



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya

KANTAR MEDIA

SECTOR DE LA COMUNICACIÓN 20/09/2019





SECTOR COMUNICACIÓN

RTVE propone tres cara a cara, pero evita un duelo Sánchez-Rivera

José Luis Ábalos, secretario de Organización del PSOE y ministro de Fomento en funciones, ha anunciado que el PSOE garantiza que durante la campaña electoral se celebrará como mínimo un debate a cinco entre los candidatos de las principales formaciones políticas. RTVE ha propuesto un debate con los líderes de PSOE, PP, Cs, Unidas Podemos y Vox. Además del ente público, Atresmedia y Mediaset ya han manifestado que quieren celebrar un debate a cinco. Ábalos ha dado a entender que solo se celebrará un debate ya que la campaña se reduce solo a ocho días.



 **ABC**, 19/09/2019, pág: 2

 **ABC**, 20/09/2019, pág: 19

Telefónica y Atresmedia unen fuerzas en la TV

Ambas entidades crearán una compañía, participada al 50%, para producir contenidos de ficción, especialmente series de televisión y películas, para hacer frente de una forma más equilibrada, con más recursos y más escala, a los grandes estudios norteamericanos, así como a las plataformas de distribución en streaming como Netflix, HBO o Disney, que han desembarcado con gran éxito en España y en el mercado de televisión hispano en los últimos años. El acuerdo se produce después de que Mediaset acordará la fusión con su filial española.

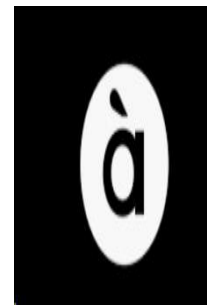


 **El Mundo**, 20/09/2019, pág: 39

 **Expansión Segunda Edición**, 20/09/2019, pág: 1,3

À Punt gasta 90.000 euros en tazas, gorras, pomperos y llaveros antiestrés

El ente dirigido por Empar Marco ha licitado un concurso público en el que piensa gastar más de 91.000 euros para comprar miles de artículos con el fin de realizar una campaña promocional. El objetivo es sellar el logotipo de À Punt en gorras, camisetas, bolígrafos, forros polar o polos, entre otros. Además, se comprarán miles de llaveros para combatir el estrés así como pomperos para hacer burbujas de jabón. Este gasto contrasta con el discurso de la dirección del ente de que necesita más dinero para cumplir los objetivos y ganar audiencia.





 **Las Provincias**, 20/09/2019, pág: 23


Solo Puig reconoce que pagó por salir en The Guardian

El presidente valenciano Ximo Puig es el único que ha reconocido haber pagado a la empresa The Report Company, la firma que le consiguió la publicación de una entrevista en el diario The Guardian. La Generalitat Valenciana ha asegurado que el pago de los 43.000 euros correspondió a la edición de un suplemento y de un libro y que la entrevista fue una decisión editorial tomada en paralelo, no pate del acuerdo. Por su parte, el rotativo ha borrado todas las entrevistas ym en su lugar, ha situado un aviso en el que indica que se trataba de "contenidos publicitarios".



 **El Economista**, 20/09/2019, pág: 1,26

 **ABC**, 20/09/2019, pág: 2

 **ABC**, 20/09/2019, pág: 22

Récord de Atresmedia con 25,3 millones de visitantes únicos

Según los últimos datos facilitados por el medidor Comscore, las páginas web del grupo Atresmedia encadenan por cuarto mes consecutivo su mejor dato de la historia, ya que por primera vez alcanza los 25 millones de visitantes únicos hasta alcanzar la cifra de 25,3 millones. Por su parte, su directo competidor, Mediaset, se queda con 16,6 millones de usuarios únicos, mientras que RTVE apenas roza los ocho millones. Además, la web de Antena 3 es la página de televisión más visitada por los internautas al lograr 11,1 millones de visitantes únicos en el mes de agosto.



 **La Razón**, 20/09/2019, pág: 70

 **@ ANTENA 3 NOTICIAS**, 19/09/2019

 **@ ANTENA 3 NOTICIAS**, 19/09/2019

 **@ El Programa de la Publicidad**, 19/09/2019

 **@ ANTENA 3 NOTICIAS**, 19/09/2019


 **@ Mundoplus.tv**, 19/09/2019

 **@ La Sexta**, 19/09/2019

Manresa: "Antes nos mandaban jefes de prensa y ahora exportamos talento"

Durante una conversación con el diario Última Hora, el director general de IB3, Andreu Maresa, ha hablado de la marcha de periodistas del ente, en su mayoría a la empresa Liquid Media. "Me sabe mal que los periodistas se vayan ya que son el principal capital de la televisión pública", ha afirmado Manresa. Además, ha asegurado que la no internacionalización de los informativos es "una anomalía de origen". En la actualidad, IB3 tiene una plantilla de 115 trabajadores, a los que hay que sumar los 200 que tiene la empresa contratista.




