describe what he wants Showrunner to become, it actually sounds a bit like Roblox and Fortnite. Not the building or battle royale of it all, but rather the way those games encourage players to create their own maps, share them, and get other people to do the same thing. The Roblox Corporation and Epic have both built platforms where being a consumer can also essentially mean being a worker — one whose labor serves only to contribute to the corporations' bottom lines.

But whereas those games are free to play, Fable very much wants people paying upfront to use Showrunner. If Showrunner were truly capable of conjuring up imaginative, detailed worlds that felt like thoughtful works of art, Saatchi's pitch might not sound so dubious and mildly exploitative on its face. But what Fable is shopping around right now sounds like yet another attempt at using AI to do something that human artists are already quite capable of doing much, much better.

CincoDías

EMPRESAS Y FINANZAS · MERCADOS · ECONOMÍA · COTIZACIONES · FONDOS Y PLANES · ÚLTIMAS NOTICIAS · OPINIÓN

Smartlife

SMARTPHONES · TABLETS · SMART TV · GADGETS · LIFESTYLE · MOTOR · PYMES

Estrenos Movistar Plus+, estas son las novedades para el mes de septiembre de 2025

- Dos de las grandes llegadas son la serie Los amos de la ciudad y, también, la película Bridget Jones: Loca por él.



Película Bridget Jones: Loca por él **Movistar Plus+**

Iván Martín Barbero 01 SEPT 2025 - 18:00 CEST

Ya se conocen todos los **estrenos** que, por el momento, es seguro que van a llegar a la plataforma de vídeo en streaming **Movistar Plus+** durante el mes de **septiembre del 2025**. Como siempre, el número de películas supera por mucho al de series.

Comenzamos con una película, que se puede ver en la plataforma desde el día 12 de septiembre: **Bridget Jones: Loca por él**. La protagonista, de nuevo, atraviesa una etapa marcada por la soledad desde que enviudó hace cuatro años, tras la muerte de Mark en una misión humanitaria en Sudán. Como madre de Billy, de nueve años, y de

Mabel, de cuatro, vive en un delicado equilibrio emocional, intentando dar estabilidad a sus hijos mientras recibe apoyo tanto de sus amigos de siempre como del imprevisible Daniel Cleaver, con quien mantiene un vínculo ambiguo. A su alrededor, la **presión social** no deja de crecer debido a que no hacen más que empujarla a retomar una vida sentimental que ella aún no sabe si desea.



En paralelo, Bridget intenta recuperar su ritmo laboral, a la vez que experimenta con nuevas formas de relacionarse, incluso a través de una aplicación de citas en la que conoce a un joven idealista que despierta en ella dudas y cierta ilusión. Su día a día transcurre entre el papel de madre trabajadora y el de mujer que busca rehacerse, lidiando con la presión de otras madres del colegio y con las dificultades de Billy para sobrellevar la ausencia de su padre. Además, se ve inmersa en una **relación peculiar** con el profesor de Ciencias de su hijo, cuya lógica estricta contrasta con el caos emocional en el que ella siempre se mueve.

El mejor de los estrenos en lo que tiene que ver con las series es **Los amos de la ciudad**, que aterriza en Movistar Plus+ el 9 de septiembre. Michael, considerado por muchos como el heredero no oficial de Ronnie Phelan, ha crecido bajo la sombra del capo como si fuese un hijo. Toda su vida adulta ha estado marcada por el crimen organizado, hasta que conoce a Diana, cuyo amor le hace imaginar un **futuro distinto**, lejos de la violencia y las reglas del negocio. Esto coincide con un momento crítico: la desaparición de un alijo de droga de gran valor y las primeras señales de retiro de Ronnie, lo que deja la estructura de poder en un delicado equilibrio.

En ese vacío aparece Jamie, el hijo biológico del jefe, dispuesto a reclamar el legado de su padre con métodos propios. El choque entre Michael y este último desata una **lucha por el control del imperio**, donde la ambición y la sed de poder alimentan un

enfrentamiento cada vez más brutal. Y, todo esto, en un mundo donde las alianzas cambian con rapidez, la traición es una moneda demasiado habitual y cualquier decisión puede costar la vida.



