DEPORTE Y TV

DAZN cierra una alianza con Amazon para incorporarse a Prime Video (2PlayBook, Palco23)

DAZN, nuevo canal de Amazon Prime: qué cambia para los clientes y qué ventajas (o desventajas) tendrá (Xataka)

La Liga y la Formula 1 en Amazon Prime Video, así es la nueva opción (El Español)

DAZN prevé ser rentable en 2024 con más subidas de precios, publicidad y servicios adicionales como las apuestas (Invertia)

Netflix desvela sus crecientes ambiciones deportivas (Business Insider)

Amenaza de huelga sobre la liga femenina: las árbitras dinamitaron el camino (El Confidencial)

Qatar apunta a la Premier League tras el éxito del Mundial (Expansión)

Ejecutivos de la Fox sobornaron a funcionarios de FIFA por los derechos de TV (The Guardian)

TV DE PAGO ESPAÑA

Netflix tiene un problema: el 60% de los usuarios españoles comparten su cuenta y la abandonarían si se lo impiden (Genbeta)

La mayoría de las series españolas de Netflix no supera las tres semanas en el top ten en España (El Español)

TELEFÓNICA Y TELECOMUNICACIONES

Telefónica negocia el primer convenio unificado para la corporación y sus filiales (Cinco Días)

Las telecos piden que las plataformas OTT como Netflix entren en la Ley SAC (Cinco Días)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Netflix bate las previsiones de nuevos suscriptores (+7,66 millones), pero crece al ritmo más lento desde 2011 (Expansión, EL PAÍS)

Reed Hastings dimite al frente de Netflix, que tendrá dos co-CEO: Ted Sarandos y Greg Peters (Expansión, EL PAÍS)

Netflix supera las expectativas en su primer trimestre con publicidad y suma más de siete millones de nuevos sucriptores (Variety, The Hollywood Reporter)

El nuevo look de Netflix ya se está poniendo de moda: los nuevos abonados dispan dudas sobre la publicidad (The Wall Street Journal)

Cómo reaccionarán los consumidores a la prohibición de compartir cuentas (Horowitz Research)

Netflix, contra LAS contraseñas compartidas, ¿apuesta ganadora o principio del fin? (TTV News)

El 13% de los sucriptores de Netflix ha optado por la oferta con anuncios (Business Insider)

Netflix y sus cancelaciones interminables señalan el fin de la era de las series de calidad en *streaming* (Revista GQ)

VIDEOJUEGOS

Las tendencias legales a observar en la industria de los videojuegos en 2023 (Games Industry)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

RTVE costó 1.158 millones en 2021, el peor dato desde el Gobierno de Zapatero (ABC)

Cómo vimos la tele en 2022 (EL PAÍS)

Revolución en Tele5 para tratar de resucitar su audiencia (El Mundo)

Víctor García, nuevo director general de la productora Unicorn Content (El Confidencial)

PRISA, primera conmpañía de audio en streaming de España (EL PAÍS)

MOVISTAR PLUS+

#0 por Movistar Plus+ ofrece el estreno en exclusiva de 'Harry: la entrevista' (VARIOS)

Crítica de la temporada 3 de 'Happy Valley': piedra dura de Yorkshire (Rosa Palo en VOCENTO)

"Happy Valley", un valle feliz lleno de gente problemática (Llegr.cat)

"Zimmer: crear para iluminar la vida" (Carlos Colón, sobre el documental *Hans Zimmer: la banda sonora de Hollywood*, en diarios del Grupo JOLY)

'The Blacklist' celebra su décimo aniversario en Movistar Plus+ 10 en febrero (Top Cultural)

Movistar Plus+ estrena el canal exclusivo "Universo Tarantino" (Grupo Noticias)

Las 23 películas que se verán en el nuevo canal especial dedicado a Tarantino (Adslzone.net)

Movistar Plus+ tiene un nuevo canal en 4K (Xataka Smart Home)

ORIGINALES / ENTRETENIMIENTO

#VAMOS

Álvaro Benito: "El entrenador debe ser muy seductor" (AS online)

LA RESISTENCIA

La agresiva petición sexual de una espectadora de 'La Resistencia' a Broncano (VARIOS)

2Playbook

Dazn firma un acuerdo global de distribución con Amazon para entrar en Prime Video

La plataforma de 'streaming' ha cerrado una alianza global con la OTT de Amazon. El lanzamiento internacional empieza hoy en España y Alemania, y continuará en otros mercados a lo largo de 2023.



2Playbook 19 de enero de 2023

Alianza de alcance entre dos gigantes del sector tecnológico y del streaming. Amazon y Dazn han llegado a un acuerdo global para la distribución de los contenidos de la OTT deportiva a través de la plataforma audiovisual del ecommerce. De este modo, Dazn se incorpora como un nuevo canal de Prime Video, ofreciendo a sus clientes acceso a la programación en directo y bajo demanda de la plataforma británica. El servicio se lanza hoy en España y Alemania.

Los usuarios deberán abonar una tarifa mensual adicional a la que ya pagan por Prime. De este modo, los miembros Prime en España podrán añadir Dazn a su suscripción por 29,99 euros al mes, lo que incluye partidos de LaLiga Santander, la Premier League y la Fórmula 1, entre otras competiciones.

Esta alianza se extenderá a otros países durante 2023, con Japón como siguiente mercado. Los próximos lanzamientos se anunciarán más adelante, si bien, en la actualidad, Dazn también opera en Italia, Bélgica, Portugal, Japón, Canadá, Estados Unidos y Reino Unido.

En palabras de Jay Marine, director global de deportes de Prime Video, “esta nueva alianza con Dazn es un emocionante paso adelante para la oferta global de deportes de Prime Video, ofreciendo a nuestros clientes una mayor selección del mejor deporte en directo y bajo demanda, todo en un mismo sitio”.

Por su parte, Shay Segev, consejero delegado de la plataforma británica, ha declarado que con este acuerdo “los aficionados al deporte de todo el mundo tendrán aún más formas de acceder a la amplia selección de contenido deportivo premium de Dazn”. El directivo ha añadido que se trata de una “alianza global y a largo plazo con Prime Video”. Con este acuerdo, la OTT se une a la lista de canales de Prime Video, que en España incluye LaLiga SmartBank, entre otros.

El servicio de *streaming* especializado en deportes tiene acuerdos audiovisuales en diferentes mercados con LaLiga; Bundesliga; Premier League; J.League; Serie A, y la Uefa Champions League. En España también tiene los derechos de la Liga F y la Champions femenina. Y más allá del fútbol, emite Fórmula 1, NBA, MotoGP y la UFC. De hecho, hasta 2028, tiene comprometidos 9.600 millones de dólares (8.860 millones de euros) en derechos audiovisuales que ha adquirido en los últimos años para conformar una amplia parrilla de emisiones deportivas.

PALCO23

MEDIA

Amazon y Dazn firman un acuerdo global de distribución

El servicio se lanza hoy en España y Alemania. Los miembros Prime en España podrán añadir Dazn a su suscripción por 29,99 euros al mes, lo que incluye partidos de LaLiga Santander, la Premier League inglesa y la Fórmula 1.



El acceso al servicio de streaming de Dazn a través de los canales de Prime Video se extenderá a otros países durante 2023, siendo Japón el siguiente mercado.

Palco23
19 ene 2023 - 16:01

Acuerdo histórico. Amazon y Dazn han alcanzado un acuerdo global para la distribución del servicio de streaming de deportes como un nuevo canal de Prime Video, por lo que los clientes de Prime Video tendrán acceso a los contenidos deportivos de la plataforma *over-the-top* (OTT) británica por una tarifa mensual adicional.

El servicio se lanza hoy en España y Alemania. Los miembros Prime en España podrán añadir Dazn a su suscripción por 29,99 euros al mes, lo que incluye partidos de LaLiga Santander, la Premier League inglesa y la Fórmula 1, entre otros.

El acceso al servicio de streaming de Dazn a través de los canales de Prime Video se extenderá a otros países durante 2023, siendo Japón el siguiente mercado. Los

https://www.palco23.com/media/amazon-y-dazn-firman-un-acuerdo-global-de-distribucion

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

próximos lanzamientos se anunciarán más adelante.

Amazon y Dazn desembarcarán conjuntament en Japón

“Esta nueva alianza con Dazn es un emocionante paso adelante para la oferta global de deportes de Prime Video, ofreciendo a nuestros clientes una mayor selección del mejor deporte en directo y bajo demanda, todo en un mismo sitio”, ha explicado Jay Marine, directora global de deportes de Prime Video.

“Esta es una gran noticia para los aficionados al deporte de todo el mundo, que tendrán aún más formas de acceder a la amplia selección de contenido deportivo premium de Dazn”, ha subrayado Shay Segev, consejero delegado de Dazn. “Estamos muy contentos de crear una alianza global y a largo plazo con Prime Video mientras continuamos innovando y enriqueciendo la experiencia digital para nuestros clientes y todos los fans del deporte”, ha añadido.

La plataforma subió ayer sus precios de todos sus planes de suscripción después de anunciar que, desde la pasada jornada de liga, no está presente en las plataformas de streaming de Movistar+ y Orange. De este modo, su contenido sólo se podrá ver a través de su propia aplicación.

El incremento de precios persigue la estrategia de la compañía de lograr ser rentable a partir del próximo ejercicio. Este nuevo alzamiento de precios sigue al que hizo la compañía en febrero de 2022, cuando incrementó el precio de su plan esencial un 30%, pasando de 9,99 euros a 12,99 euros.

El nuevo precio del plan esencial es de 18,99 euros, lo que representa un aumento del 46%. Esta suscripción incluye gran variedad de disciplinas deportivas, exceptuando LaLiga, como: Euroliga, MotoGP, Fórmula 1, Premier League o Liga F.

El plan total, que incluye LaLiga Santander y LaLiga Smartbank también aumentó su precio, al pasar de 24,99 euros al mes a 29,99 euros al mes. La compañía además incluye la posibilidad de el pago anual fraccionado, que en este plan supone pagar 299,99 euros al año. De esta forma, Dazn pretende evitar la fuga de clientes de su plataforma una vez han finalizado las temporadas regulares de los deportes retransmitidos en su plataforma.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Dazn disparó sus ingresos un 70% en 2022, hasta 2.300 millones de euros, cuando cerró el ejercicio con quince millones de suscriptores de pago.

https://www.palco23.com/media/amazon-y-dazn-firman-un-acuerdo-global-de-distribucion

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

DAZN, nuevo canal de Amazon Prime: qué cambia para los clientes y qué ventajas (o desventajas) tendrá

19 Enero 2023, 18:34 LAURA SACRISTÁN @Lau_Sacris

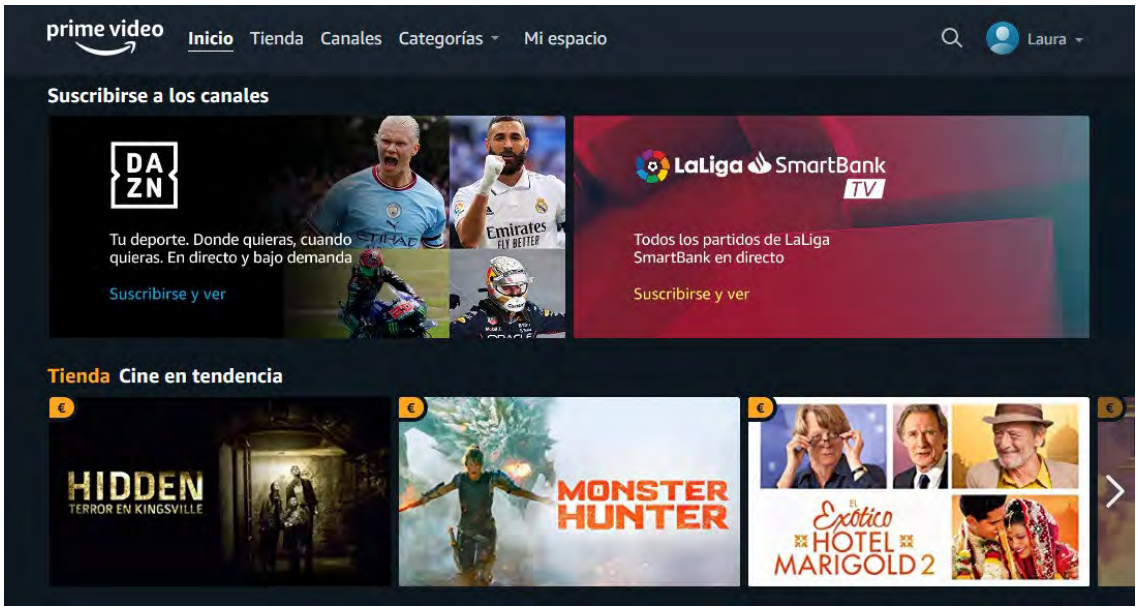


Tras el anuncio de su subida de precios y la desaparición de DAZN LaLiga y DAZN 1-4 de las aplicaciones de Movistar Plus+ y Orange TV, DAZN vuelve a ser noticia esta semana. Pero en esta ocasión, por algo muy diferente: acaba de anunciar una alianza global con Amazon.

Este acuerdo le permitirá distribuir sus contenidos **a través de Prime Video** como un nuevo canal opcional, del mismo modo que ya lo hacen otras plataformas como FlixOlé o Acorn TV. Pero ya te advertimos: no esperes muchas ventajas por suscribirte a DAZN a través de Amazon en vez de contratarlo directamente con DAZN.

Misma cuota, pero más facilidades

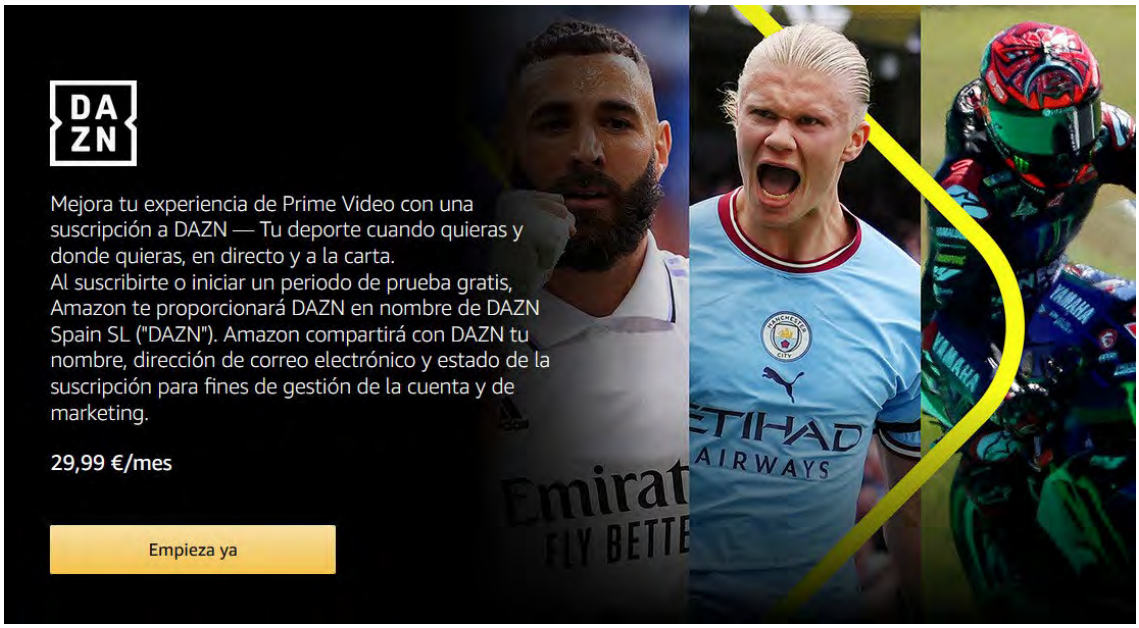
Amazon y DAZN han cerrado un acuerdo global que permitirá a esta última distribuir su servicio de streaming de deportes como **un canal más de Prime Video**. Es algo que ya hemos visto, por ejemplo, en LaLiga SmartBank TV o en otros servicios de streaming como FlixOlé.



A partir de hoy, los clientes Prime de Amazon en España y Alemania (próximamente en Japón y otros países) pueden acceder a los contenidos deportivos en directo y bajo demanda de DAZN directamente desde la plataforma de vídeo de Amazon.

¿Todos los contenidos? No. Según aclara Amazon, la suscripción a DAZN a través de Prime Video te da acceso al todo el contenido de DAZN con **la excepción de Eurosport 1, Eurosport 2** y "un número limitado de eventos en directo adicionales" que no especifica.

