



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya

KANTAR MEDIA

SECTOR DE LA COMUNICACIÓN 17/09/2019



SECTOR COMUNICACIÓN

España-Argentina, el partido de baloncesto más visto de la historia

El partido de la final del Mundial de China en el que se proclamó campeona la selección española de baloncesto registró una audiencia de 6.168.000 espectadores y un 46,5% de cuota de pantalla. Según un informe de Barlovento Comunicación con datos de Kantar Media, el minuto de oro tuvo lugar a las 15:55 horas, a poco de pitarse el final, cuando se concentraron 8,5 millones de espectadores, y un 55,8% de share. El anterior récord lo tenía la final del Eurobasket 2015, en la que España se impuso a Lituania con 6.148.000 seguidores y un 44,5% de share. Con estos datos, Cuatro lideró la audiencia global de pasado domingo, con un 15,9% de cuota, su mejor dato desde julio del 2018.



- El País**, 17/09/2019, pág: 46
- ABC**, 17/09/2019, pág: 77
- La Vanguardia Vivir**, 17/09/2019, pág: 11
- El Correo Bizkaia**, 17/09/2019, pág: 59
- El Diario Montañés**, 17/09/2019, pág: 1,54-55
- El Diario Vasco**, 17/09/2019, pág: 67
- El Norte de Castilla**, 17/09/2019, pág: 1,40-41
- Hoy Diario de Extremadura**, 17/09/2019, pág: 37
- La Rioja**, 17/09/2019, pág: 1,42-43
- La Verdad de Murcia**, 17/09/2019, pág: 57
- La Voz de Galicia**, 17/09/2019, pág: 49
- Las Provincias**, 17/09/2019, pág: 55
- Sur**, 17/09/2019, pág: 1,48-49
- Deia**, 17/09/2019, pág: 40
- @ EL PAIS**, 16/09/2019
- @ EL MUNDO**, 16/09/2019
- @ ABC**, 16/09/2019
- @ EXPANSIÓN**, 16/09/2019
- @ LA VANGUARDIA**, 16/09/2019
- @ EUROPA PRESS**, 16/09/2019
- @ ELESANOL.COM**, 16/09/2019
- @ EL MUNDO DEPORTIVO**, 16/09/2019
- @ MARCA**, 16/09/2019
- TELE 5 - INFORMATIVOS T5 7:00**, 17/09/2019, 07:22:55 (00:22)

 **CUATRO - NOTICIAS CUATRO DEPORTES 1**, 16/09/2019, 15:17:06 (00:31)

 **TELE 5 - INFORMATIVOS T5 15.00**, 16/09/2019, 15:40:48 (00:38)

 **TELE 5 - INFORMATIVOS T5 21:00**, 16/09/2019, 21:36:48 (03:36)

El impacto mediático de La Vuelta 2019 supera los 115 millones de euros

La 74ª edición de La Vuelta Ciclista a España, celebrada entre el 24 de agosto y el 15 de septiembre, ha registrado un total de 117.000.000 euros de valor publicitario equivalente, según la plataforma de seguimiento y análisis de medios de Kantar. El informe señala que los medios online fueron los que concentraron un mayor número de noticias (9.359), seguidos de prensa (3.805), radio (466) y televisión (408). Más de la mitad de ellos, un 53%, mantuvieron un tono positivo, mientras que el 17% fueron negativos y el 18% neutros.




 **@ El Programa de la Publicidad**, 16/09/2019

 **@ Top Comunicación**, 16/09/2019


Comienza el cambio de frecuencias de TDT

A partir de mañana, 18 de septiembre, comenzará el cambio de frecuencias de la Televisión Digital Terrestre en 24 municipios de La Rioja. Además, 645 municipios en Aragón, 605 en Castilla y León, 461 de Andalucía, 226 en el País Vasco y 18 municipios de las provincias de Castellón y Valencia también cambiarán mañana de frecuencias de TDT. Este cambio de frecuencias no implicará la aparición ni desaparición de canales de televisión, que se desplazarán de frecuencia, ni la obsolescencia de televisores ni descodificadores de TDT.