Los amos de la ciudad

Otros estrenos en septiembre del 2025 que llegan a Movistar Plus+

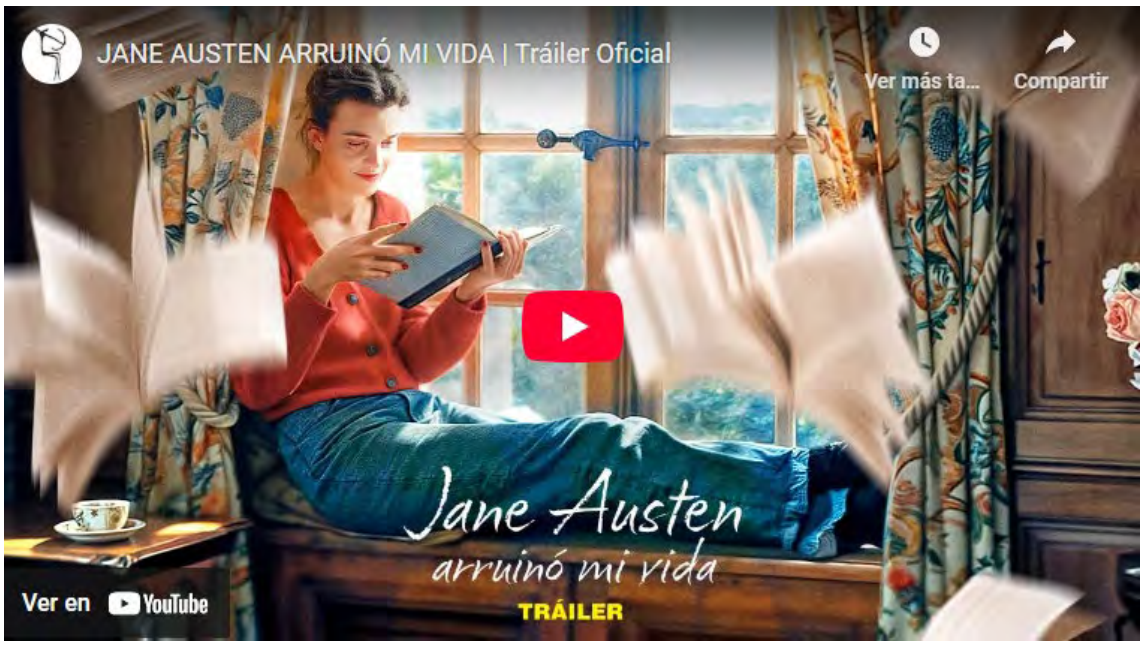
Hay más posibilidades que son nuevas en el servicio de Telefónica. Este es el amplio **listado** de todos los estrenos que podrás disfrutar en el mes que comienza hoy:

Series

- La buena letra: estreno el 1 de septiembre
- Culpa cero: estreno el 2 de septiembre
- Salvajes: estreno el 2 de septiembre
- El señor de los anillos: La guerra de los Rohirrim: estreno el 3 de septiembre
- La vida ante nosotros: estreno el 4 de septiembre
- El casoplón: estreno el 5 de septiembre
- Estocolmo 1520. El rey tirano: estreno el 7 de septiembre
- Una quinta portuguesa: estreno el 9 de septiembre
- Mi nombre era Eileen: estreno el 10 de septiembre