Ese acceso a los contenidos de DAZN no será gratis, ni mucho menos: para añadir DAZN a tu suscripción Prime, tendrás que abonar una **tarifa mensual adicional de 29,99 euros al mes**. Lo mismo que pagarías si contratases DAZN Total a través de DAZN. Y no, no hay posibilidad de disfrutar de un mes gratis de prueba.



Entonces, ¿cuál es el beneficio de suscribirte al canal de DAZN en Prime Video? Económico, ninguno, pero pagas DAZN directamente a través de Amazon, no tienes que usar otra app (otro usuario y otra contraseña) para acceder a los contenidos, y **puedes cancelar cuando quieras** sin el mes de preaviso que exige DAZN.

Es posible, además, que la calidad de reproducción de DAZN en la app de Prime Video sea mejor que en la app de DAZN, pero eso tenemos que comprobarlo y que nos lo confirmen ambas plataformas.

Las que obviamente salen ganando con esta propuesta son las dos compañías. En primer lugar, tal y como advierte un mensaje al suscribirte, ambas pueden compartir tu nombre, dirección de correo electrónico y estado de la suscripción "para fines de gestión de la cuenta y de marketing".

Además, con este acuerdo, DAZN obtiene un escaparate más donde exhibir sus contenidos, mientras que Amazon amplía su oferta de canales.

EL ESPAÑOL
El androide libre



NOTICIAS Y NOVEDADES

La Liga y la Formula 1 en Amazon Prime Video, así es la nueva opción

Amazon y DAZN han llegado a un acuerdo por el cual el gigante tecnológico podrá integrar un nuevo canal con el contenido deportivo licenciado por el servicio de streaming.

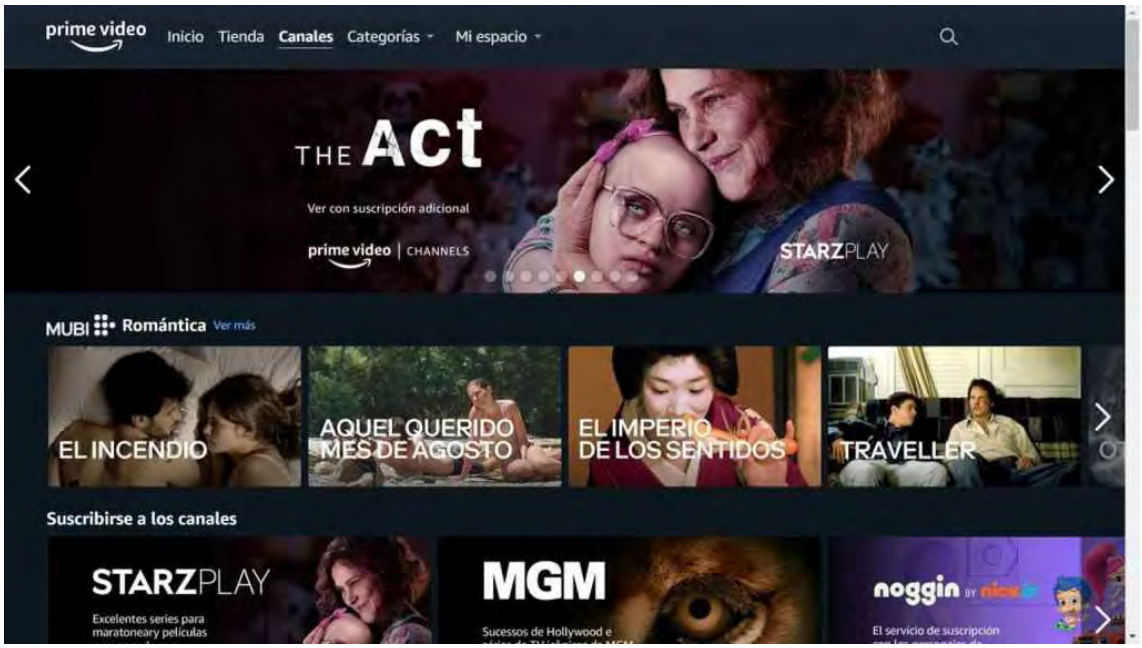
19 enero, 2023 16:51 **Adrián Raya** @adrian_cal_raya

Si quieres ver deportes en directo en tu móvil, la opción más completa (y la única para muchas competiciones) es DAZN; este servicio ofrece contenido en directo y bajo demanda, con planes que parten de los 9,99 euros pero que pueden alcanzar los 24,99 euros por el paquete completo.

Claro, que puede que no te interese comprar otra suscripción más, o que no sea muy cómodo para ti instalar otra app más en tu dispositivo. Si es tu caso, la nueva alianza entre DAZN y Amazon te puede interesar.

Amazon Prime Video con el canal DAZN

El anuncio de hoy trata sobre la integración de DAZN en Prime Video, como parte de uno de sus canales de Prime Video que podremos contratar por separado de la suscripción Prime que ya tenemos. Desde finales de 2020, Amazon ofrece en España la funcionalidad de los canales, que ofrecen acceso a contenido que normalmente no está disponible en el streaming de Prime Video.



Los canales de Prime Video le permiten ofrecer más contenido de pago

Los canales se contratan por separado, y están disponibles como un acceso directo dentro de la app de Prime Video o la página web oficial del servicio. La gran ventaja es que el contenido de los canales que contratemos está disponible a través de la misma app que usamos siempre, en vez de tener que instalar otra por separado.

El servicio de DAZN está disponible a partir de hoy como uno de los canales de Prime Video, y nos ofrece acceso a todo el contenido que ya está disponible en el servicio independiente. Por lo tanto, desde Amazon Prime Video tendremos acceso a los partidos de LaLiga Santander, la Premier League y otras competiciones de fútbol. Los amantes del automovilismo se alegrarán de ver que tendrán acceso a las carreras de Formula 1, además de a las de MotoGP.

DAZN en Amazon Prime Video está disponible primero en España y en Alemania, aunque se ampliará al resto del mundo con el paso del año. Para Amazon, es una oportunidad de oro de ofrecer deportes en directo, sin tener que negociar directamente los derechos de cada competición.

DAZN en Amazon Prime Video cuesta 29,99 euros al mes, una cifra que tenemos que sumar a lo que ya paguemos por Prime. Aunque parezca mucho, en realidad es exactamente lo mismo que cuesta DAZN de manera independiente, y hay que tener en cuenta la gran cantidad de competiciones que ofrece como la mencionada LaLiga, Formula 1, y UEFA Champions League. Por otra parte, esta no es la manera más barata de conseguir ese contenido: si vamos a la página de DAZN, podremos contratar el servicio por sólo 24,99 euros al mes, aunque en ese caso es con permanencia de un año. Esa opción no es posible si contratamos DAZN a través de Prime Video.

invertia | EL ESPAÑOL



Plataforma de Dazn en la pantalla de un televisor. Dazn

MEDIOS

Dazn prevé ser rentable en 2024 con más subidas de precios, publicidad y servicios adicionales como las apuestas

La plataforma cerró 2022 con unos ingresos de 2.125 millones, un 70% más, pero sigue generando pérdidas por las millonarias inversiones en contenido.

20 enero, 2023 **Alfonso Muñoz Fernández** @alfonmunoz

Dazn espera ser una compañía rentable en el año 2024. La plataforma de streaming de contenidos deportivos prevé alcanzar este objetivo a través de nuevas subidas de precios, una mejora en la comercialización de la publicidad y el refuerzo de su oferta de servicios añadidos, como las apuestas deportivas o el gaming.

Según recoge el informe anual que acaba de publicar la compañía, Dazn cerró 2022 con unos ingresos de 2.300 millones de dólares (2.125 millones de euros), lo que supone un 70% más que en 2021. Además, el servicio, está disponible ya en más de 200 mercados, donde cuenta con 15 millones de suscriptores de pago.

Sin embargo, el negocio sigue arrojando pérdidas. Aunque el informe no proporciona datos financieros más allá de los ingresos, la empresa ha explicado a 'Bloomberg' que en 2021 registró unas pérdidas netas de 2.330 millones de dólares (2.150 millones de euros), mientras que el resultado operativo arrojó una cifra negativa de 1.360 millones de dólares (1.250 millones de euros).

La causa de estas pérdidas está en las "significativas" inversiones que ha realizado en contenidos deportivos. En concreto, destaca los 1.900 millones de dólares (1.750 millones de euros) que destinó en 2021 para hacerse con los derechos de la Bundesliga y la Serie A italiana. Unas inversiones que confía en que pronto empiecen a dar sus frutos.

"Nuestro objetivo como empresa es ser rentables a principios de 2024", afirma Darren Waterman, director financiero de Dazn Group en el informe anual de la compañía correspondiente a 2022. Una meta que califica de "fascinante" y "alcanzable".



El directivo prevé que ese año la compañía tenga un negocio "sostenible" sustentado todavía por los ingresos de suscripción y publicidad en sus actuales mercados. "Esto significa que existe un significativo potencial de crecimiento", añade.

En concreto, apunta que Dazn tiene un mercado objetivo que se prevé alcance un valor de 400.000 millones de dólares (370.000 millones de euros) en 2027, sumando tanto las suscripciones a la plataforma como la publicidad dentro y fuera de la misma, las apuestas y los juegos y una variedad de oportunidades en el campo del comercio electrónico.

Subidas de precios

Una de las palancas de crecimiento que llevará a Dazn en la rentabilidad se encuentra en las subidas de precios que prevé seguir aplicando a medida que vaya consolidando y mejorando su oferta. Y es que, destaca Waterman, entre los aficionados a los deportes existe una "alta voluntad" de pagar por sus contenidos favoritos.

"No cabe duda de que el deporte es una de las mayores pasiones de miles de millones de personas en todo el mundo; algo en lo que están dispuestos a invertir mucho tiempo y dinero para disfrutar, compartir y realizar transacciones", incide el director financiero, quien destaca la mejora de la monetización de su base de clientes en 2022.

En este sentido, adelanta que en 2023 la plataforma continuará optimizando su propuesta creando diferentes alternativas de precio, así como distintas opciones para "ampliar o actualizar la experiencia y el contenido".

Un ejemplo son los cambios que acaba de anunciar en España. Por un lado, desaparece su tarifa Dazn LaLiga para nuevos clientes, que costaba 18,99 euros. Por otro, Dazn Total pasa a tener un precio 29,99 euros al mes, frente a los 24,99 euros que valía antes, y Dazn Esencial sube de 12,99 euros a 18,99 euros.

No obstante, los clientes podrán seguir disfrutando de los precios antiguos si se comprometen a una permanencia de doce meses. De esta manera, la empresa busca reducir el número de clientes que se da de baja del servicio temporalmente cuando acaba la temporada de su deporte favorito.

Pero no toda la estrategia de la compañía para ser más rentable se basa en los ingresos por suscripción. La publicidad también desempeñará un papel importante teniendo en cuenta que los aficionados al deporte "son uno de los grupos demográficos más buscados por los anunciantes".

Publicidad y apuestas

De hecho, destaca que en 2022 ya desarrolló nuevos modelos para que las marcas lleguen a sus clientes, tanto dentro como fuera de la plataforma, gracias a una tecnología más sofisticada y a una mayor automatización. Además, adelanta que están explorando nuevas oportunidades en este campo para el año que acaba de empezar.

Por otro lado, Dazn también remarca que seguirá completando su oferta con más experiencias, productos y servicios relacionados con el deporte que confía en que sirvan para expandir aún más su base de clientes, aumentar sus ingresos y progresar hacia la rentabilidad.

Como ejemplo, menciona el lanzamiento a finales de 2022 junto a Pragmatic Group de Dazn Bet, un servicio de apuestas que ya está disponible en Reino Unido, España e Italia. No obstante, ya adelanta que seguirá ampliando los servicios que ofrece en 2023 en áreas como el gaming o el comercio relacionado con el deporte.

En resumen, Waterman señala que la empresa espera que añadiendo más experiencias y contenidos pueda genera una oferta de mayor valor para aquellos que están dispuestos a pagar más. Una estrategia que es clave para su "éxito a largo plazo".

BUSSINES INSIDER

Netflix exec reveals growing sports ambitions, how 'Break Point' can become a 'Drive to Survive' for pro tennis, and what's next for live sports at the streamer

Elaine Low 2023-01-18T20:20:36Z



Professional tennis player Nick Kyrgios in Netflix docuseries "Break Point."

- **Formula 1 racing saw a boost in TV viewership and fandom since Netflix began streaming docuseries "Drive to Survive."**
- **Amid a boom in sports docs, the streamer is looking for another hit in tennis series "Break Point."**
- **Netflix unscripted TV head Brandon Riegg spoke to Insider about the streamer's ambitions in live sports.**

Netflix execs and tennis fans are hoping that "Break Point," the streamer's new docuseries centered on the 2022 Grand Slam season, can be the racket sport's "Drive to Survive."

"I wouldn't be surprised," Netflix VP of unscripted and docuseries Brandon Riegg told Insider the day before "Break Point" premiered. "I think that's always an amazing outcome and a testament to the power of TV and the power of storytelling."

Sports documentaries have seen a major boom over the last few years. When the pandemic put televised live sports on hold, Michael Jordan-focused doc "The Last Dance" smashed records for ESPN in early 2020, then drew in more than 20 million households globally to Netflix once it began streaming there.

Netflix in particular has seen success with other sports docs such as "Cheer" and "Last Chance U." The genre in general performs: Around 80% of Netflix members have watched at least one documentary over the last two years, said Riegg.

And arguably the streamer's biggest swing and hit in sports to date is Formula 1-focused "Drive to Survive." It is the happy beneficiary of the "Netflix effect," with fans of elite auto racing growing sizably since the series began airing in 2019. Research firm Morning Consult found that nearly three-quarters of F1 viewers under 45 at least partly traced their fandom back to the show, and American viewership of the 2022 F1 season on ESPN popped 28% from the prior year to more than 1 million viewers per race.

"We did hit a sort of tipping point with 'Drive to Survive,'" Riegg said. "We've tried to be really thoughtful and methodical in terms of broadening out the slate, in terms of which athletes and sports and things like that that we've pursued, that we've done projects around, and it feels good that we have all this great momentum."

Tennis saw a resurgence in popularity in the US during the pandemic, with new and dormant recreational players alike getting onto the court as they sought outdoor, socially distant activity. And Serena Williams' decision to retire brought millions more viewers than usual to the 2022 US Open on ESPN, breaking viewership records.

But the dominance of the Big Three men's champs — Roger Federer, Novak Djokovic, and Rafael Nadal — over the last 20 years has meant that few new stars have been able to shine through at Grand Slams. Williams' and Federer's retirement in 2022 opened the door to a new era, however, and young US players Coco Gauff, Frances Tiafoe, and Taylor Fritz have given American tennis fans hope that homegrown talent is on track for big titles.

Tiafoe and Fritz are featured in the first batch of "Break Point" episodes, with Fritz's run at Indian Wells in 2022 spotlighted in episode 3. The season is divvied into two groups of five episodes, with the first half released on Jan. 13, just as the Australian Open kicked off, and the rest timed to Wimbledon in June.

"A goal is always like, can we help grow this sport? Can we help grow this fandom? I think that's a great effect of the show," said Riegg. "But at its core, what we're looking for is 'Okay, do we have something that the people who watch it love it?'"

Sports documentaries seem like a natural gateway into live-streamed sports for Netflix. As others have pointed out, ESPN, which has the Formula 1 rights, has benefited as much as Netflix, if not more, from the surge in the sport's popularity.

Netflix was among the bidders for those Formula 1 rights, Insider reported. The streamer also bid for streaming rights to the ATP men's tennis tour "for some European countries," including the UK and France, according to a report in the Wall Street Journal. But Riegg waved off these reports as "speculation" and "rumors."

"We're no closer nor further away from live sports than we've ever been," he told Insider, echoing what co-CEO Ted Sarandos has said in the past. "It's not something that's on the table for us. And we're really happy in terms of what we get to achieve with the shows, and also the economics. It makes sense for us."

Neftlix's current strategy, "allows us to sort of stay aligned with what's going on in sports," Riegg continued. "But we don't have to worry about a lot of the elements that might go into carrying live sports." Elements like frenzied competition for league rights and high production costs once you win them, for example — the kind of spending that had Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav, whose company's Turner Networks have held NBA rights for nearly 40 years, telling the audience at a November investor conference, "We don't have to have the NBA."

But Netflix's 180-degree flip on advertising this past year — adding an ad-supported tier to its service in November after years of saying it wasn't interested in the business — demonstrates that changes to its programming philosophy are on the table in a new way. And Sarandos' previous dismissal of live sports on the platform was tied to its ad-free position.

"Our fundamental product is on-demand and ad-free, and sports tends to be live and packed with advertising," Sarandos said in July 2021.