 **Última Hora**, 20/09/2019, pág: 19

Plataformas que buscan clientes sin rivalidad

Disney y Apple pondrán en marcha en noviembre sus servicios de contenidos en streaming. El consejero delegado de Disney, Robert Iger, afirmó en una entrevista con la NBC que su objetivo es "hacerse un hueco en el mercado en el que hay suficiente espacio para ambos". Además, Iger ha detallado que se centraran en los contenidos de su plataforma en el público familiar y mantendrán Hulu para producciones pensadas en el público adulto. Además, en 2020, la compañía de telecomunicaciones AT&T incluirá en sus servicios en EEUU los contenidos en streaming de HBO.



 **El País**, 20/09/2019, pág: 50

Cambios importantes en Havas Media Group y Arena Media Madrid

La división especializada en medios del Grupo Havas ha anunciado los nombramientos de Marga Ollero como Chief Data & Insight Officer del grupo para España, y la incorporación de Óscar Dorda como nuevo Director Genral de Arena Media Madrid. Ollero cuenta con una gran trayectoria en el área de investigación de medios y audiencias, mientras que Dorda cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector publicitario.



 @ **LAPUBLICIDAD.NET**, 19/09/2019

 @ **DIARIO IPMARK**, 19/09/2019

 @ **MARKETING DIRECTO**, 19/09/2019

 @ **ELPUBLICISTA.ES**, 19/09/2019

 @ **CONTROL PUBLICIDAD**, 19/09/2019

 @ **El Programa de la Publicidad**, 19/09/2019

 @ **MARKETING DIRECTO**, 19/09/2019

Yolanda Lázaro (DKISS) nos cuenta las claves del rebranding del canal: "Llega en el momento oportuno"

Tras los cambios en la parrilla y en la marca, la directora de marketing del canal de televisión DKISS señala en la entrevista que "no se trata de un cambio radical" pero que tiene un objetivo claro y es "que el espectador vea que seguimos evolucionando". La decisión del canal de renovar su marca llega tres años después de su llegada a la parrilla de la TDT. Con respecto a las novedades, destacar que el canal ha apostado por una nueva voz, con una nueva locución más potente, fuerte y motivadora. El objetivo de los cambios es que "consigamos que el espectador identifique el sonido con el canal".



@ PR NOTICIAS, 19/09/2019

Michael Golden: "Hoy en día, el periodismo honesto es más importante que nunca"

El premio Antonio Mompeón Motos de Periodismo ha sido entregado por Fernando López-Madrado al vicepresidente de la sociedad editora de The New York Times, Mihael Golden, reconociendo así su brillante trayectoria profesional. Golden hizo especial hincapié en la situación en la que se encuentra el periodismo. "Estamos en un momento difícil y aterrador para el periodismo. Internet ha cambiado la forma en que vivimos en casi todos los rincones del mundo y en muchos aspectos de nuestra vida cotidiana".



Heraldo de Aragón, 20/09/2019, pág: 52-53

Mónica Naranjo y el viaje sexual que le ha cambiado la vida

Hoy a las 00:00 horas Cuatro estrena "Mónica y el sexo" presentado por Mónica Naranjo. "Es un muestrario de sentimientos y experiencias", ha afirmado Mariano Blanco, director de Producción de Programas de Mediaset España. A través de los ojos de Mónica el espectador descubrirá todo lo que la sexualidad ha desarrollado en culturas tan dispares como la española, la brasileña, la japonesa o la mexicana, entre otras. De todas ellas, la que más impactó a la presentadora fue la nipona "porque tienen una manera de ver la sexualidad un poco retorcida".



ABC, 20/09/2019, pág: 91

La 1 remodela sus tardes y retrasa "Servir y proteger" para estrenar "Mercado central"

El próximo lunes, La 1 de TVE emitirá "Mercado central" que ocupará el hueco de "Servir y proteger" que comenzará una hora más tarde lo habitual, a las 17:30 horas. La ficción de época tendrá como objetivo enfrentarse al reto más complicado de todos, resucitar una de las franjas más flojas de La 1. Protagonizada por Antonio Garrido, Begoña Maestre, Jesús Olmedo y Lola Marcelli, Mercado central está situado en el corazón de uno de los barrios más populares de la ciudad. Según un informe realizado tras una inspección municipal, se debe efectuar una reconversión de sus más de mil metros cuadrados y no se considera viable que continúe con su actual actividad.



 @ PR NOTICIAS, 19/09/2019

El viaje espacial del siglo XVI

Canal Historia estrena este domingo los dos primeros capítulos de 'La primera vuelta al mundo', una serie documental que narra la expedición de Magallanes y Elcano que partió desde Sevilla el 10 de agosto de 1519. La producción está compuesta por seis capítulos, de los que cada uno se centra en un ámbito distinto, desde la perspectiva del siglo XVI. Para su realización el equipo ha viajado por distintas localizaciones de Chile, Argentina, Portugal y España, donde ha recorrido parte de la ruta original, y ha tenido acceso a algunos de los documentos relacionados con este hecho histórico.