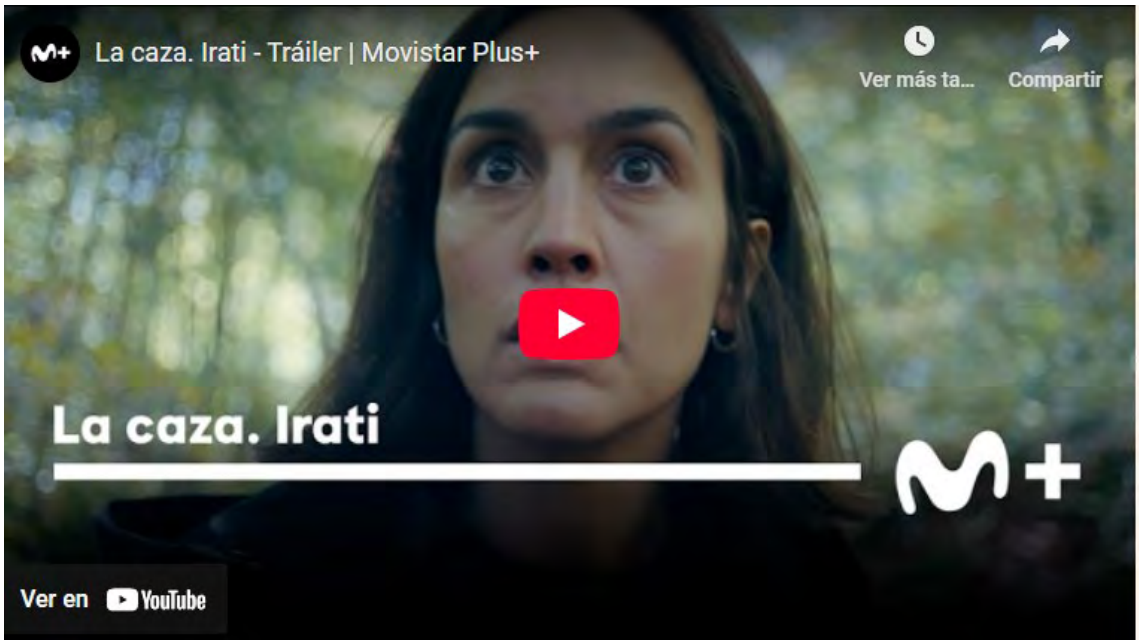
- Barron’s Cove: estreno el 11 de septiembre
- Vermiglio: estreno el 14 de septiembre
- Ciudadanos Soberanos: estreno el 15 de septiembre
- Tu color: estreno el 16 de septiembre
- Aún estoy aquí: estreno el 18 de septiembre
- Tras el verano: estreno el 21 de septiembre
- Jane Austen arruinó mi vida: estreno el 22 de septiembre



- Punto de restauración: estreno el 23 de septiembre
- La última reina (Firebrand): estreno el 24 de septiembre
- Borgo: estreno el 25 de septiembre
- La piscina: estreno el 25 de septiembre
- Vivir el momento: estreno el 26 de septiembre
- Mirando a través del agua: estreno el 28 de septiembre
- Partisanos: estreno el 29 de septiembre
- El cielo de los animales: estreno el 30 de septiembre

Películas

- La caza. Irati: estreno de la cuarta temporada el 4 de septiembre
- Brian y Maggie: estreno de la temporada el 8 de septiembre



ok diario
TELEVISIÓN, CINE Y SERIES

Los estrenos de Movistar Plus en septiembre: 7 películas imprescindibles que no te puedes perder

✔ Repasamos las principales novedades que llegarán en las próximas semanas al terminal de Telefónica



'La buena letra' (Movistar Plus+),'El casoplón' (RTVE/Movistar Plus) y 'Una quinta portuguesa' (Distinto Films).

Francisco-Eme @eme_francisco **01/09/2025 17:28**

Despidiéndonos de un mes de agosto repleto de novedades tanto en las salas de cine como en el streaming, **el mes de septiembre** nos devuelve a la ineludible rutina anual. Aunque por suerte para los cinéfilos y los amantes del entretenimiento audiovisual, el fin del verano supone el inicio de todo un calendario de ficciones que apuntan a conquistar el circuito final de premios que desencadenará en los futuros Globos de Oro, premios Goya y en definitiva, el broche sentenciador de los Oscar 2026. Pero por el momento, nos tendremos que conformar con algunos de **los principales estrenos que Movistar Plus** brindará a sus suscriptores a lo largo del ya iniciado mes de septiembre. Estas son las siete películas imprescindibles que llegarán en las próximas semanas a la plataforma:

1-‘La buena letra’



Con una mayoría de críticas positivas en su preestreno en el Festival de Cine de Málaga, *La buena letra* se presenta como una de esas películas españolas muy a tener en cuenta en los futuros premios nacionales. Dirigida por Celia Rico Clavellino (*Los pequeños amores*), *La buena letra* adapta la novela homónima de Rafael Chirbes, una drama de la posguerra española en la que la protagonista trata de salir adelante con su familia a pesar de las viejas heridas creadas en la Guerra Civil.

Fecha de estreno: **día 1**

2-‘La guerra de los Rohirrim’



Los fans del anime y los acólitos del universo de Tolkien pueden darse la mano en esta ficción que cuenta la historia de cómo surgió la leyenda del Abismo de Helm. Símbolo de resistencia clave en la trilogía original de películas de Peter Jackson. Concretamente en la secuela, El señor de los anillos: Las dos torres. Fecha de estreno: día 4

3-'El casoplón'



Puede que no sea un ejemplo de gran cine, pero con muy poco, *El casoplón* batió varios récords económicos de la taquilla patria. Reuniendo a casi medio millón de espectadores en el patio de butacas y cosechando más de **3 millones de euros en la taquilla**. Queda ver si su presencia en el *streaming* resulta también tan exitosa como en la exhibición patria.