For now, Netflix remains invested in sports documentaries and is expanding its programming into leagues with growth potential in the US and abroad. The streamer is set to premiere golf docuseries "Full Swing" in February and a behind-the-scenes series on the Tour de France, as well as one on Invictus Games, later in 2023. Also in the works are series on the 2022 FIFA World Cup in Qatar and the Six Nations rugby tournament. The fifth season of "Drive to Survive" will be released on Feb. 24.

"I wouldn't say that it occupies a sort of elevated or unique position, vis a vis some of the other categories that we do," said Riegg of the genre. "But I think it was an underrepresented category years ago, and we're getting to the point where we're better able to gauge what's a sufficient amount. We're still in this building phase."

El Confidencial

UN SUELDO MÍNIMO DE 20.000 EUROS... EN 2027

La amenaza de huelga ya planea sobre la liga femenina: las árbitras dinamitaron el camino

Las colegiadas pararon el inicio de la Liga F con el respaldo encubierto de su patronal y los clubes se amparan en los gastos arbitrales para no ofrecer más salario a las futbolistas



Imagen del FC Barcelona-Granadilla Tenerife. (EFE/Toni Albir)

Por **Kike Marín** 20/01/2023 - 05:00

El pasado miércoles se celebró una nueva reunión entre la Liga F y los cinco sindicatos que negocian el nuevo convenio colectivo del fútbol femenino, en la que quedó patente lo alejadas que están las posturas de la patronal que preside Beatriz Álvarez Mesa, la cual propone una exigua subida del salario mínimo de 16.000 a 18.000 euros esta temporada, a 18.500 en 2024, 19.000 en 2025, 19.500 en 2026 y 20.000 en 2027, muy lejos de los 50.000 de los que públicamente habló la presidenta de Futpro, el sindicato con más representación, aunque no mayoritario, en la mesa de negociación. Normal que la sombra de la huelga ya planee sobre la liga femenina.

En declaraciones a *La Vanguardia*, Amanda Gutiérrez comentó que "hicimos un estudio muy completo en el que vimos lo que cobraba el personal de los clubes: el que está en las taquillas, el que limpia las butacas, el que reparte las bebidas... y llegamos a la conclusión de que cobran más que las futbolistas, lo cual no se puede consentir". "También analizamos los salarios de otras profesiones, la media de lo que cobran las futbolistas o los ingresos de que dispone la Liga F, y te das cuenta de que no es ninguna locura pedir 50.000 euros", añadió la dirigente de este sindicato, sin contar con la opinión del resto, a saber, AFE, Futbolistas ON, UGT y CCOO.

Consciente o inconscientemente, Amanda Gutiérrez se dejó llevar por el notable aumento salarial logrado por las árbitras tras impedir el inicio de la Liga F, el cual, al igual que los desorbitados gastos arbitrales, lógicamente repercute en los presupuestos de los clubes. De esta forma, llegó a asegurar que "el tema de las árbitras nos ha venido bien, ellas nos han dado una lección de cómo todas juntas han conseguido lo conseguido en poco tiempo", para concluir que "las jugadoras tienen que cobrar más que las árbitras y hemos dejado en evidencia que 16.000 euros no son suficientes para que una futbolista pueda dedicarse solo a esto".

Cabe recordar que, "tras el vergonzante episodio de la primera jornada, que jamás debió haberse permitido", como calificaron desde la Liga F el parón que retrasó el histórico inicio de su competición, las árbitras principales aceptaron la oferta de 25.000 euros anuales y de 16.000 para las asistentes. De ahí que a Gutiérrez le preguntaron si no creía que el beneficioso acuerdo salarial de las árbitras había perjudicado a las futbolistas. "Para mí, en absoluto. Futpro jamás va a negarse a que un grupo de mujeres pelee por mejorar sus condiciones laborales. Las árbitras pusieron en valor su trabajo y ahora les toca a las futbolistas", respondió la catalana.



Las árbitras Guadalupe Porras, Marta Huertas y Marta Frías.

Un boicot que la RFEF no censuró

Este discurso estaría muy bien si detrás de la postura de las árbitras no hubiera estado la Federación Española de Fútbol (RFEF), quien, a través del Comité Técnico de Árbitros (CTA), no dijo nada a la hora de boicotear el inicio de la nueva competición profesional femenina, al igual que incomprensiblemente también hizo el Consejo Superior de Deportes (CSD). Por ello, y salvo que vaya de la mano de Rubiales, resulta difícil de entender que Amanda Gutiérrez diga que "me da igual el empleador", para añadir que "entendemos que una futbolista vale más que esos 25.000 euros que se dijo que cobrarían las árbitras", olvidándose por completo de todos los gastos que tienen afrontar los equipos, nada fáciles de afrontar especialmente para los que no pertenecen a clubes de LaLiga.

Por más que actualmente el fútbol femenino haya recibido un gran impulso económico gracias a la subvención del CSD tras el compromiso de profesionalizar su liga que contrajo la ex secretario de Estado, Irene Lozano, el principal objetivo de sus responsables sigue siendo la sostenibilidad. Del mismo modo que es legítimo proclamar que "hay que pagar como una jugadora profesional", como reclama la presidenta de Futpro, se antoja complicado hablar de que "ya no vale el discurso de lo que ellas generan", pues el profesionalismo es precisamente lo que conlleva, ganar en función de lo que se genera y no de lo que el Gobierno generosamente desembolsa, con el agravio comparativo que ello supone para otros deportes, y no solo los practicados por mujeres.

En otra entrevista, en este caso con *FutFem*, Amanda Gutiérrez dijo que "no creo que vaya a ser necesaria una huelga porque el discurso ya ha cambiado. Entiendo que cuando se negoció el primero, no siendo la liga profesional, el argumento de que no genera ya no sirve". Sin embargo, y quizás porque precisamente la abogada catalana es una recién llegada a la realidad del fútbol femenino español, a la hora de negociar, junto al resto de sindicatos y no haciendo la guerra por su cuenta, debería tener en cuenta que la Liga F apenas lleva unos meses en funcionamiento, aún le falta estructura y su crecimiento será progresivo.

Otra cosa es el compromiso adquirido con las futbolistas y las presiones que pueda recibir, de ahí que tras la última reunión con la patronal, en la que esta hizo un planteamiento que, comparado con lo que lograron las árbitras, es cierto que se antoja insuficiente, ya se empezó a hablar de una posible huelga. Las árbitras hicieron la suya, sí, aunque en su caso se tratara de un parón y con la diferencia de que defendiendo a la vez los intereses de su 'patronal', que no es otra que la RFEF a través del CTA. Sin embargo, más que abrir el camino, visto lo visto, lo que hicieron fue dinamitar el que ahora deben recorrer las futbolistas, las grandes protagonistas, además de preparadas, y con muchos años más reivindicando sus derechos.

FINANCIAL TIMES

Qatar apunta a la Premier League tras el éxito del Mundial

- JOSH NOBLE 19 ENE. 2023 - 12:54



Ryan Sessegnon en un partido de la Premier League entre el Tottenham y el Arsenal.

La victoria en la final del Mundial consolidó a Lionel Messi como el mejor futbolista de su generación. Pero el emocionante partido, posiblemente la mejor final de la historia, fue también una victoria para el país anfitrión, Qatar. Antes de que Messi levantara el trofeo para Argentina, el francés Kylian Mbappé marcó el primer triplete en una final desde 1966. Ambos juegan en el París Saint-Germain, de propiedad catarí.

Ahora, tras la conclusión del prestigioso evento deportivo, Qatar intenta mantener su incursión en el deporte, en una apuesta por diversificar su economía y reducir su dependencia del gas y del petróleo y mejorar sus credenciales como inversor.

Una de las opciones que se barajan es invertir en la Premier League inglesa. Qatar Sports Investments, la entidad respaldada por el Estado que compró el PSG en 2011, mantuvo hace poco conversaciones con el Tottenham Hotspur, aunque los responsables del club londinense niegan que haya hablado de la venta de una participación.

QSI también tiene intereses en el pádel y en la Fórmula Uno, a través del Gran Premio de Catar. Además, es propietario de beIN, una importante emisora deportiva en Oriente Medio y con una importante presencia en Europa.

No es la primera vez que QSI pone el foco en el fútbol inglés. En 2019, mantuvo conversaciones con el Leeds United sobre una posible inversión, cuando el club estaba en la Championship, la división inferior a la Premier League, pero no llegó a un acuerdo.

El año pasado decidió seguir un modelo distinto, con inversiones en varios equipos de fútbol. El fondo hizo su primer movimiento semanas antes del Mundial, adquiriendo una participación del 22% por unos 19 millones de euros en el SC Braga, equipo que actualmente ocupa el segundo puesto en la primera división portuguesa. QSI también ha se ha planteado distintas opciones en Bélgica, España y Brasil.

Al mismo tiempo, ha hablado con inversores estadounidenses sobre una posible venta de una participación en el PSG. Nasser Al-Khelaifi, presidente de QSI y del club de fútbol, declaró a *Financial Times* en noviembre que esperaba alcanzar una valoración del PSG superior a 4.000 millones de euros en cualquier operación que se llevara a cabo en el futuro.

La entrada de los cataríes en la Premier League supondría un paso adelante en sus ambiciones. Sin embargo, es casi seguro que se limitarían a una inversión minoritaria para evitar un conflicto con su propiedad del PSG: la UEFA, el organismo rector, prohíbe a los clubes controlados por la misma entidad competir entre sí en competiciones europeas.

Tampoco será barato. La venta del Chelsea FC el año pasado a un grupo de inversores estadounidenses por 2.500 millones de libras elevó el listón de las valoraciones de los clubes de fútbol, lo que significa que incluso una pequeña inversión en un equipo de primer nivel podría ascender fácilmente a cientos de millones de libras.

Los analistas en Catar afirman que la decisión de invertir en la Premier League, con diferencia la liga más rica y seguida del fútbol, es lógica por varios motivos.

Desde el punto de vista financiero, la liga está años luz por delante de la competencia. Según las previsiones de Deloitte, los ingresos de este año superarán los 6.000 millones de libras gracias a los nuevos acuerdos televisivos en EEUU y Escandinavia. Mientras tanto, se espera que la liga francesa genere unos ingresos inferiores a los 2.000 millones de euros.

El Golfo está cada vez más vinculado a la Premier League. Un miembro de la familia real de Abu Dhabi adquirió el Manchester City en 2008, antes de crear una red de clubes en todo el mundo. El equipo ha ganado la Premier League en seis ocasiones desde la compra, aunque no ha logrado ninguna victoria en la Liga de Campeones.

Por su parte, el Fondo de Inversión Pública de Arabia Saudí lideró un consorcio que compró el Newcastle United por unos 300 millones de libras en 2021. Tras más de 200 millones de libras en compras de jugadores, el equipo es ahora tercero en la liga.

La actual inversión de QSI en el PSG ha sido un éxito sobre el terreno de juego: el equipo ha ganado ocho de los últimos 10 títulos franceses aunque, al igual que el Manchester City, el PSG aún no ha ganado la Liga de Campeones.

Pero los costes del proyecto han sido elevados, sobre todo en una liga con los ingresos más bajos de las cinco grandes de Europa. Según Transfermarkt, en la última década, los propietarios del PSG han gastado 1.500 millones de euros en fichajes, lo que se traduce en una pérdida por la compraventa de jugadores de 982 millones de euros. Sólo el Manchester City y el Manchester United han perdido más en fichajes en ese tiempo, mientras que muchos de los rivales franceses del PSG han registrado beneficios de la actividad comercial.

Qatar también buscará seguramente un equipo que no compita en la parte alta de la tabla, como ocurrió cuando el Manchester City, el Newcastle y el PSG atrajeron dinero del Golfo. Por tanto, invertir en el Manchester United o el Liverpool -ambos en busca de nuevos inversores o posibles ventas- parece poco probable.

© The Financial Times Limited [2023]. Todos los derechos reservados. FT y Financial Times son marcas registradas de Financial Times Limited. Queda prohibida la redistribución, copia o modificación. EXPANSIÓN es el único responsable de esta traducción y Financial Times Limited no se hace responsable de la exactitud de la misma.

The Guardian

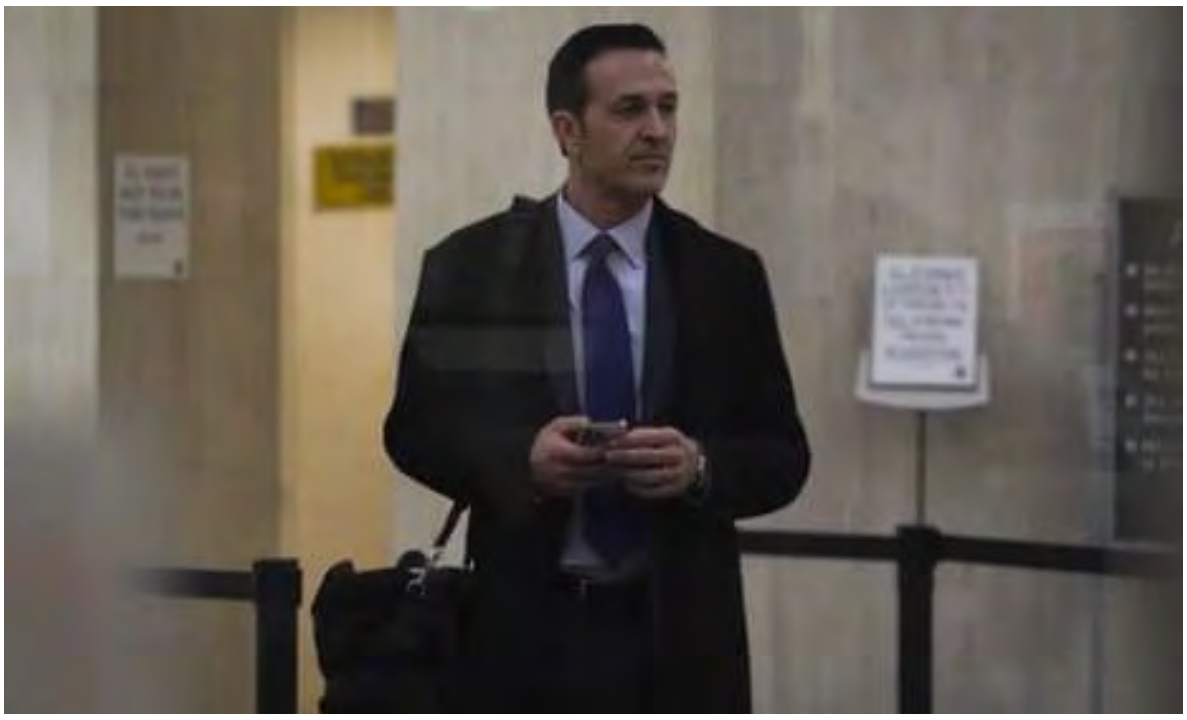
Football

Witness says Fox execs in US conspired to bribe Fifa officials over TV rights

Witness claims bribes helped Fox execs get soccer TV rights

Ex-Fox execs and Full Play Group SA have pleaded not guilty

Associated Press Thu 19 Jan 2023



The US government's star witness in a corruption trial over the broadcasting rights to some of soccer's biggest events testified Wednesday how he and two former Fox executives paid millions of dollars in bribes to undermine competing bids.

The trial in New York City is the latest development in a tangled corruption scandal that dates back nearly a decade and has ensnared more than three dozen executives and associates in the world's most popular sport.

The witness, Alejandro Burzaco, alleges that he and former Fox executives Hernan Lopez and Carlos Martinez conspired to bribe South American soccer officials for the TV rights to the Southern Hemisphere's biggest annual tournament, the Copa Libertadores, and help land broadcasting rights to the sport's most lucrative competition, the World Cup.

“The bribes fulfilled that purpose extremely well,” Burzaco testified.

During his first day on the witness stand, Burazco told the court about the sham contracts that were set up with soccer officials to funnel the bribes.

He said the payments Lopez and Martinez are accused of making to South American Football Confederation officials helped Fox squeeze out competitors and secured the rights to tournaments for below-market costs.

Lopez, a native of Argentina, is the former chief executive of Fox International Channels and later operated a podcasting venture. Martinez, a native of Mexico, headed the broadcaster’s Latin America affiliate.

Another sports media and marketing company, Full Play Group SA, is on trial with Lopez and Martinez, but the bribery allegations against that company involve different TV rights. Full Play, incorporated in Uruguay, is accused of paying bribes for the rights to the Copa America, a quadrennial national team competition, as well as to World Cup qualifying matches.

Prosecutors are expected to question Burzaco until at least Friday, after which it will be the defense attorneys’ turns.

The New York-based Fox Corporation, which sold its international channels during a restructuring in 2019, has denied any involvement in the bribery scandal and is not a defendant in the case.