 **La Rioja**, 17/09/2019, pág: 8

 **Levante el Mercantil Valenciano**, 17/09/2019, pág: 16

 **@ ABC**, 16/09/2019

 **@ LA RAZÓN**, 17/09/2019

 **@ EXPANSIÓN**, 16/09/2019

 **@ EUROPA PRESS**, 16/09/2019

 **@ 20MINUTOS.ES**, 16/09/2019

 **@ COPE**, 16/09/2019

 **@ LA VOZ DE GALICIA**, 16/09/2019

 **@ LEVANTE DIGITAL**, 16/09/2019

 **@ Mundoplus.tv**, 16/09/2019

 **@ Mundoplus.tv**, 16/09/2019

 **@ Mundoplus.tv**, 16/09/2019

El consumo de vídeo online alcanzará los 100 minutos al día

En 2021 una persona pasará una media de 100 minutos diarios viendo online, según el informe Online Video Forecast 2019. Es decir, 84 minutos más que este año, lo que equivale a 25 días seguidos viendo contenido online. En la actualidad, la cantidad de tiempo que pasamos viendo online ha aumentado por todo el mundo, un 32% de media anual entre 2013 y 2018, impulsada por las mejoras en los tamaños de las pantallas y la calidad de los dispositivos móviles. China y Suecia tienen la audiencia con mayor conexión en video online del mundo, donde se espera que una persona sobrepase de media los 103 minutos diarios.



@ El Programa de la Publicidad, 16/09/2019

@ INTERACTIVADIGITAL.COM, 16/09/2019

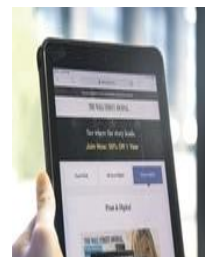
@ MARKETINGNEWS.ES, 16/09/2019

@ PUROMARKETING.COM, 16/09/2019

@ REASONWHY.ES, 16/09/2019

Más de 500 medios tienen ya muro de pago para garantizar su viabilidad

Un estudio elaborado por el Centro Shorenstein y el Instituto Lenfest revela que entre 2011 y 2018 más de 500 medios han implantado algún tipo de sistema para cobrar por los contenidos, bien por su totalidad o por una parte de ellos. Los precios más altos los contemplan los grandes medios económicos. Financial Times, con una oferta de lanzamiento de un euro por cuatro semanas, tiene diferentes tarifas para el acceso a su web, desde 5,9 euros a 10,5 euros a la semana. En la misma línea se sitúa The Wall Street Journal que tiene una oferta de un euro por dos meses y a partir de ahí cobra 28,99 euros al mes a sus lectores europeos.



El Economista, 17/09/2019, pág: 13

"Mónica y el sexo" ha sido una catarsis

Cuatro estrena este viernes a las 23:45 horas un nuevo programa presentador por Mónica Naranjo. La docuserie pretende descubrir las diferentes maneras de vivir la sexualidad, y por ello, la cantante catalana ha viajado a distintos países, como Japón, México o Brasil, acompañada de Ana Joven y Miguel Bosch, directores y guionistas del formato. Naranjo señala que: "al ser un programa de sexo hay que mirar muy bien el contenido, aunque también es cierto que es muy blando, muy orgánico, muy accesible. Se emite a esa hora, pero es totalmente lícito que lo vea incluso un chaval de 16 años, que no pasa nada".



El Diario Montañés, 17/09/2019, pág: 68

El Diario Vasco, 17/09/2019, pág: 82

El Norte de Castilla, 17/09/2019, pág: 60

Las Provincias, 17/09/2019, pág: 68

Sur, 17/09/2019, pág: 60

Ana Morgade se pasa a la radio

La excolaboradora de "Zapeando" es la nueva presentadora del programa "Yu, no te pierdas nada" que ayer estrenó en Europa FM su octava temporada. Morgade sustituye al frente del espacio radiofónico a Dani Mateo, que es el nuevo presentador del programa "Zapeando", en sustitución de Frank Blanco. El programa se emite en la emisora de Atresmedia de 14:00 a 16:00 horas de lunes a viernes.




 **El Diario Montañés**, 17/09/2019, pág: 69

 **El Diario Vasco**, 17/09/2019, pág: 83

 **El Norte de Castilla**, 17/09/2019, pág: 61

 **Las Provincias**, 17/09/2019, pág: 69

 **Sur**, 17/09/2019, pág: 61

DKiss arranca la temporada con nuevos contenidos y una imagen e marca renovada

El canal de la TDT, DKISS, estrena hoy nueva imagen y ha anunciado novedades de programación para la temporada 2019/2020. El logo de DKISS queda englobado dentro de la pantalla y además, el canal ha decidido incluir novedades entre las que se encuentra la introducción de un "audio-logo" al inicio de cada programa y que se convertirá en signo distintivo de la cadena. Además, el canal estrena nueva voz "con una locución más potente, fuerte y motivadora".