Fecha de estreno: **día 6**

4-'Una quinta portuguesa'



Sin duda, junto a La buena letra, Una quinta portuguesa es uno de los estrenos de Movistar Plus imprescindibles en este mes de septiembre. Avelina Prat (Vasil) nos trae este guion original que nos pone en la piel de un profesor de geografía que queda totalmente devastado tras la desaparición de su mujer.

Fecha de estreno: **día 10**

5-'Vermiglio'

Gran Premio del Jurado en el Festival de Venecia de 2024, *Vermiglio* nos sitúa en un remoto pueblo de montaña de los Alpes italianos a finales de la Segunda Guerra Mundial. La irrupción de **un soldado desertor** alterará las vidas de todos los habitantes.

Fecha de estreno: **día 15**

6-'Aún estoy aquí'



'Aún estoy aquí' (VideoFilmes).

Fue una de las revelaciones en los Oscar 2025, logrando el premio a la mejor película internacional. Narra la historia biográfica de Marcelo Rubens y el recuerdo de cómo su madre se vio obligada al activismo político cuando su padre, el diputado izquierdista **Rubens Pavia** fue capturado en la dictadura militar de Brasil en los 70.

Fecha de estreno: **día 20**

7-‘Vivir el momento’



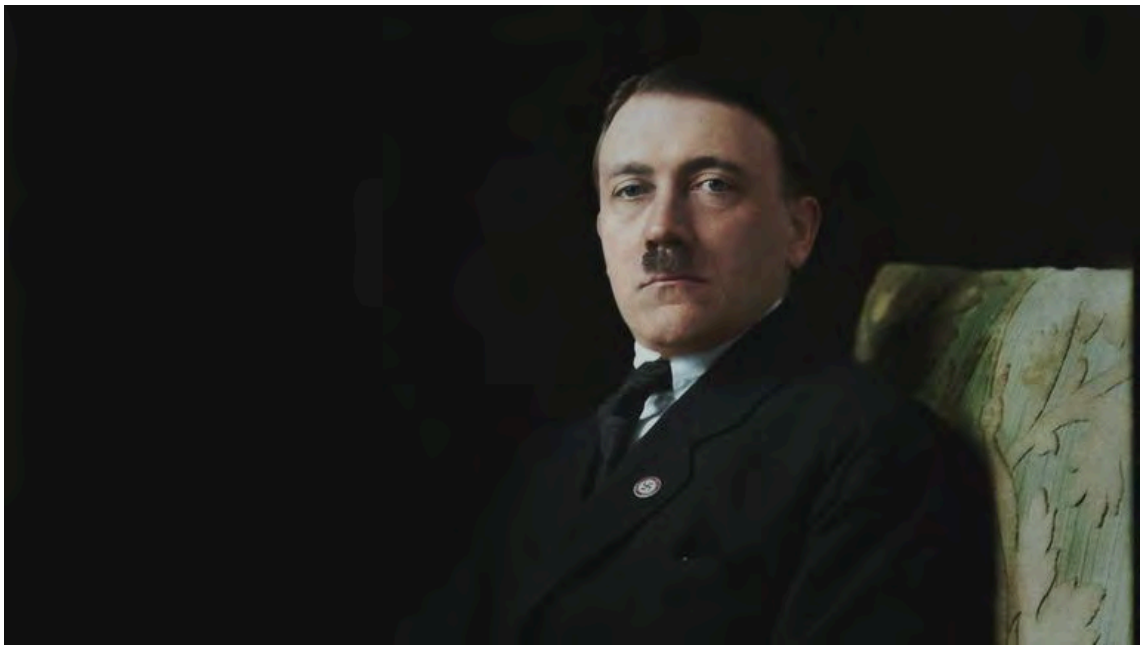
Andrew Garfield en ‘Vivir el momento’ (A24).

Es uno de los estrenos de Movistar Plus más esperados este mes de septiembre. Pues entre otras cosas, está protagonizada por dos estrellas como **Andrew Garfield y Florence Pugh**. Bajo el sello de A24, este drama romántico se debe ver con una buena caja de pañuelos cerca.