So far, more than two dozen people have pleaded guilty and two people have been convicted at trial in connection with a US-led investigation into tens of millions of dollars in bribes and kickbacks at soccer’s highest levels. Four corporate entities have also pleaded guilty. Four other companies were charged but reached agreements with the government to avoid prosecution.

The soccer world’s governing body, Fifa, has said it was not involved in any fraud or conspiracies and was a mere bystander as the scandal unfolded.

Nevertheless, the scandal thrust the organization under worldwide scrutiny. It has since sought to polish its tarnished image.

Last month’s World Cup final in Qatar, where Argentina prevailed over France in a dramatic title-clinching shootout, was the most-watched soccer match ever in the United States, according to television audience estimates.

During opening arguments Tuesday, assistant US attorney Victor Zapana told jurors that millions of dollars in bribes fed a system of clandestine, no-bid contracts that “allowed disloyal soccer executives to live a life of luxury”.

Prosecutors allege that the payoffs enabled Lopez and Martinez to allow Fox to get confidential information from high-ranking soccer officials, including those at Fifa, that allowed its $425m bid to beat out rival ESPN and secure US broadcasting rights to the 2018 and 2022 World Cups.

Burzaco is a former business partner of the two men and headed an Argentinian marketing firm. He has cooperated in previous soccer corruption cases after his own bribery arrest in 2015 in a bid, his critics contend, to avoid prison.

Lawyers for Lopez and Martinez have asserted that the former executives are being framed, with one defense lawyer accusing Burzaco of masterminding the bribes.

Burzaco has pleaded guilty to racketeering conspiracy and other charges. He testified in 2017 that all three South Americans on the Fifa executive committee took million-dollar bribes to support Qatar's bid for the recently completed 2022 World Cup.

GENBETA

Netflix tiene un problema: el 60% de los usuarios españoles comparten su cuenta y la abandonarían si se lo impiden



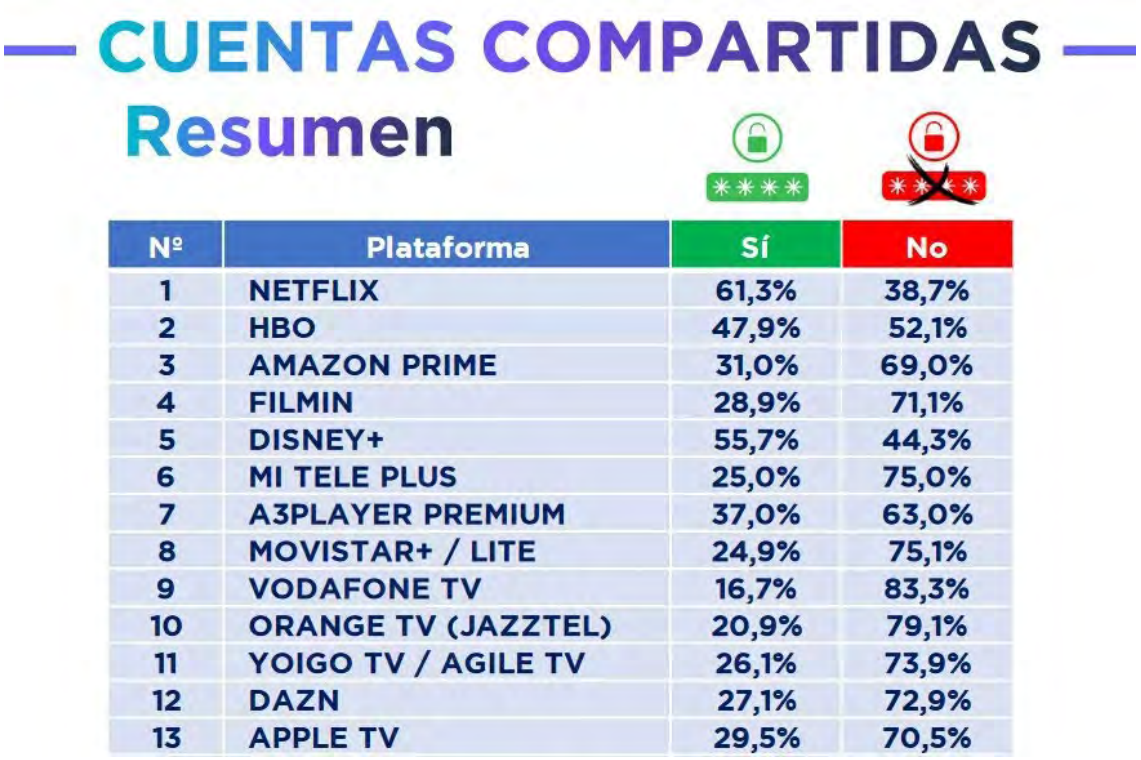
19 Enero 2023 JOSÉ ALBERTO LIZANA @Josealberto1813

El hecho de tener una cuenta compartida entre varias personas es algo que hemos hecho todos para poder pagar dinero. Pero Netflix obviamente esto no le interesa, ya que está perdiendo dinero al no contar con más suscripciones individuales, y encima están bajando. Esto está provocando que la empresa deba responder con un plan que incluye anuncios y también poniendo fin a las cuentas compartidas.

Si nos ponemos a pensar en todas las personas que conocemos que comparten su cuenta con otras cuatro, podemos ver la magnitud de las pérdidas de Netflix. Todas estas agrupaciones son suscripciones que no se lleva la compañía, y en concreto se estima que 100 millones de personas no pagan el servicio precisamente por esto.

A Netflix le saldría muy mal prohibir las cuentas compartidas

Al volver a ser protagonista este tema de cuentas compartidas, Barlovento Comunicación ha realizado un estudio para poder conocer el panorama de las cuentas compartidas en España al encuestar a más de 2.000 personas. Y en esta se puede ver que en el caso de Netflix, el 61,3% de los encuestados han afirmado que comparten la cuenta. Pero no se limitan únicamente a esta plataforma, sino que también han preguntado por otras muchas.

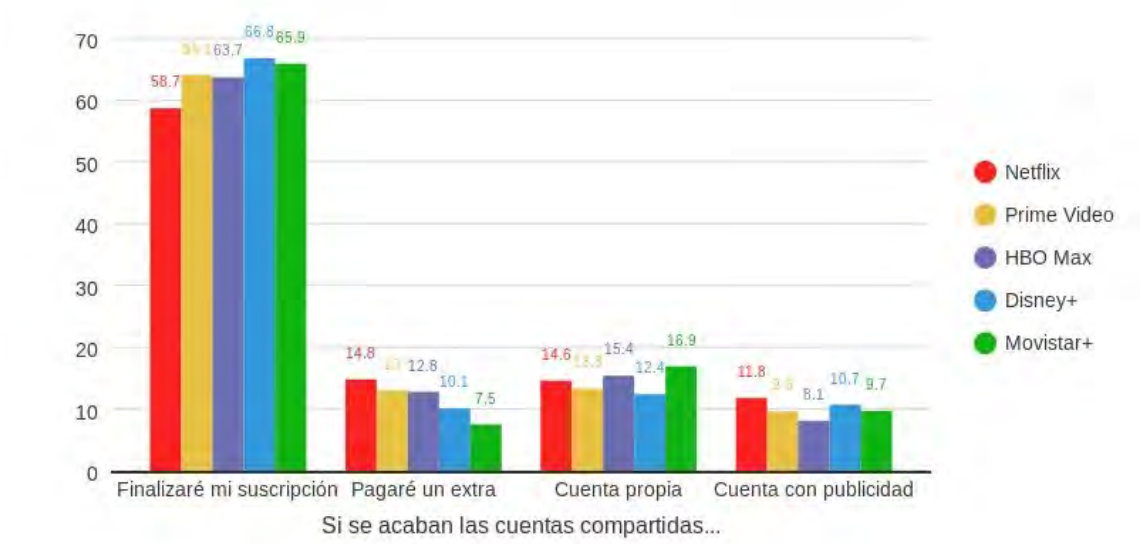


Nº	Plataforma	Sí	No
1	NETFLIX	61,3%	38,7%
2	HBO	47,9%	52,1%
3	AMAZON PRIME	31,0%	69,0%
4	FILMIN	28,9%	71,1%
5	DISNEY+	55,7%	44,3%
6	MI TELE PLUS	25,0%	75,0%
7	A3PLAYER PREMIUM	37,0%	63,0%
8	MOVISTAR+ / LITE	24,9%	75,1%
9	VODAFONE TV	16,7%	83,3%
10	ORANGE TV (JAZZTEL)	20,9%	79,1%
11	YOIGO TV / AGILE TV	26,1%	73,9%
12	DAZN	27,1%	72,9%
13	APPLE TV	29,5%	70,5%

De entre las más relevantes, en Disney+ el 55,7% de los encuestados reconoce que comparte cuenta, seguido de HBO con el 47,9%. Por contra, Amazon Prime Video (31%), Apple TV+ (29,5%), Filmin (28,9%) y VodafoneTV (16,7%) están en la parte baja de la tabla.

Pero lo realmente interesante de esta encuesta, es que han preguntado a los usuarios las acciones que tomarán en el caso de que se eliminen las cuentas compartidas. Y la mayoría de las personas (el 58,7%) han reconocido que finalizarán la suscripción. Por contra, se pasarían a un plan con publicidad el 11,8%, se harían una cuenta propia el 14,6% y por último pagarían un extra por compartir la cuenta un 14,8%.

Y no es algo que solo ocurra en Netflix, sino que en el resto de plataformas también ocurre algo muy similar. En todas las plataformas se afirma que si no se puede compartir la cuenta, decidirían abandonarla. Es por ello, que se puede concluir que si Netflix toma esta decisión finalmente va a tener que hacer un importante reajuste económico, ya que puede que les salga muy mal la estrategia. Y con esto queremos decir que en lugar de aumentar las suscripciones se verán reducidas.



De momento, sabemos que el plan con anuncios de Netflix no está saliendo demasiado bien, e incluso están tratándolo de ocultar. Y aún quedan por ver otras muchas medidas para poder ver reducida las cuentas compartidas, ya que en 2023 prometieron que iban a expandir medidas para eliminar estas cuentas compartidas. Aunque con estos datos en la mano, puede que quieran esperar a contar con otras vías para captar más financiación.

EL ESPAÑOL
Series & más

La mayoría de las series españolas de Netflix no supera las tres semanas en el top ten en España

De las originales, sólo 'Intimidad' consigue colarse más de 5 semanas en el top10 de España.

19 enero, 2023 Juan M. Fdez @juanmafdez



Netflix reinó en 2022 como líder en series españolas, con un total de 15 estrenadas, superando así ampliamente a Movistar Plus +, Amazon Prime Video y ATRESplayer PREMIUM (9). Entre ellas, Sagrada Familia, Bienvenidos a Edén, La noche más larga, Alma, Las de la última fila o Érase una vez... pero ya no.

Sin embargo, a la plataforma de streaming le está costando dar en la tecla para que sus series consigan el beneplácito de la audiencia. Y es que la mayoría de sus series españolas originales no supera las tres semanas en el top ten en España. Algo que debería ser relativamente fácil, dado que por ejemplo Aquí no hay quien viva se cuela muchas veces.

De las originales, solo Intimidad consigue colarse más de cinco semanas en el top 10 de España. Ni siquiera Élite, que con su temporada 5 se mete cinco semanas y con su última temporada se queda en cuatro, logra algo así. Élite es también, junto a Bienvenidos a Edén, las dos únicas de sus series originales que han conseguido liderar el ranking en España, aunque solo fuera durante una semana.

Otras series originales de Netflix que han conseguido meterse en el top ten de España son Las de la última fila, con cinco; Smiley, Si lo hubiera sabido, Sagrada Familia, Los herederos de la tierra, La noche más larga y Machos Alfa, con tres; Alma y Santo, con dos; y Feria: la luz más oscura, y Tú no eres especial, con 1.

Curiosamente, las dos series españolas con más semanas en el top 10 español son dos ficciones de terceros: Entrevías y Alba, con 7 semanas cada una. Alba consiguió además aguantar tres semanas en el número uno. También es destacable que la segunda temporada de Toy boy lograra aguantar cuatro semanas.

Difícil crear fenómenos



Teniendo en cuenta estos datos, tampoco parece extraño que a nivel internacional el panorama sea aún más desolador para las series españolas originales de la plataforma. En este caso, sólo Élite, Bienvenidos a Edén e Intimidad consiguen aguantar más de tres semanas; las dos primeras cinco semanas y la tercera cuatro.

También consiguieron colarse en el ranking series como Si lo hubiera sabido (3), La noche más larga (3), Sagrada Familia (2), Alma (2), Los herederos de la tierra (2), Machos Alfa (2), Santo (1) y Feria: la luz más oscura (1).

A nivel internacional, también es una serie de un tercero la que consigue colarse más semanas en el top ten. También es Alba, la adaptación de la turca Fatmagül. Por su parte, Entrevías logra cinco semanas, Mentiras dos y la segunda temporada de Toy Boy hasta tres.

El paradigmático caso de 'Toy Boy'

Paradigmático es el caso de Toy Boy. Y es que, a pesar de su falta de promoción, el estreno de la segunda temporada el pasado febrero consiguió colarse como tercera serie más vista en el mundo en su segunda semana con 23,8 millones de horas acumuladas.

La ficción protagonizada por Jesús Mosquera, Cristina Castaño y María Pedraza solo fue superada por la imbatible coreana Estamos muertos, con 62 millones de horas acumuladas, y el remake de la colombiana Café con aroma de mujer, con 39,7 millones de horas.

En total, la ficción de Plano a Plano acumularía 52 millones de horas y tres semanas en el top mundial. Mucho más que cualquier otra serie de la plataforma. Solo fue superada por la quinta temporada de Élite (172M), Bienvenidos a Edén (140M), la sexta temporada de Élite (121M) e Intimidad (73M).

Asimismo, la primera temporada de Toy Boy, que ya fue un fenómeno en su día, escaló hasta el puesto cinco mundial con 21,4 millones de horas. En la anterior semana, estos capítulos alcanzaron ya la quinta posición con 18,2 millones de horas.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 9075 €
ÁREA: 792 CM² - 66%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 12001
OTS: 36000
SECCIÓN: PORTADA

20 Enero, 2023



Telefónica lanza un convenio único de corporativo y filiales


José María Álvarez-Pallete.

/ Alcance. El nuevo marco laboral en el que trabaja la compañía prevé incluir a más de 3.000 empleados

/ Áreas. Afecta a la matriz y a una decena de divisiones, de Global Solutions a Fonditel o Telxius

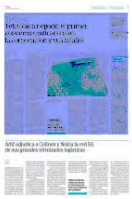
/ IPC. La mesa negociadora ya está constituida y los sindicatos priorizarán la subida salarial —P5

Cinco Días

20 Enero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 9075 €
ÁREA: 792 CM² - 66%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 12001
OTS: 36000
SECCIÓN: PORTADA



Telecos

Telefónica negocia el primer convenio unificado para la corporación y sus filiales

El nuevo marco laboral incluirá a cerca de 3.050 trabajadores

UGT y CC OO piden una revisión salarial que compense el IPC

SANTIAGO MILLÁN
MADRID

Telefónica ha dado un paso de amplio calado para establecer el primer convenio colectivo para su corporación, así como para las entidades jurídicas de las denominadas unidades globales (GBU) que dependen de ella y están radicadas en España.

Este movimiento tiene relevancia porque estas divisiones no han tenido un marco laboral unificado. Hasta ahora, la mayor parte de estas sociedades tenían acuerdos puntuales, pero nada colectivo y duradero.

Según fuentes sindicales, la solicitud fue planteada por UGT y CC OO, y la respuesta de la compañía fue positiva.

Con este movimiento, la compañía que preside José María Álvarez-Pallete parece repetir el escenario planteado con la implantación del primer convenio de empresas vinculadas (CEV), en el año 2015, por el que se unificaron en un mismo marco laboral los empleados de las principales divisiones españolas Telefónica de España, Telefónica Móviles y Soluciones. Hasta entonces, estas empresas tenían un convenio diferente.

En este caso, el convenio incluirá a cerca de 3.050 trabajadores de la matriz Telefónica SA, y de filiales como Telefónica Digital, Telefónica Investigación y Desarrollo, Telefónica Global Solutions, Telefónica Compras Electrónicas, Pleyade Peninsular Correduría de Seguros y Reaseguros, Telefónica Seguros y Reaseguros, Fonditel Gestión Sociedad Gestora de Instituciones de Inversión Pública, Fonditel Pensiones Entidad Gestora de Fondos de Pensiones, Telefónica Finanzas, Telxius Telecom, Telxius Cable España y Telefónica Soluciones de Criptografía.

Mesa negociadora

Según fuentes sindicales, la pasada semana se constituyó la mesa negociadora, que está conformada por 13 miembros de los representantes de los trabajadores y siete por parte de la empresa. Por la parte de los empleados, seis representantes pertenecen a UGT, cinco a CC OO y dos a la CGT.