 @ **AUDIOVISUAL451.COM**, 16/09/2019


 @ **Mundoplus.tv**, 16/09/2019

 @ **NEEO.ES**, 16/09/2019

"Juego de tronos" arrasa en los Emmy técnicos con su última temporada

La serie es ya la más premiada de esta edición de los Emmy que tendrá lugar el próximo lunes 23 de septiembre. "Juego de Tronos" logró 10 estatuillas en las categorías técnicas. La ficción ya acumula un total de 57 Premios Emmy desde su primera temporada. La serie contaba con 32 candidaturas este año. Los números finales de los Creative Emmys de 2019 muestran el dominio de HBO y Netflix en la televisión actual. El canal de cable se llevó 25 premios concentrados en solo tres programas. La plataforma de streaming ganó 23 en cuatro programas.




 **El País**, 17/09/2019, pág: 46

 **Levante el Mercantil Valenciano**, 17/09/2019, pág: 61

Alan Cumming: "Estoy cansado de cómo se dice actor gay"

Entrevista a Alan Cumming, protagonista del drama policial "Instinct" en Fox Life. Se trata del primer drama estadounidense de la televisión en abierto liderado por un personaje homosexual que está casado. "Estoy encantado de interpretarlo, pero, sobre todo, estoy encantado con la forma en que se ha hecho porque ser gay no es la parte más destacada de la historia ni se ha gestionado de manera sensacionalista", asegura el actor.




 **El Mundo**, 17/09/2019, pág: 27

 **La Vanguardia Vivir**, 17/09/2019, pág: 11

"Temple": la medicina baja al subsuelo

Sky estrena mañana los cuatro primeros episodios de "Temple". La ficción, que constará de un total de 8 capítulos, se centra en un médico que monta una clínica ilegal en uno de los túneles abandonados del metro de Londres. "Por muy complejos que sean los personajes se parecen bastante a nosotros. Siempre hemos visto a Daniel como un buen hombre que intenta hacer lo correcto, pero se ha encontrado con que tiene que enfrentarse a situaciones muy difíciles", asegura Liza Marshall, productora ejecutiva de "Temple".




 **La Razón**, 17/09/2019, pág: 62

BBC olvida el voto del público para evitar otro ridículo en Eurovisión

La BBC ha anunciado un cambio en el sistema de elección del representante de Eurovisión. El voto del público, desde 2016, ha sido fundamental en el proceso de selección. A pesar de que en el Reino Unido no tenían "Operación triunfo", tenían un concurso parecido titulado "Eurovision: you decide". Tras el ridículo que supuso para el país el último puesto cosechado por Michael Rice, la cadena pública estudia la fórmula perfecta. Antes del sistema actual, un comité interno seleccionaba al concursante. El próximo año volverá a alterarse la fórmula y serán las leyes del mercado quienes decidan.




 **ABC**, 17/09/2019, pág: 77

Miguel Ángel Noceda gana el premio Humanes de periodismo

La Asociación de Periodistas Europeos ha galardonado a Ángel Noceda con el II Premio de Periodismo Económico Carlos Humanes. Con este galardón, se reconoce "su ejemplar trayectoria profesional, así como su dedicación al fomento de la formación entre los periodistas más jóvenes y su impulso en favorecer la transparencia informativa". Durante 20 años, Noceda ha dirigido el Curso de Economía de la UIMP de Santander, "un referente en el que participan los más relevantes expertos del área".



 **El País**, 17/09/2019, pág: 26



PUBLICIDAD

Consejos legales para fichar a un "influencer"

Según Brand Manic, en 2018 la inversión en campañas de marketing con 'influencer' con presupuesto de más de 100.000 euros se incrementó en España un 400%. Además, casi el 60% de las firmas españolas aumentará su presupuesto en 'influencer' durante este año y alrededor del 40% lo mantendrá al nivel de 2018. Los influencers son un filón para las marcas por su poder para conquistar a millones de consumidores que siguen sus consejos, estilos o hábitos de vida. EIRubius, con 34 millones de seguidores, es el líder de YouTube en España.



 **Expansión Jurídico**, 17/09/2019, pág: 1,12-13

Copyright **Kantar Media, S.A.**

Per donar-te de baixa d'aquest butlletí, fes-nos arribar la teva petició per mail a erodriguez@colpublirp.com