 **El Diario Montañés**, 20/09/2019, pág: 72

 **El Diario Vasco**, 20/09/2019, pág: 78

 **El Norte de Castilla**, 20/09/2019, pág: 72

 **La Verdad de Murcia**, 20/09/2019, pág: 64


 **Las Provincias**, 20/09/2019, pág: 64

 **Sur**, 20/09/2019, pág: 60

"Sex Symbols" aborda la educación sexual con dibujos animados

La producción española 'Sex symbols', fue presentada el pasado miércoles en el Cartoon Forum de Toulouse, la más cita importante de Europa dedicada a la animación para televisión. Una iniciativa que nace de la falta de contenidos sobre sexualidad adecuados para niños de nueve a 14 años, tal y como explica su creadora, Paloma Mora. Para su realización, los guionistas trabajaron con médicos especialistas en educación sexual y planificación familiar para documentarse sobre las relaciones que mantienen los jóvenes y los problemas que afrontan.




 **El País**, 20/09/2019, pág: 50

El arte del interrogatorio, en cuatro países y una sola sala

Netflix estrena hoy la serie policiaca 'Criminal', compuesta de doce historias ambientadas en España, Reino Unido, Francia y Alemania. Todos los episodios de esta coproducción, incluidos los internacionales, se rodaron en la misma comisaría, recreada en los nuevos platós de Netflix de Tres Cantos. Mariano Barroso ha sido el encargado de dirigir los tres episodios españoles, escritos por Alejandro Hernández y Manuel Martín Cuenca y protagonizados por Inma Cuesta, quien reconoce que "el hecho de que todo ocurra en el mismo espacio era perturbador, pero cuando lo ves te das cuenta de que ayuda a contar la historia y crear esa atmósfera".



 **ABC**, 20/09/2019, pág: 92

Inicio de la emisión de "Conexión Axial"

La cadena de radio por Internet Click Ratio TV, ha comenzado a emitir los domingos entre las 13.00 y 14.00 horas, el programa "Conexión Axial", un espacio dirigido y presentado por Ricardo Martín, acompañado por Viviana Greco y Carolina González Blanco. Cuyo contenido se centra en la religiosidad, la espiritualidad, el bienestar mental y físico de las personas y las noticias del mundo sobre la evolución y el conocimiento más profundo del ser.




 **La Razón**, 20/09/2019, pág: 70

La serie "Toy Boy" llega al 'prime time' de Antena 3 el próximo miércoles

El próximo miércoles Antena 3 estrena la serie "Toy Boy" en su franja de prime time. El exfutbolista Jesús Mosquera, se estrena como actor protagonista junto a Cristina Castaño y y María Pedraza, y a pesar de que su estreno se llevó en la plataforma de pago Atresplayer Premium hace un par de semanas, lo hará en abierto para competir directamente con la serie de Mediaset "Señoras del (h) AMPA" y la nueva edición de "MasterChef Celebrity" de TVE.




 **Sur**, 20/09/2019, pág: 43

¿De dónde viene la fiebre por las telenovelas turcas?

Siguiendo la estela de las telenovelas latinoamericanas, llega una nueva producción audiovisual en alza: las telenovelas turcas. a industria televisiva turca crea cada año más de cien series, que se reparten en más de 150 países, si bien su andadura se centra en los canales de la TDT, en nuestro país este fenómeno llegó de la mano de Nova con «Fatmagül», la primera telenovela turca que se emitió en abierto. Divinity, la cadena de Mediaset, ha visto el filón de este género y ha decidido introducirlas en su parrilla.



 **@ ABC**, 20/09/2019

@ ABCDESEVILLA.ES, 20/09/2019

@ FormulaTV, 19/09/2019

"MasterChef Celebrity" (22,6%) impone su ley ante el regreso de "Señoras del (h) AMPA" (9,2%)

La segunda emisión del programa "MasterChef Celebrity" ha sabido aprovechar la falta de competencia y se ha alzado como líder de audiencia de las noche de los miércoles, con una cuota de pantalla de 22,6%, rozando los casi 24 millones de espectadores. El regreso de "Señoras del (h) AMPA", se quedaba con una cuota de 9,2% y más de un millón y medio de espectadores. Por debajo de esta cifra, se encuentra Antena 3 con "Pequeñas coincidencias" que no supera los 7,4% de share.



TVE1 - CORAZON, 19/09/2019, 14:46:55 (01:01)

@ PR NOTICIAS, 19/09/2019

@ ELECONOMISTA.ES, 19/09/2019

TVE1 - TELEDIARIO 1, 19/09/2019, 15:45:18 (00:27)

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