En la primera reunión, ambas partes, además del reconocimiento oficial, empezaron a intercambiar documentos, mientras que los sindicatos hicieron las primeras peticiones para este nuevo marco laboral. Ambas partes trataron cuestiones en torno al ámbito personal, ámbito temporal, beneficios sociales, jornada de trabajo, vacaciones, además de la subida salarial que se incluya en el convenio.

Los sindicatos aseguraron que se va a poder abordar una subida salarial que pueda mitigar el impacto de la subida del IPC.

De igual forma, UGT y CC OO consideraron muy relevante este avance en Telefónica, al ser un hito el poder negociar un primer convenio para una mejor organización y coordinación entre las unidades jurídicas, de cara a la homogeneización de la mayor parte de las condiciones laborales, sin pérdidas, mejorando los derechos de los empleados.

Las próximas reuniones entre empresa y sindicatos tendrán lugar durante las próximas semanas.



Sede de Telefónica en Madrid. PABLO MONGE

La operadora y los sindicatos mayoritarios han constituido la mesa negociadora

Amplia actividad negociadora en la compañía

Telefónica vive una amplia actividad sindical. En los próximos días, la empresa y los sindicatos se reunirán para firmar la revisión salarial en sus principales divisiones españolas para cumplir la cláusula establecida en el convenio de empresas vinculadas (CEV) que garantiza que no haya pérdida de poder adquisitivo. La subida rondará el 7%.

Otro de los frentes abiertos es la prórroga del convenio colectivo de Telyco, la filial de tiendas. La compañía ha hecho una propuesta para una subida de la masa salarial del 5% en esta filial, que cuenta con 2.000 empleados.

Dentro de este ámbito, la empresa y los sindicatos también están negociando la prórroga del convenio colectivo de Movistar+, filial televisiva, que tiene cerca de 1.000 empleados.

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,4
AVE: 7425 €
ÁREA: 648 CM² - 54%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 12001
OTS: 36000
SECCIÓN: PORTADA

20 Enero, 2023



Consumo

Las telecos exigen al Gobierno que Google y Meta cuenten con servicios de atención al cliente

Piden que las plataformas OTT como Netflix entren en la Ley SAC

Operadoras y empresas de internet elevan su enfrentamiento

SANTIAGO MILLÁN
MADRID



El director general de la patronal DigitalES, Víctor Calvo-Sotelo. EFE

Durante años, los responsables de las grandes operadoras han afirmado que, cada vez que aplicaciones como WhatsApp, Twitter o Facebook sufrían una caída, sus *call center* de atención al cliente recibían multitud de llamadas de usuarios, a pesar de que las telecos no tenían nada que ver ni podían hacer nada para recuperar los servicios.

Ahora, este escenario podría cambiar. Las operadoras han reclamado que las grandes plataformas de servicios por internet (*Over-The-Top u* OTT), entre las que figuran Meta (matriz de WhatsApp y Facebook), Google o Netflix, entre otros, sean obligadas a ofrecer servicios de atención al cliente, tal y como tienen que ofrecer las telecos.

En una jornada parlamentaria en el Congreso de los Diputados sobre la próxima Ley de Atención a la Clientela (Ley SAC), el director general de la patronal DigitalES, Víctor Calvo-Sotelo, pidió que las autoridades públicas impongan a los operadores OTT obligaciones de atención al cliente como tienen las telecos.

Así, DigitalES ha propuesto introducir una enmienda al artículo 2 de la Ley SAC, que delimita los sectores de actividad contemplados por la norma, que añada un nuevo punto en el que el ámbito de aplicación se extienda a las "plataformas digitales que presten servicios al consumidor final".

De igual forma, la patronal quiere que el denominado "punto d" del citado artículo de la Ley SAC cambie su redacción y añada los servicios de comunicación audiovisual gratuitos, y no solo de pago, en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales.

La patronal de las telecos cree que, en caso de regularse el servicio de atención al cliente, se debiera aplicar a aquellos servicios y empresas que operan en sectores que no disponen de una regulación específica tan exhaustiva como el sector de las telecomunicaciones dado que, en los sectores ya regulados suficientemente, la nueva ley podría remitir a la legislación ya existente.

Regulación

DigitalES considera imprescindible que el carácter transversal de la nueva ley debiera trascender el ámbito de las telecomunicaciones de modo que afectase tanto a las empresas que operan en los diferentes sectores de actividad, como a determinados servicios prestados por la administración pública, y cuya aplicación fuera oportuna, sin olvidar a las OTT que, aun prestando servicios equivalentes a los prestados por los operadores de comunicaciones electrónicas, solo por el hecho de no estar caracterizados como servicios de telecomunicaciones, escapan a la regulación sectorial.

La reclamación para que las OTT cuenten con servicios de atención al cliente parece un capítulo más en la disputa entre las telecos del Viejo Continente y las grandes empresas de internet, en su mayoría estadounidenses. En los últimos meses, las operadoras europeas han ampliado su ofensiva para que estas empresas digitales contribuyan a la inversión en las nuevas redes de telecomunicaciones.

Según las telecos, que exigen un cambio en la regulación actual, el 60% del tráfico en las redes procede de los servicios ofrecidos por las seis grandes empresas de internet de EE UU.

En esta disputa han terciado algunos representantes políticos en los últimos tiempos. La vicepresidenta del Gobierno Nadia Calviño, afirmó en diciembre pasado, en un evento sectorial organizado por el sindicato UGT, que es necesaria una fórmula para que todos los actores del mundo digital contribuyan a la financiación de las infraestructuras de telecomunicaciones, y haya igualdad entre todas las compañías. En su opinión, de no ser así, no llegarán los servicios digitales del futuro.

Defensa de los consumidores

▶ **Objetivo.** El Consejo de Ministros aprobó la remisión a las Cortes del proyecto de Ley de Servicios de Atención al Cliente cuyo objetivo fundamental es paliar las deficiencias detectadas en la prestación de estos servicios por parte de las grandes empresas y mejorar la protección de los consumidores para garantizar sus derechos.

▶ **Empresas.** Esta ley será de aplicación a todas las empresas, establecidas en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la ejecución efectiva de los siguientes servicios de carácter básico de interés general, ofrecidos o prestados en territorio español. Entre ellas figuran compañías de servicios de suministro y distribución de agua y energía; de transporte de pasajeros aéreo, ferrocarril, mar, y autocar; postales; comunicación audiovisual; de comunicaciones electrónicas, incluidos los telefónicos y financieros.

Expansión

20 Enero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,12
AVE: 10123 €
ÁREA: 569 CM² - 53%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 14390
OTS: 117000
SECCIÓN: PORTADA



Reed Hastings dimite al frente de Netflix, que tendrá dos co-CEO

TRAS DOS DÉCADAS EN EL CARGO/ El directivo, de 62 años, cede el control del grupo a sus socios Ted Sarandos y Greg Peters.

Expansión. Madrid

El cofundador de Netflix, Reed Hastings, anunció ayer su renuncia al puesto de consejero delegado en la plataforma de *streaming*, un cargo que ocupaba desde hace más de dos décadas, para ceder el testigo a Ted Sarandos y Greg Peters, que actuarán como co-CEO de la empresa. Ahora será su presidente.

"Ted y Greg son ahora los co-CEO. Después de 15 años juntos, tengo mucha confianza en su liderazgo. El doble de corazón, el doble de capacidad para complacer a los usuarios y acelerar el crecimiento", señaló Hastings, de 62 años, en un mensaje en redes sociales.

Ted Sarandos, que ya fue co-CEO, es la cara de Netflix en Hollywood, mientras que Greg Peters ocupó el cargo de jefe de operaciones oficial y actualmente supervisaba el desarrollo de producto y el impulso a la publicidad en la plataforma.

"Nuestro consejo ha estado discutiendo la planificación de la sucesión durante muchos años", dijo Hastings ayer. Y añadió: "El consejo y yo creemos que es el momento adecuado para completar mi sucesión".

Buenos resultados

La noticia del relevo del fundador de Netflix se comunicó ayer coincidiendo con la presentación de los resultados del cuarto trimestre del ejercicio fiscal de la plataforma de *streaming*. La compañía logró añadir 7,66 millones de suscriptores en el citado periodo de 2022, superando con creces las estimaciones de los analistas de Wall Street, que apuntaban a 4,5 millones.



Reed Hastings, fundador y hasta ahora CEO de Netflix.

Reduce su beneficio en el último trimestre de 2022, pero prevé elevar su margen este año

Bate las previsiones de nuevos suscriptores, pero crece al ritmo más lento desde 2011

Los ingresos de Netflix en el cuarto trimestre del año ascendieron a 7.850 millones de dólares, en línea con las estimaciones, mientras que sus ganancias fueron de 12 centavos de dólar por acción, por debajo del mismo periodo hace un año. La empresa prevé que su margen de beneficio y el flujo libre de caja mejore este año, según *Bloomberg*.

Los resultados comunicados por la compañía dispararon ayer su cotización más de un 6% en el cierre prolongado de Wall Street. Desde que empezó el ejercicio, las acciones de Netflix acumulan una revalorización del 7,06% desde que empezó el año, aunque caen un 38% en los últimos doce meses. La empresa tiene una capitalización bursátil de 140.530 millones de dólares.

Sarandos y Peters deben guiar a Netflix en un momento complicado para la plataforma, que acaba de finalizar su año más lento de crecimiento desde 2011.

Otro de sus grandes retos es consolidar su nuevo servicio más económico y que incluye publicidad. La empresa no ha informado de cuántos usuarios nuevos ha logrado atraer a través de él.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 39
AVE: 19530 €
ÁREA: 339 CM² - 30%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 68181
OTS: 758000
SECCIÓN: ECONOMIA Y TRABAJO

20 Enero, 2023



Hastings deja de ser consejero delegado de Netflix para asumir la presidencia

La plataforma suma 7,66 millones de suscriptores gracias al nuevo modelo publicitario

MIGUEL JIMÉNEZ, **Washington**

Cara y cruz para la nueva estrategia de Netflix. El gigante de la televisión de pago por internet sumó 7,66 millones de suscriptores en el cuarto trimestre de 2022. Los ingresos, sin embargo, se resienten y crecen al ritmo más bajo de su historia, solo un 1,9% interanual. La sorpresa de la presentación de las cuentas de Netflix, sin embargo, llegó con el anuncio de que el cofundador de la firma Reed Hastings deja el puesto de consejero delegado para ser presidente ejecutivo. Ted Sarandos y Greg Peters compartirán la gestión del día a día, ambos en calidad de consejeros delegados.

Hastings ha estado 25 años al frente. "Greg Peters dejará de ser director de operaciones para convertirse en coconsejero delegado de Ted. A partir de ahora, yo seré el presidente ejecutivo, un papel que los fundadores suelen asumir (Jeff Bezos, Bill Gates, etc.) después de pasar el testigo de consejero delegado a otros. Ted, Greg y yo llevamos 15 años colaborando estrechamente en distintos puestos. Como es habitual en las relaciones largas y eficaces, todos hemos aprendido a sacar lo mejor de cada uno", señaló Hastings en un comunicado.

La sucesión es controlada y calculada, y, aunque simbólicamente relevante, no supone ningún terremoto para el gigante del *streaming*. "Esto formaliza de cara al exterior cómo hemos estado funcionando internamente", explica Hastings. El consejo de Netflix lleva muchos años debatiendo la planificación de la sucesión y como parte de ese proceso, en julio de 2020 ascendió a Ted Sarandos consejero delegado solidario junto al propio Hastings, y a Greg Peters a director de operaciones.



Reed Hastings, en octubre de 2021 en Beverly Hills (California). / REUTERS

Aunque el puesto que Hastings asume lleve el nombre de "presidente ejecutivo", en la práctica los consejeros delegados son los que asumen la gestión y las tareas ejecutivas, mientras que el presidente ocupa un segundo plano. "Ayudaré a Greg y Ted y, como buen presidente, serviré de puente entre el consejo y nuestros codirectores ejecutivos", anuncia.

En cuanto a los resultados, los ingresos se han visto lastrados por la fortaleza del dólar. A tipo de cambio constante, el crecimiento interanual de los ingresos habría sido del 10%. Por el impacto de las divisas, se queda solo en el 1,9%, que es el resultado de un aumento del 4% en el número medio de suscriptores, pero de una caída del 2% en el ingreso medio por abonado. Netflix señala que el crecimiento del ingreso medio por suscriptor habría sido del 5% sin contar los tipos de cambio, por lo que el efecto del nuevo modelo con un precio más barato a cambio de inserciones publicitarias no ha sido por ahora un gran lastre.

La empresa cerró el año con un récord de 230,8 millones de suscriptores, pese a que en la primera mitad del año perdió abonados por primera vez. La mayor decepción ha llegado con el beneficio, que se desplomó un 91% en el cuarto trimestre, hasta solo 55 millones de dólares. La empresa lo atribuye a una reevaluación cambiaria de su deuda denominada en euros como resultado de la depreciación del dólar frente al euro durante el trimestre.

EL PAÍS

ESTADOS UNIDOS

El fundador de Netflix Reed Hastings deja de ser consejero delegado para asumir la presidencia

Ted Sarandos y Greg Peters pasan a ser los dos consejeros delegados mientras el grupo suma 7,66 millones de abonados gracias a su nuevo modelo con publicidad



Reed Hastings, fundador y consejero delegado de Netflix, en una imagen de archivo.

MIGUEL JIMÉNEZ Washington - 19 ENE 2023 - 22:25 CET

Cara y cruz para la nueva estrategia de Netflix. El gigante de la televisión de pago por internet ha sumado 7,66 millones de suscriptores en el cuarto trimestre. Los ingresos, sin embargo, se resienten y crecen al ritmo más bajo de su historia, solo un 1,9% interanual. La sorpresa de la presentación de las cuentas de Netflix, sin embargo, ha llegado con el anuncio de que el cofundador de la empresa Reed Hastings deja el puesto de consejero delegado para pasar a ser presidente ejecutivo. Ted Sarandos y Greg Peters compartirán la gestión del día a día, ambos en calidad de consejeros delegados.

Hastings ha estado 25 años al frente de la empresa, desde su fundación. “A partir de hoy, Greg Peters dejará de ser director de operaciones para convertirse en coconsejero delegado de Ted [Sarandos]. A partir de ahora, yo seré el presidente ejecutivo, un papel que los fundadores suelen asumir (Jeff Bezos, Bill Gates, etc.) después de pasar el testigo de CEO a otros. Ted, Greg y yo llevamos 15 años colaborando estrechamente en distintos puestos.

Como es habitual en las relaciones largas y eficaces, todos hemos aprendido a sacar lo mejor de cada uno. Estoy deseando trabajar con ellos en este puesto durante muchos años", ha señalado Hastings en un comunicado.

La sucesión es controlada y calculada y aunque simbólicamente relevante, no supone ningún terremoto para el gigante del streaming. "Esto formaliza de cara al exterior cómo hemos estado funcionando internamente", explica Hastings. El consejo de Netflix lleva muchos años debatiendo la planificación de la sucesión y como parte de ese proceso, en julio de 2020, ascendió a Ted Sarandos consejero delegado solidario junto al propio Hastings y a Greg Peters a director de operaciones. "En los últimos dos años y medio les he delegado cada vez más la gestión de Netflix", asegura Hastings.

Aunque el puesto que asume lleve el nombre de "presidente ejecutivo", en la práctica los consejeros delegados son los que asumen la gestión y las tareas ejecutivas, mientras que el presidente ocupa un segundo plano. "En lo que a mí respecta, ayudaré a Greg y Ted y, como buen presidente, serviré de puente entre el consejo y nuestros codirectores ejecutivos. También dedicaré más tiempo a la filantropía y seguiré muy centrado en que las acciones de Netflix vayan bien", anuncia.

Los nombramientos se hicieron efectivos en realidad el pasado 13 de enero, según una comunicación a la Comisión de Valores y Bolsa (la SEC) aunque la empresa los ha mantenido una semana en secreto. En dicha comunicación se señala que Peters, de 52 años, pasa a tener un sueldo de tres millones de dólares, un incentivo en acciones de 17,3 millones y un bonus de 14,3 millones. Por su parte, Hastings se queda sin bonus y tendrá un sueldo de 500.000 dólares anuales y un incentivo de 2,5 millones en acciones.

Los cambios directivos de Netflix se completan con el nombramiento de Bela Bajaria, hasta ahora responsable de televisión, como jefa de contenidos y el de Scott Stuber como presidente de Netflix Film. Jeffrey Karbowski será desde el 13 de febrero vicepresidente director de contabilidad, bajo las órdenes de Spencer Neumann, director financiero.