Fecha de estreno: **día 26**

Documentales para todos los gustos este septiembre en Movistar Plus+

Naturaleza, geopolítica, historia... El mes viene cargado



La figura de Hitler vista por quienes estuvieron con él en sus últimos instantes

por **Marcos Catalán** 01/09/2025 19:56

Septiembre tiene sus cosas malas y sus cosas buenas. Por un lado significa, al menos para muchos, el fin de las vacaciones (aunque otros aprovechan justo para disfrutarlas) y la vuelta a la rutina, y además suele ser cuando el calor empieza a dejar paso al fresco, que es algo que va en gustos.

Pero por otro también es cuando muchas de las plataformas y cadenas de televisión anuncian su nueva programación, y Movistar Plus+ no iba a ser menos y no conforme con todo el cine, las series y el deporte, con énfasis en el fútbol pero sin olvidarse de otros, tiene además sitio para los documentales, y los hay para todos los gustos.

Suscribirse a Movistar Plus+ M+

Nuevos e interesantes documentales

Además de los muchos que ya podemos disfrutar en la app, a la que por cierto podemos suscribirnos seamos del operador que seamos (no hace falta tener una línea Movistar u O2 contratada), septiembre sumará todos estos documentales:

Primera quincena

Abrirá el mes *Raqqa. Después del ISIS* (lunes 1), centrado en la ciudad siria devastada tras ser capital del autodenominado califato y que hoy intenta levantarse de sus ruinas. Un día después, el martes 2, se estrenará la miniserie de tres episodios *Descifrando a Hitler*, que repasa la figura del dictador a partir de testimonios de quienes estuvieron junto a él en sus últimos días en el búnker.

El miércoles 3 llega *La verdad sobre el TDAH*, producción de BBC Studios que busca desmitificar este trastorno y explicar su impacto real, especialmente en adultos. La mirada a los problemas de aprendizaje continuará el miércoles 10 con *La verdad sobre la dislexia*, conducido por Chris Packham, que aborda el estigma y los retos de quienes conviven con esta dificultad.

En el terreno de la naturaleza, el sábado 6 desembarca *Wilding, el regreso de la naturaleza*, un experimento pionero de resilvestravión en Inglaterra que demuestra los beneficios de devolver la tierra a su estado salvaje. Apenas dos días después, el lunes 8, se estrenará *Afganistán*, en el que el exsoldado y director James Glancy regresa al país en plena retirada de tropas estadounidenses, siendo testigo directo del regreso de los talibanes al poder.

Documentales en Movistar Plus+

El sábado 13 será el turno de *La maldición del azúcar*, que analiza cómo esta industria cimentó siglos de explotación y desigualdad, mientras que el lunes 15 se estrenará *Revisando la teoría de la evolución*, que muestra cómo especies como sapos, elefantes o caracoles están adaptándose mucho más rápido de lo que Darwin expuso en su momento.

Segunda quincena

El miércoles 17 llegará *Mujer y dinero*, un documental en dos episodios que reflexiona sobre las barreras económicas a las que todavía se enfrentan las mujeres en nuestra sociedad, y ya el sábado 20 tomará el relevo la música con *Becoming Led Zeppelin*, dirigido por Bernard MacMahon y con acceso inédito a los archivos de la banda para contar sus orígenes y meteórico ascenso.

El martes 23 comenzará, con estreno semanal de tres episodios, *La vida secreta de los árboles*, narrada por Michael Palin y dedicada a descubrir los secretos de estos gigantes que pueblan nuestro planeta. Poco después, el jueves 25, llegará *Crónica negra de la Antigua Grecia*, una serie de cinco entregas que recorre los episodios más oscuros de la civilización helena, desde la Edad de Bronce hasta Alejandro Magno.

Para cerrar el mes, el sábado 27 se estrenará *James Dean: un icono eterno*, con motivo del 70 aniversario de su muerte, repasando la huella que dejó el actor con apenas tres películas en su carrera.

Finalmente, el lunes 29 será el turno de *Theodor Herzl: el padre de Israel*, que explica la figura clave en la fundación del estado judío, presentado por David Baddiel y con la participación de Stephen Fry.

FARO DE VIGO

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 4165 €
ÁREA: 255 CM² - 49%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 16272
OTS: 174000
SECCIÓN: GENTE

2 Septiembre, 2025



PERFIL **JOHN SIMM** | El antiguo Bernard Sumner de «24 hour party people» es un primogénito repudiado en en «Yo, Jack Wright», la última de las infinitas series británicas en que le hemos visto brillar durante casi tres décadas.Puede verse en Movistar+.

El actor sin histrionismos que hace bueno todo en lo que sale

JUAN MANUEL FREIRE
Barcelona



John Simm en una escena de la serie «Yo, Jack Wright».

¿Hay que ver «Yo, Jack Wright», en Movistar Plus+? Probablemente no, a menos que sea usted un completista de John Simm y sepa que este actor sin histrionismos hace bueno, en cierto modo, todo aquello en lo que sale. Esta especie de «Succession» en clave de misterio de asesinato parece casi buena gracias a la labor de sus intérpretes, entre ellos Simm como Gray Wright, primogénito de un magnate del ladrillo que aparece muerto en lo que parece, salvo por algún detalle chirriante, un suicidio. La pregunta principal de la serie es el sempiterno «¿quién lo hizo?», pero para Gray es otra bien distinta: «¿Cómo puede ser que mi padre me dejara tan poco en herencia?». A su hija Emily (Ruby Ashbourne Serkis) no le extraña en absoluto que su abuelo fuera tan rácano con un hombre de conocida irresponsabilidad y poco tacto incluso con sus más allegados.

Que Gray sea productor musical encaja con la biografía de Simm. Su padre (no biológico, algo que descubrió el año pasado en un programa de la cadena británica de televisión ITV) fue Ronald Simm, un músico de Manchester que le enseñó a tocar la guitarra y se lo llevó a dar conciertos cuando el chaval tenía solo 12 años. El aprendiz se convirtió en maestro: su banda Magic Alex (bautizada así en honor al gurú tecnológico griego de los Beatles) abrió para Echo & The Bunnymen en dos giras; John fue invitado por Ian McCulloch, líder de aquellos, a tocar en su disco en solitario Slideling de 2003. Cuando en *The Guardian* le pidieron que se definiera en pocas palabras, Simm contestó: «Obseso de los Beatles». Esta pasión por la música explica que al principio de su carrera lo viéramos en «Human traffic», equivalente galés y aún más clubber de «Trainspotting», o como el Bernard Sumner de New Order en «24 hour party people», aquel recorrido por la escena musical de Manchester entre 1976 y 1992. Con su director, el ecléctico Michael Winterbottom, repitió en otras dos de sus mejores películas, Wonderland y la rodada a lo largo de cinco años Everyday.

Hubo un tiempo en que quiso ser Brad Pitt, actor que a punto estuvo de robarle el papel protagonista en el remake de Hollywood de una de sus series, el thriller político de 2003 «La sombra del poder» (finalmente fue Russell Crowe quien se lo quitó). Pero se tuvo que conformar (no es el peor consuelo) con convertirse en estrella de las series británicas, sobre todo tras el estreno de «Life on Mars», aquella serie astuta y esteta sobre un inspector de policía transportado hasta 1973 después de sufrir un atropello. Acompañado por el arisco inspector jefe Gene Hunt (Philip Glenister), investigaba una serie de crímenes de *modus operandi* familiar.

> Los últimos años ha aparecido en series como «Mad dogs», «Exile», «The village», «Prey» o «Grace»

Como con «La sombra del poder», hubo *remake* estadounidense, esta vez como una serie en la que brillaban Harvey Keitel como Gene y Gretchen Mol como Annie. Algo más inesperado fue el *remake* español de Antena 3, que adaptaba las referencias culturales incluso en el título: «La chica de ayer», en un guiño a Nacha Pop, aunque en el 1977 de la acción todavía faltaran tres años para que la canción se publicara.

Un hito llamado «Grace»

En 2007, Simm debutó como encarnación del villano El Amo en la tercera temporada del revival de «Doctor Who». Tres años después, cuando empezaba a acostumbrarse a los ritmos de la tele, se metió a sí mismo en problemas aceptando ser Hamlet en el West End de Londres. En la última década y media ha ido alternando trabajos escénicos con series como «Mad dogs», «Exile», «The village», «Prey» o, por supuesto, «Grace», en la que ha hecho el papel de su vida, según buena parte de la prensa británica. Simm saca su mejor lado taciturno y torturado como la más famosa creación de Peter James, el comisario de policía Roy Grace, al que la desaparición de su mujer le hace apoyarse cada vez más en métodos poco ortodoxos. Simm hacía nuevo (y bueno) lo viejo a base de tranquila maestría. Ya no está disponible en Movistar Plus+, pero... siempre nos queda «Yo, Jack Wright.