Lastre del dólar

En cuanto a los resultados, los ingresos se han visto lastrados por la fortaleza del dólar. A tipo de cambio constante, el crecimiento interanual de los ingresos habría sido del 10%. Por el impacto de las divisas, se queda solo en el 1,9%, que es el resultado de un aumento del 4% en el número medio de suscriptores, pero de una caída del 2% en el ingreso medio por abonado.

Netflix señala que el crecimiento del ingreso medio por suscriptor habría sido del 5% sin contar los tipos de cambio, por lo que el efecto del nuevo modelo con un precio más barato a cambio de inserciones publicitarias no ha sido por ahora un gran lastre. La empresa asegura que son pocos los suscriptores que se han pasado desde el plan de suscripción que tenían al que incorpora anuncios, que se ve como una vía de captación adicional.

“Los ingresos se situaron ligeramente por encima de nuestras previsiones de principios de trimestre, ya que las altas netas de 7,7 millones (frente a 8,3 millones en el cuarto trimestre de 2009) superaron nuestras previsiones de 4,5 millones, debido tanto a la fuerte captación como a la retención, impulsadas principalmente por el éxito de nuestra lista de contenidos del cuarto trimestre”, señala la compañía. La empresa ha cerrado el año con un récord de 230,8 millones de suscriptores, pese a que en la primera mitad del año perdió abonados por primera vez.

“2022 ha sido un año duro, con un comienzo accidentado pero un final más brillante. Creemos que tenemos un camino claro para acelerar el crecimiento de nuestros ingresos: seguir mejorando todos los aspectos de Netflix, lanzar el uso compartido de pago y construir nuestra oferta con publicidad”, dice la empresa en su carta a los accionistas.

La mayor decepción ha llegado con el beneficio, que se ha desplomado un 91% en el cuarto trimestre, hasta solo 55 millones de dólares. La empresa lo atribuye a una reevaluación cambiaria de su deuda denominada en euros como resultado de la depreciación del dólar frente al euro durante el cuarto trimestre. “Como recordatorio, nuestros aproximadamente 5.000 millones nos proporcionan una cierta cobertura natural del valor relativo del euro para los ingresos netos”, matiza. Para el conjunto del año, en el que el dólar se ha apreciado, la empresa se ha apuntado una ganancia no realizada no monetaria de 353 millones de dólares por sus bonos en euros.

Netflix facturó un total de 31.616 millones de dólares en el conjunto de 2022, con un crecimiento del 6,5% que también es el más bajo de su historia. El resultado operativo cayó un 9,1%, hasta los 5.633 millones de dólares, principalmente por el efecto cambiario y también por los costes de reestructuración de 150 millones de dólares que asumió en el segundo trimestre, cuando puso en marcha un recorte de plantilla. El beneficio neto cayó un 12,2%, hasta 4.492 millones de dólares.

The Hollywood Reporter

DIGITAL

Netflix, In First Quarter With Ad Tier, Adds 7M-Plus Subscribers, Outperforming Expectations

The streamer had prepared Wall Street for its weakest fourth quarter since 2014 but ended the year strong.

BY J. CLARA CHAN JANUARY 19, 2023 1:10PM



Reed Hastings will step down as Netflix co-CEO and remain as executive chairman.

Netflix, reporting subscriber numbers for the first time since launching an ad-supported subscription tier, brought in 7.66 million subscribers during the fourth quarter of 2022, outperforming its forecasts for the holiday season.

The streaming giant, which now has a total of 230.75 million global subscribers, had previously warned Wall Street it would add around 4.5 million subscribers for the quarter, making it the company's weakest fourth quarter since 2014. The forecasts led Netflix stock to drop in after-hours trading ahead of Thursday's earnings report, though the stock is up nearly 10 percent year to date.

Revenue hit $7.85 million for the fourth quarter and is forecasted to grow to $8.17 million for the first quarter of this year. In the United States and Canada, Netflix added 910,000 subscribers, while its biggest growth region for the quarter, as far as subscribers, was Europe, the Middle East and Africa with 3.2 million sub additions.

“2022 was a tough year, with a bumpy start but a brighter finish. We believe we have a clear path to reaccelerate our revenue growth: continuing to improve all aspects of Netflix, launching paid sharing and building our ads offering,” the company said in a letter to shareholders. “As always, our north stars remain pleasing our members and building even greater profitability over time.”

Netflix has served as a litmus test of sorts for Hollywood and Wall Street’s faith in streaming. When the company began the first half of 2022 with a series of disastrous earnings reports revealing upwards of 970,000 lost subscribers, investors began to panic. Netflix lost billions in market value, and the aftershocks rippled toward other streaming-focused companies like Disney and Warner Bros. Discovery — the former of which took a $1.47 billion hit in streaming losses under former CEO Bob Chapek.

Though Netflix rebounded by its third quarter to add subscribers for the first time that year, the company was forced to reevaluate its past years of big spending and well-documented shunning of advertising. In addition to multiple rounds of layoffs and reined in budgets, Netflix debuted a cheaper, ad-supported subscription tier on Nov. 3 costing $6.99 a month, compared to the $15.49 price tag for the standard plan. The company brought on top executives from Snap, including chief business officer Jeremi Gorman, to lead its ad business. To drive that source of revenue, Netflix will also participate in TV’s Upfronts week in New York this May to pitch ad buyers.

In the investor letter, Netflix said it expected the ad-supported tier to have a modest impact on this year’s revenue and profit given its early-stage development. Subscriptions will still remain in focus for Netflix as it prepares to roll out new enforcements to deter users from mooching off of other Netflix accounts. Beginning this year, Netflix is expected to remind primary account holders to add “sub-accounts,” which allow family and friends to join in on an account for an additional price. During the rollout, Netflix said viewership — as measured by third parties like Nielsen — could be negatively impacted in the short term as “borrowers” transition to their own paid accounts, as seen in earlier password-sharing crackdowns tested in regions like Latin America.

Speaking at an investor conference in December, Netflix co-CEO Ted Sarandos also suggested the company would eventually have multiple different ad tiers but said it was too early to share any specifics. The executive said he didn’t expect to see a lot of “migration” between the subscription plans for users.

Content wise, Netflix ended 2022 strong with a series of breakout hits, including the Tim Burton–led Wednesday, starring Jenna Ortega, and the next installment in Rian Johnson’s Knives Out franchise, Glass Onion. Since its Nov. 23 debut, Wednesday has become the third most-popular series on Netflix, behind Stranger Things and Squid Game, and broke the record — twice — for most hours viewed in a single week by an English-language TV series. The Prince Harry and Meghan Markle docuseries, Harry & Meghan, also cracked the Nielsen charts for Netflix, accounting for 1.69 billion minutes of viewing time in the U.S. from Dec. 12-18.

This year, Netflix is expected to maintain its $17 billion content spend budget, as CFO Spencer Neumann has said in past earnings calls. But this year’s movie slate will be significantly pared back from previous years: The streamer will release a total of 49 feature films, down from the 86 titles initially announced for 2022.

Upcoming titles for this month will include That ’90s Show, a spinoff of That ’70s Show; the Pamela Anderson documentary Pamela, a Love Story; and Kenya Barris’ feature directorial debut You People, which features stars like Jonah Hill, Eddie Murphy and Julia Louis-Dreyfus.

Netflix is also starting the year off with a major leadership shake-up, with Reed Hastings stepping down as co-CEO and elevating Greg Peters to the co-CEO title alongside Sarandos. Hastings will remain on as executive chairman. Former global TV head Bela Bajaria is now the company’s chief content officer, the role most recently held by Sarandos, and Scott Stuber is now the chairman of Netflix Film.

VARIETY

Jan 19, 2023 1:02pm PT

Netflix Adds More Than 7 Million Subscribers in Q4, Smashing Previous Target

By Jennifer Maas



Wednesday

Netflix reported its fourth-quarter 2022 earnings Thursday, revealing financial performance for the three-month period during which the platform's cheaper, ad-supported plan launched and the new Tim Burton drama "Wednesday" regularly dominated the weekly Top 10 rankings.

The streamer added 7.66 million net new subscribers in Q4, compared to its own estimation of 4.5 million additions. And Netflix ended 2022 with 230.75 million worldwide, smashing its previous target of 227.59 million. That represents 4% year over year growth in total subs, with paid memberships rising by 910,000 in the U.S. and Canada, 3.2 million throughout Europe, the Middle East and Africa, 1.76 million in Latin America and 1.8 million in the Asia-Pacific region.

In discussing its financial results for the quarter, Netflix management stated flatly that the company's most free-spending years are behind them. The current quarter marks 10 years since Netflix up-ended the industry with the launch of original series content with the David Fincher drama series "House of Cards."

“Now that we are a decade into our original programming initiative and have successfully scaled it, we are past the most cash intensive phase of this buildout,” Netflix wrote in its letter to shareholders. “As a result, we believe we will now be generating sustained, positive annual free cash flow going forward. Assuming no material swings in (foreign currency fluctuations), we expect at least $3B of FCF for the full year 2023.”

Netflix reported 2.41 million net new paid subscribers in Q3, including a gain of 100,000 in the U.S./Canada region, to stand at 223.1 million worldwide as of the end of September. At that time, it advised to investors not to expect a “material” lift in subscriber growth from the ad-plan launch in Q4’s results.

In the shareholder letter, Netflix wrote, “2022 was a tough year, with a bumpy start but a brighter finish. We believe we have a clear path to reaccelerate our revenue growth: continuing to improve all aspects of Netflix, launching paid sharing and building our ads offering. As always, our north stars remain pleasing our members and building even greater profitability over time.”

Aside from the big news it had blown its own subscriber estimates away, Netflix revealed an even bigger bombshell in the Q4 financial update: Reed Hastings is stepping down as co-CEO. He will remain executive chairman of the company, while Ted Sarandos, currently co-CEO and chief content officer, and Greg Peters, chief product officer and formerly COO, will now serve as co-CEOs. Netflix’s top two content executives — Bela Bajaria and Scott Stuber — also received promotions to chief content officer and film chairman, respectively.

For the fourth quarter, Wall Street forecast earnings per share (EPS) of 45 cents on $7.85 billion in revenue, according to analyst consensus data provided by Refinitiv. On Thursday, Netflix reported diluted EPS of 12 cents, or $55 million net profit, on $7.85 billion in revenue.

While revenue was up 1.9% year over year, the company’s profit for Q4 came in well bellow Netflix’s own projection of 36 cents per share. The streamer attributed that to “a $462 million non-cash unrealized loss from the F/X remeasurement on our Euro denominated debt as a result of the depreciation of the U.S. dollar vs. the Euro during Q4 ’22.”

Free cash flow was at $332 million. Netflix noted. “Now that we are a decade into our original programming initiative and have successfully scaled it, we are past the most cash intensive phase of this buildout. As a result, we believe we will now be generating sustained, positive annual free cash flow going forward. Assuming no material swings in F/X, we expect at least $3B of FCF for the full year 2023.”

When releasing its third-quarter earnings report in October, Netflix announced that starting with its Q4 earnings report in January, it would not provide subscriber guidance for the next quarter (Q1 of 2023) as it shifts its focus away from subs growth and toward revenue. Netflix held true to this decision Thursday, offering projections of $8.2 billion in revenue and diluted EPS of $2.82 for the first quarter of 2023 — but not making any forecast on subscriber additions.

Elsewhere in the letter to shareholders, Netflix gave an update regarding its plans to crackdown more on password sharing this year: “Later in Q1, we expect to start rolling out paid sharing more broadly. Today’s widespread account sharing (100M+ households) undermines our long term ability to invest in and improve Netflix, as well as build our business. While our terms of use limit use of Netflix to a household, we recognize this is a change for members who share their account more broadly. So we’ve worked hard to build additional new features that improve the Netflix experience, including the ability for members to review which devices are using their account and to transfer a profile to a new account. As we roll out paid sharing, members in many countries will also have the option to pay extra if they want to share Netflix with people they don’t live with. As is the case today, all members will be able to watch while traveling, whether on a TV or mobile device.”

Netflix stock closed Thursday at $315.78 per share, and was up more than 6% in after-hours trading as of 4:11 p.m. ET. The regular U.S. stock markets will reopen Friday at 9:30 a.m. ET.

The streamer will release a pre-recorded interview with Netflix executives discussing the quarter in greater detail at 6 p.m. ET.

THE WALL STREET JOURNAL.

MARKETS HEARD ON THE STREET

Netflix's New Look Is Already Catching On

Cash-flow growth, clear CEO succession and subscriber boost help counter worries about advertising impact



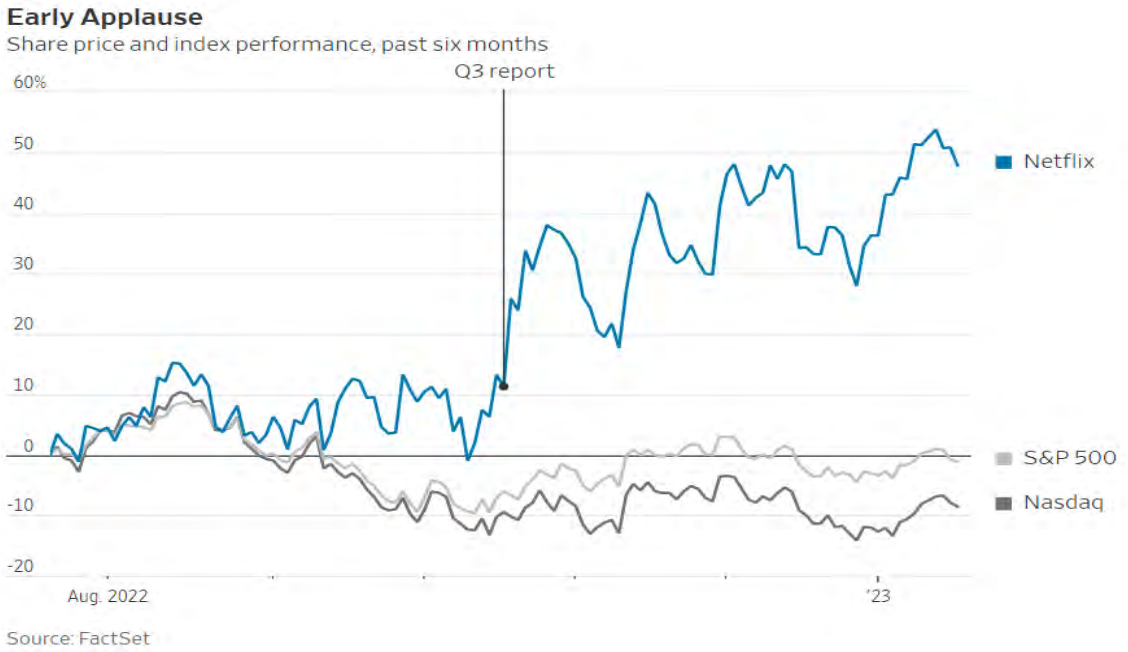
Netflix's recent quarter benefited from strong programming that includes the movie "Glass Onion," starring Daniel Craig.

By **Dan Gallagher** Jan. 19, 2023 6:34 pm ET

Netflix NFLX -3.23% viewers love a good mystery, but the streaming giant wisely isn't keeping investors completely in the dark as it enters a new phase of life.

The company's fourth-quarter report Thursday afternoon contained a few pleasant surprises. About 7.7 million net new subscribers were added during the period—70% more than the company had previously forecast. Revenue also slightly exceeded its projection, suggesting that the new advertising-based service tier launched during the period didn't spark a massive trade-down among current subscribers from more expensive plans. The recent quarter benefited from strong programming that includes the popular Addams family spinoff series "Wednesday" and the movie "Glass Onion." The latter, a quasi-sequel to "Knives Out," is now the fourth most popular movie ever on Netflix despite a weeklong run in movie theaters before its streaming release.

Netflix also projected that revenue would grow about 4% year over year in the first quarter, which was slightly ahead of Wall Street's expectations and an acceleration from the 2% pace seen in the fourth quarter.



Moreover, while Netflix stayed true to its plan to no longer project specific subscriber numbers, it gave some important clues that helped soothe worries about the impact of the new ad-based tier as well as its plan to crack down on account sharing with new service options. The company said it expects positive growth in paid net new subscribers during the first quarter compared with a surprising drop in last year's comparable period. It also expects greater subscriber growth in the second quarter relative to the first, when it says it will roll out its new account-sharing options. It noted that tests of such plans in Latin America suggest they lead to "improved overall revenue, which is our goal with all plan and pricing changes."

The report gave Netflix shares a 7% boost in after-hours trading Thursday, notable considering the stock had already run up 31% since its last results. But the stock price is still below the level it commanded last April, just before the company surprised the market with news of its subscriber drop. That partly reflects the market's soured sentiment on streaming; share prices of Netflix and media peers Disney, Warner Bros. Discovery and Paramount Global have slid an average of 43% over the last 12 months, triple the S&P 500's decline in that time.

Netflix is clearly looking to be the best house on a tough block. The company projected free cash flow of $3 billion for the current year when the streaming operations of the other three are still expected to burn cash. And a smooth leadership succession contrasts with recent corner-office drama at companies such as Disney and Salesforce. Co-founder and longtime leader Reed Hastings is stepping upstairs to become executive chairman while Greg Peters joins Ted Sarandos as co-CEO. Mr. Peters is a 14-year company veteran and a key architect of the company's move into advertising, so his promotion suggests that business has momentum. Netflix can use it.

Write to Dan Gallagher at dan.gallagher@wsj.com

THE WALL STREET JOURNAL.

BUSINESS | EARNINGS

Netflix Earnings Test Whether Strong Slate, New Ad Plan Can Deliver Customer Growth

Streaming giant expects to add 4.5 million new subscribers in the fourth quarter



Netflix's 'Wednesday' ranks third among TV shows on the platform for most hours viewed during its first 28 days.

By **Sarah Krouse** Jan. 19, 2023

Netflix last quarter launched a lower-cost ad-supported plan in an effort to attract price-conscious customers and released a slate of highly anticipated hits including "Wednesday," "Glass Onion: A Knives Out Mystery" and "Harry & Meghan." Investors will find out Thursday whether the moves translated into strong subscriber gains.

The streaming giant has said it expects to add 4.5 million new subscribers during the final three months of the year, which would make it the weakest fourth quarter for subscriber growth since the end of 2014.

The earnings report caps a tumultuous year for Netflix. It surprised Wall Street in early 2022 with two back-to-back quarters of customer losses before rebounding in the September quarter with 2.4 million new customers.

The company spent much of the year focused on starting an advertising-supported tier, controlling costs and finding ways to make money from the more than 100 million Netflix viewers who watch content using someone else's account.

Wells Fargo analysts wrote in a note Wednesday that they expected password-sharing to be a bigger catalyst for Netflix than advertising in the near term. If Netflix begins implementing its plan toward the end of the first quarter, customer defections will likely rise in the second quarter, followed by higher average revenue per user after that, they wrote.

The streaming market has gotten more competitive in recent years. Customers have seemingly endless options and are willing to flit between services when they are done watching a specific show. Investors also are increasingly focused on profitability, which puts added pressure on Netflix and its rivals to increase not just their subscriber bases, but also the amount of revenue they make per customer.

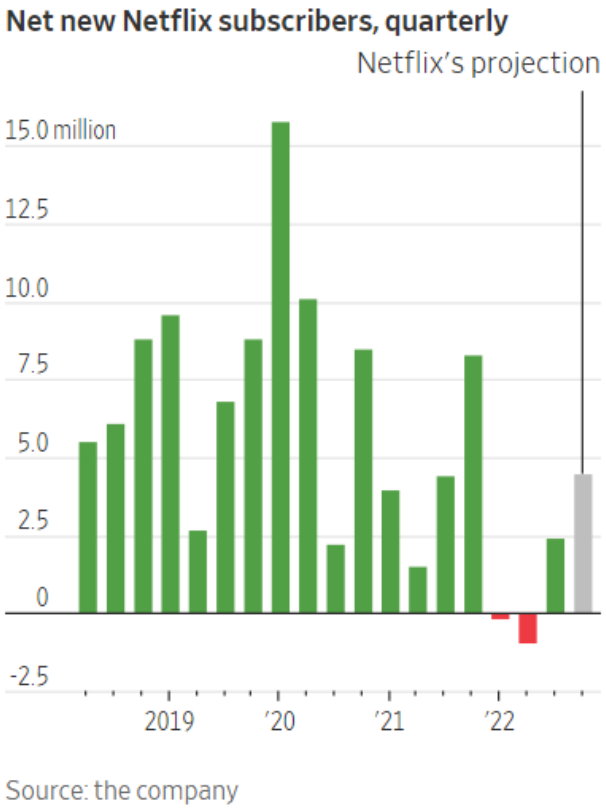


'Glass Onion: A Knives Out Mystery' is among Netflix's recent hits.

Netflix has said it would no longer provide quarterly guidance on the number of subscribers it attracts, as it has in the past. The company said it was making that change as a result of an increasing focus on revenue as the best metric of its health. With the ad-supported tier and paid-sharing initiatives, memberships are only one component of Netflix's revenue, it said.

Netflix's rate of customer defections, or churn, remained the lowest among premium streaming-video-on-demand services at 3.1% in December, though that is higher than the 1.9% churn rate Netflix had in December 2021, according to subscription service data provider Antenna. Netflix's average cancellations were 1.3 million a month in the final quarter of 2022, compared with an average of 814,000 a month in 2021, Antenna data shows.

Netflix in early November launched a $6.99-a-month ad-supported plan, which by some measures got off to a slow start. It was Netflix's least popular plan in its first month on the market, according to Antenna data.



In December—its second month on the market—the plan accounted for 15.5% of all sign-ups in the U.S., up from 9.3% in November, according to Antenna. Overall, the ad-supported plan accounted for less than 1% of total U.S. Netflix subscribers in December, Antenna found. Netflix said in October that it didn't expect the ad tier to be a meaningful revenue contributor during the final quarter of 2022.

The new ad-supported plan did, however, overtake Netflix's $9.99 basic plan in terms of popularity late last month, according to data provider YipitData. Around that time, the $9.99 basic plan was no longer listed among the three main plans displayed to some people looking to sign up. To see the $9.99 basic option, those users had to click to another webpage.

Netflix finished the year with popular programming that spanned genres, from Ryan Murphy's "The Watcher" to the highly anticipated "Glass Onion: A Knives Out Mystery."

"Wednesday," the series based on the Addams Family, ranks third among TV shows on Netflix for the most hours viewed during its first 28 days on the platform after "Squid Game" and the fourth season of "Stranger Things." And the first half of "Harry & Meghan," Prince Harry and Meghan Markle 's broadside at the British royal family, was watched more globally than any other Netflix documentary in its premiere week.

Write to Sarah Krouse at sarah.krouse@wsj.com

As Netflix and Others Crack Down on Password Sharing, New Horowitz Study Provides a Hint at How Consumers Will React

Horowitz Research January 17, 2023

As Netflix cracks down on password sharing, a new study by Horowitz Research suggests that the decision may not spell doom and gloom for the service. Horowitz's latest State of OTA 2022 report, released late in 2022, found that 7 out of 10 Netflix users who password share would be willing to pay full price for the service if they could no longer share access.

In an earlier 2022 study (State of Viewing & Streaming 2022), Horowitz found that the average streamer uses 7.1 streaming services in a typical month—4.3 of which are subscription services. The average streamer now pays $75.8 a month for their streaming services, up from $49.3 reported in 2021, according to the firm's State of Pay TV, OTT, and SVOD 2022 study.

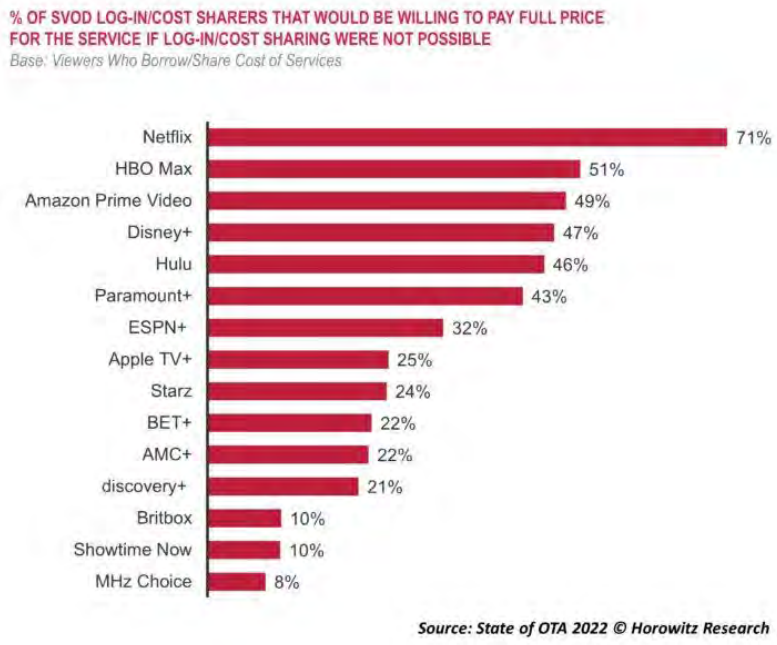
With so many subscription streaming services (SVODs) now available and considering the rising costs to subscribe, the new Horowitz State of OTA 2022 report confirms that SVOD users are increasingly engaging in the practice of sharing passwords with others in order to offset costs. There is some degree of log-in/cost sharing across all the subscription streaming services tested in the latest survey. For example, 18% of TV content viewers share access to Netflix while 42% pay for the service themselves; 15% share access to Amazon Prime Video with 44% paying for the service themselves. This translates to about 1 in 3 Netflix users and 1 in 4 Amazon Prime Video users sharing access to those services. The numbers are similar among users of other popular services such as Hulu, Disney+, and Paramount+.

Notably, the study shows that the lower the penetration of the service, the more likely it is that users are sharing passwords. For example, 11% of consumers surveyed have Showtime Now, and a full 60% of Showtime Now subscribers share their passwords, as do 51% of Britbox and 47% of Starz users.

The more valuable the service is perceived to be, the less likely it is that consumers will share their passwords. For example, 83% of Netflix users and 81% of Amazon Prime Video users think the respective services offer excellent value for the money, compared to 63% of Showtime Now users and 60% of Britbox users who feel that way about those services.

"Netflix and Amazon Prime Video have long proven their value for the money to their subscribers, Netflix because of its extensive library of both syndicated and original content, and APV with its tie-in to other Amazon Prime benefits. As such, while Netflix's crackdown on password sharing will likely lead to subscriber loss, the

majority of subscribers will stay with the service. However, Netflix will need to keep its perceived value high in order for consumers to continue to justify the investment," notes Adriana Waterston, Chief Revenue Officer and Insights & Strategy Lead for Horowitz Research. "This will certainly be a challenge for Netflix moving forward as their programming costs continue to increase and as they add commercials. Also, other services considering a similar crackdown will need to justify this move by finding ways to add value to their services, making them stickier for consumers."



The full State of OTA 2022 report tracks the evolving market for new and potentially disruptive technologies that could be game-changers, including over-the-air (OTA) antennas, wireless 5G home internet services, and piracy and password sharing. The survey was published in November 2022 among 1,600 adults, with an oversample that resulted in 855 antenna owners. Data have been weighted to ensure results are representative of the overall TV universe. The report is available in total market, FOCUS Latinx, FOCUS Black, and FOCUS Asian editions.

ttv news

Netflix toma medidas contra el uso de contraseñas compartidas, ¿apuesta ganadora o principio del fin?

18/01/2023 Por ttvnews



Un nuevo estudio de Horowitz Research sugiere que la decisión puede no significar grandes pérdidas para plataformas como Netflix, ya que la mayoría de sus usuarios afirman que estarían dispuestos a pagar el precio completo si ya no pudieran compartir el acceso. ¿Podría ser este el gran salvavidas de Netflix?

A medida que Netflix toma medidas enérgicas contra el uso compartido de contraseñas, un nuevo estudio de Horowitz Research sugiere que la decisión puede no significar un mal augurio para el servicio. El último informe de Horowitz, publicado a fines de 2022, encontró que 7 de cada 10 usuarios de Netflix que comparten contraseñas estarían dispuestos a pagar el precio completo del servicio si ya no pudieran compartir el acceso.

En un estudio anterior de 2022 (State of Viewing & Streaming 2022), Horowitz descubrió que el streamer promedio usa 7.1 servicios OTT en un mes típico, 4.3 de los cuales son servicios de suscripción. El streamer promedio ahora paga US$75.8 al mes por sus servicios de transmisión, frente a los US$49.3 reportados en 2021, según el estudio State of Pay TV, OTT y SVOD 2022 de la empresa.

Con tantos servicios OTT por suscripción (SVOD) ahora disponibles y considerando los crecientes costos de suscripción, el nuevo informe Horowitz State of OTA 2022 confirma que los usuarios de SVOD se involucran cada vez más en la práctica de compartir contraseñas con otros para compensar los costos. Existe cierto grado de inicio de sesión/costo compartido en todos los servicios de transmisión por suscripción probados en la última encuesta. Por ejemplo, el 18 % de los espectadores de contenido televisivo comparten el acceso a Netflix, mientras que el 42 % paga ellos mismos el servicio; el 15 % comparte el acceso a Amazon Prime Video y el 44 % paga el servicio ellos mismos. Esto se traduce en que aproximadamente 1 de cada 3 usuarios de Netflix y 1 de cada 4 usuarios de Amazon Prime Video comparten el acceso a esos servicios. Los números son similares entre los usuarios de otros servicios populares como Hulu, Disney+ y Paramount+.

En particular, el estudio muestra que cuanto menor es la penetración del servicio, más probable es que los usuarios compartan contraseñas. Por ejemplo, el 11 % de los consumidores encuestados tienen Showtime Now y el 60 % de los suscriptores de Showtime Now comparten sus contraseñas, al igual que el 51 % de los usuarios de Britbox y el 47 % de los usuarios de Starz.

Cuanto más valioso se perciba el servicio, menos probable es que los consumidores compartan sus contraseñas. Por ejemplo, el 83 % de los usuarios de Netflix y el 81 % de los usuarios de Amazon Prime Video piensan que los servicios respectivos ofrecen una excelente relación calidad-precio, en comparación con el 63 % de los usuarios de Showtime Now y el 60 % de los usuarios de Britbox que opinan lo mismo acerca de esos servicios.

«Netflix y Amazon Prime Video han demostrado durante mucho tiempo su valor por el dinero para sus suscriptores, Netflix debido a su extensa biblioteca de contenido original y sindicado, y APV con su vínculo con otros beneficios de Amazon Prime. Como tal, mientras que la represión de Netflix sobre el intercambio de contraseñas probablemente conducirá a la pérdida de suscriptores, la mayoría de los suscriptores permanecerán con el servicio. Sin embargo, Netflix deberá mantener alto su valor percibido para que los consumidores sigan justificando la inversión», señala Adriana Waterston, directora de ingresos y Líder de Perspectivas y Estrategia para Horowitz Research.

«Sin duda, esto será un desafío para que Netflix avance, ya que sus costos de programación continúan aumentando y agregan comerciales. Además, otros servicios que estén considerando una represión similar deberán justificar este movimiento encontrando formas de agregar valor a sus servicios, haciéndolos más pegajoso para los consumidores».

BUSSINES INSDIER

What early signups for Netflix with ads mean for the streamer's advertising push

Lucia Moses and Ryan Joe 2023-01-18T20:12:06Z



"Glass Onion: A Knives Out Mystery" is on Netflix

- **Netflix's new ad-supported tier accounted for 13% of subscribers in month one, new Evercore research found.**
- **Close to half of the tier's signups are new or recently churned subscribers.**
- **Analysts will be closely watching for updates on the tier when the company reports earnings Jan. 19.**

Analysts will be closely watching for updates on Netflix's new ad-supported tier when the company reports 4Q earnings Jan. 19.

So far, $7-per-month Basic with Ads has been off to a slow start. The tier accounted for 13% of the streamer's subscribers in its first month, with about half being new or returning users to the streamer, according to new research from Evercore ISI.

Netflix rolled out the tier in November to jumpstart subscriber growth and create a new revenue stream from ads. The goal is to attract new subscribers and advertisers while limiting how many people trade down from Netflix's existing, higher-priced plans.

Evercore surveyed 1,500 people in the US and 2,000 in France and Germany in late December. The firm upgraded its rating on Netflix in September based on its ad-supported tier and plan to crack down on password-sharing, which are expected to drive earnings and share price.

Basic with Ads was Netflix's least popular tier, with the rest of respondents on its more expensive Standard (34%), Premium (27%), and Basic (25%) plans, according to the surveys.

Evercore's findings were similar to those recently shared by subscription analytics firm Antenna showing that Basic with Ads accounted for 9% of Netflix's signups in the service's first month.

"While very early days, we believe the company's BWA (Basic with Ads) offering is driving solid incremental subscriber growth," Evercore wrote in its report, noting about half of new Basic with Ads subscribers are new to Netflix and that Basic with Ads could keep as many as half of current subscribers from churning.

"It's still very early days for our ad supported tier and we're pleased with its launch and engagement, as well as the eagerness of advertisers to partner with Netflix," a Netflix spokeswoman said in an emailed statement.

Here are the survey's key takeaways:

- Awareness of Basic with Ads is significant despite little marketing, with 57% aware of the service in the US and slightly less than 50% aware in France and Germany.
- About half of subscribers to the ad-supported service are new to Netflix. In the US, 44% of signups to the ad tier are brand-new or past users of Netflix, suggesting Basic with Ads is bringing incremental users to the service.
- Price remains the key reason why people cancel Netflix (a "record high" 53% of respondents said they might cancel in three months due to price) and Evercore believes the ad tier's low price is key to helping Netflix retain customers, even in mature markets.
- Of the respondents who said they were likely to drop Netflix, up to a quarter in the US, a third in Germany, and half in France said they're likely to consider trading down to the ad-supported tier instead.
- In the US, about 70% of subscribers who are moving to Basic with Ads are coming from Netflix's next-cheapest, $10 tier, which doesn't have ads. Evercore believes that despite these subscribers paying less, the additional revenue from ads will help Netflix increase its average revenue per user (ARPU).

- While Evercore found that Netflix had stabilized its rate of customer loss, it noted those who signed up for the ads service after having canceled previously, or who'd never signed up before, were most at risk of leaving. Those who'd traded down from a non-ad tier were more likely to stick.
- Netflix's overall penetration is high in the US, with 73% of respondents saying they've used Netflix, up from 67% in Dec 2021, followed by Amazon (65%), Hulu (52%), and Disney+ (49%). US respondents still consider Netflix's content better than content on Amazon Prime and Disney+. Among people who subscribed to all three services, 59% said Netflix's content was best.
- Fifteen percent of respondents disclosed sharing a Netflix password with someone living outside the home. For those who share, roughly 30% are extremely or very willing to pay some amount to continue sharing — figures that will be meaningful as Netflix starts a planned crackdown on password sharing this year.

Some analysts have said it's too early to judge the success of the ad tier and that it could take a couple of years for Netflix to amass enough viewers to build a meaningful advertising business.

The offering is still brand-new, and Netflix is letting advertisers take money back after some ad campaigns fell far short of their viewer targets. Ad execs told Insider that some campaigns hit around 70% of their estimated targets while others hit as little as half that.

Netflix's ad tier entered a crowded field of streaming services, including ad-supported versions, from Disney's Hulu to Comcast's Peacock to Warner Bros. Discovery's HBO Max. Netflix's ad tier was followed close behind Disney+ with Ads launching in December, and Warner plans to launch a combined Discovery+-HBO Max app in spring with an ad-supported tier.

TV

Netflix y sus cancelaciones interminables señalan el fin de la era de calidad de las series de streaming

La plataforma de streaming se debate entre ser populista o especialista, y los damnificados son sus productos originales.

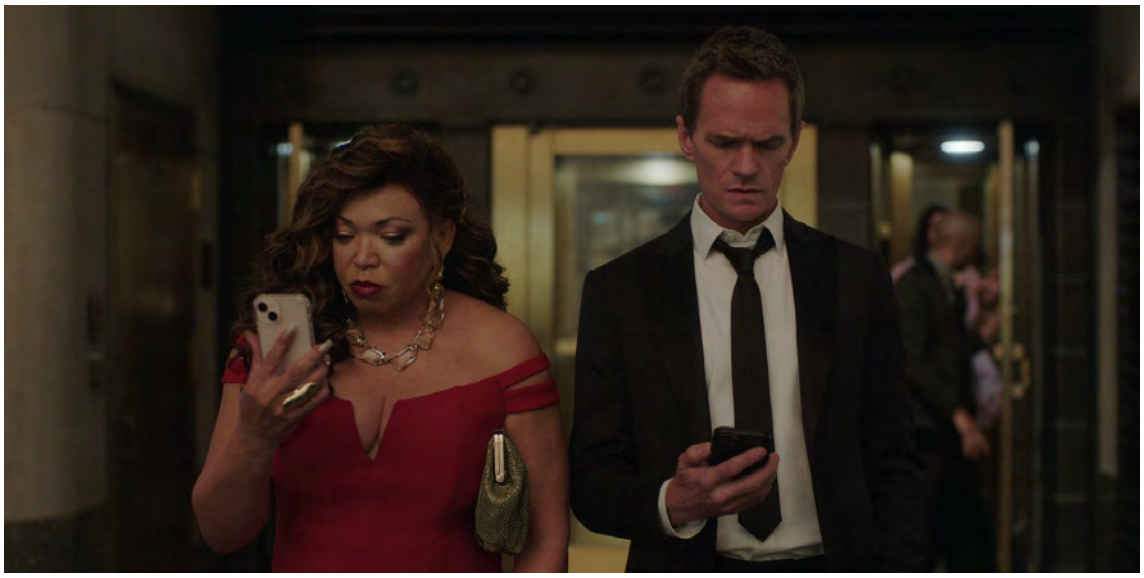
Por Lucy Ford 19 de enero de 2023



Nuevo día, nueva cancelación. Da la sensación de que uno no puede irse a dormir sin miedo a que, al despertar, su serie favorita haya sido secuestrada y fusilada al amparo de la oscuridad. Con innumerables plataformas de streaming entre las que elegir, cada día se estrenan nuevas series, lo que significa, naturalmente, que algunas morirán y pasarán, a duras penas, a la historia de la pequeña pantalla. Pero esta realidad televisiva brutal parece haber alcanzado últimamente un punto álgido, con Netflix cancelando producciones sin darles siquiera la oportunidad de brotar.

Esta misma semana, Netflix ha anunciado que Desparejado, la serie romántica protagonizada por Neil Patrick Harris, que se lanzó en 2022, ha sido cancelada tras una sola temporada. Ha sucedido justo después de la cancelación de 1899, una serie de ciencia ficción de época, con un gran cliffhanger en el final de la primera entrega, que a su vez ocurrió tras el sacrificio del drama fantástico La monja guerrera, suspendida prematuramente tras dos temporadas. En los

últimos meses, también han cancelado El hijo bastardo y el mismísimo diablo, El club de medianoche, Blockbuster y Destino: La saga Winx, que, a excepción de esta ultima, solo han durado una temporada.



COURTESY OF NETFLIX

Sin embargo, la situación en Netflix resulta un tanto incierta, ya que con una mano empuña la tijera para recortar su catálogo y con la otra ondea la bandera del éxito. Justo cuando se encontraba dando tijeretazos, Miércoles, una de sus series de finales de 2022, rompía audiencias en su primera semana, Stranger Things acumulaba un nuevo récord de horas vistas y Harry y Meghan le permitía presumir de su producción de documentales. Obviamente, todo esto plantea un contexto antes señalado: a menos que sus series sean éxitos virales instantáneos, ya sean esperados o casuales, Netflix estará esperando en la sombra con el hacha preparada. Pero si examinamos lo que hay bajo la superficie, hallamos una realidad mucho más sombría, y es que Netflix no tiene fe en sus usuarios porque, para empezar, no sabe a quién se dirige.

Hubo un tiempo en que muchos vimos en Netflix el ángel de la guarda de la televisión de calidad. Orange is the New Black, una comedia de humor negro sobre la reforma penitenciaria, no pertenecía a ninguna prestigiosa cadena de cable, pero se convirtió en uno de los mayores éxitos de aquellos años. Algo similar sucedió con House of Cards, que fue un fenómeno cultural antes de verse empañada por la polémica, y también con Unbreakable Kimmy Schmidt, que llevó el absurdo al gran público. Durante sus primeros años de producción original, los espectadores acudían Netflix con la esperanza de encontrar series desafiantes y alejadas de la norma. Su catálogo era relativamente pequeño pero cuidado, y trabajaban a la vez en una o dos teleficciones pertenecientes a géneros como la comedia, el drama o la acción. Es difícil imaginar dónde podría encajar en 2023 cualquiera de esos títulos que siguen tan inextricablemente ligados a la marca Netflix, y no por su falta de calidad. Peor aún: es improbable que a ninguna de estas series les dieran ahora las cinco, seis o siete temporadas que emitieron.



Paul Schiraldi/Netflix

Esa misión de dar a los espectadores lo que la televisión tradicional no ofrecía ya no es una prioridad para Netflix. En lugar de eso, ahora lanzan cualquier cosa contra la pared, y a menos que se pegue como con superglue, es fulminada de su catálogo. El estatus cultural que la compañía se granjeó al ser la primera y mejor plataforma de streaming abrió muchas puertas, y gracias a eso pudimos disfrutar muchas series. A medida que surgían rivales como Amazon Prime Video, Apple TV+ o Disney+, la producción aumentaba, y el servicio adoptó la postura de que cuanto más se ofreciera, más posibilidades habría de mantener a la gente enganchada.

El problema con este modelo, sin embargo, es que las nuevas plataformas tienen ahora la ventaja de dirigirse a nichos específicos, como Netflix antaño. Apple TV+ y Disney+ comenzaron sus emisiones en 2019, la primera con una programación original con estrellas prestigio como Jennifer Aniston, Tom Hanks o Will Smith, y la segunda aprovechó la nostalgia colectiva hacia personajes de sagas como Star Wars y Marvel. Con un público objetivo claro, estos operadores pueden apostar poco pero ganar mucho.

Esto no quiere decir que Netflix esté totalmente perdida con su producción original. Miércoles nace del famoso material de Tim Burton, por lo que estaba pensada para generar tráfico, y Stranger Things fue un proyecto original ambicioso que conectó con su público en un momento cultural muy concreto, y desde entonces no ha hecho más que crecer. Pero en la otra cara de la moneda tenemos series como Emily en París o Jugando con fuego, que suscitan tan malas críticas como buenos datos de audiencia, lo que lleva a que sean inevitablemente renovadas. Pero, ¿qué hay entre esos dos extremos, entre lo viral y lo denostado? Al ampliar tanto el tiro, Netflix está ofreciendo a sus usuarios,

antes targets de nicho, producciones de todo tipo, lo que es un gran voto de confianza hasta que las cifras demuestren que la audiencia está más segmentada de lo que les gustaría.

No se puede ser populista y especialista al mismo tiempo, y esa es una paradoja contra la que Netflix parece luchar con cada producto que encarga y cancela. No todas las nuevas series pueden ser Miércoles o Stranger Things, pero sí Orange is the New Black si se les da el espacio necesario para enamorar a su audiencia y atraer a nuevos usuarios a la plataforma. Hasta que la compañía decida qué prefiere priorizar, las series seguirán teniendo la esperanza de vida de un mosquito, y a nosotros solo nos queda rezar para que ninguna de ellas acabe en cliffhanger.

Legal trends for the games industry to watch in 2023 | Opinion

Dr. Andreas Lober and Luca Guidobaldi analyse the topics that games companies need to be aware of this year - and revisit their 2022 predictions

by Dr Andreas Lober and Luca Guidobaldi Published on Jan. 19, 2023



One year ago, we made some predictions on legal trends for 2022. Now it is time to look back and see where we have been right and where we have been wrong – and make some new predictions for 2023.

So, what we have predicted for 2022 was the following:

1. Metaverse (+/-)

What we predicted:

The Metaverse "will revive a lot of legal questions that were first discussed when virtual worlds were a hot topic: Rights in virtual property, personality rights of avatars, interchange-ability of virtual objects, and who is responsible if they lose their value (for whatever reason)."

We also said that the Metaverse "will certainly generate more investments and big technology advancements."

What happened:

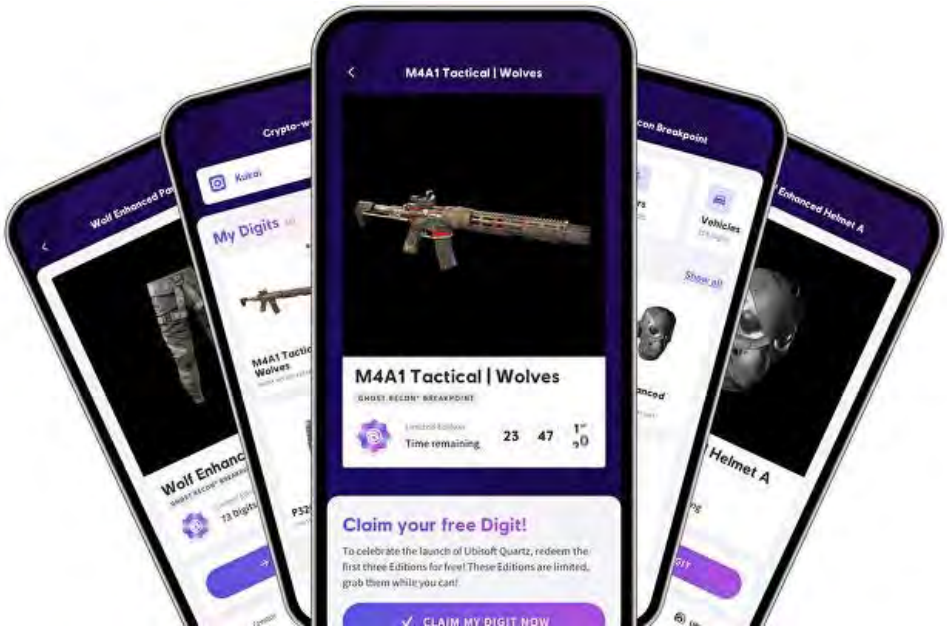
The Metaverse certainly made headlines in 2022 but maybe not quite as we had expected – partly because many users and observers where underwhelmed by what Mark Zuckerberg without trousers presented to the world (well, literally, no legs and thus no trousers to be seen but that was just his avatar, of course).

The big Metaverse players have not given up their vision, so the legal challenges remain

This seems to have cooled down the public excitement. In the meantime, in September the EU Commission boasted to launch a "plan to thrive in the Metaverse" and even threw a "virtual party" at the end of November to establish its own presence in the Metaverse and promote some of its latest funding initiatives in the sector: however, in total only six people showed up.

What will happen in 2023:

While the topic might no longer look as hot as it did a year ago, the big players of the Metaverse game certainly have not given up their vision, so the legal challenges remain – and the Digital Services Act (DSA) will not make things any easier. This is also because the DSA and, more generally, the recently enacted EU legislation for the Internet and the digital world, are pushing for an environment where consumer safety, access and interoperability are absolute prerequisites. The EU clearly has the ambition to regulate the internet – and thus the Metaverse. We will talk more about the Digital Services Act later.



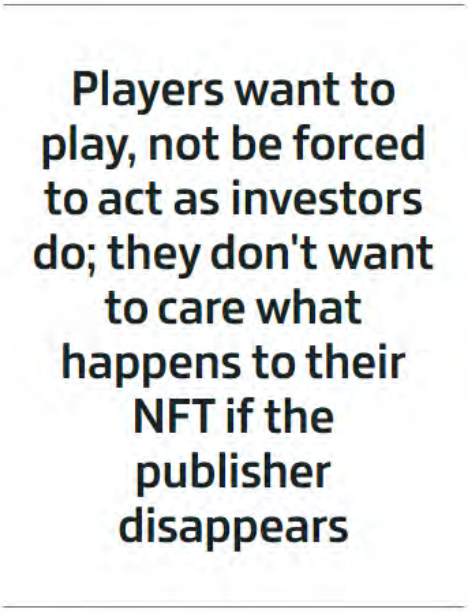
2. NFTs (+)

What we predicted:

"Many observers say they are overly hyped. We're sure they won't live up to all of their promises – but we're equally sure they won't go away." Trading virtual objects for real money involves challenges when the balance of games changes, when game operations are discontinued, and when randomized games mechanics become more problematic.

What happened:

We think we got a point. Some major publishers have either been unsuccessful in integrating NFTs into game dynamics or prompted strong reactions from players who feel exposed to possible cheating and "cash grabs." Players want to play, not be forced to act as investors do; they do not want to care about what they could do with (or what would happen to) their NFT outside the game environment if the publisher disappears or the game platform is closed.



The "NFT=scam" equation has become stronger in 2022, due to widely known crypto scandals (especially, the fall of FTX). Also, tax and legal disputes around Europe about what kind of rights (if any) might be attached to an NFT have further diminished the overall attractiveness of tokens, as well as the chance to safely integrate them into games. An Italian court recently established that the unauthorized reproduction of a third-party trade-mark in a tokenized photograph may even constitute trademark infringement.

However, it now looks as if a new game-ish NFT ecosystem is about to emerge. Collectible card, Minecraft-style or sandbox games seem to be more proper gaming environments for a safer NFT integration which would not completely scare players (even while attracting some people who play just to gain money).

What will happen in 2023:

Many investors into tokenized gaming will lose a lot of money, but some will get very rich. Tokenized games which become successful must expect regulators to look closer, too: tokens might also be regulated under banking laws (the question is whether they are just "utility tokens").

Taxation is another challenge. The Italian tax authority affirmed on two occasions during 2022 that staking crypto-assets in a digital wallet cannot be held as a tax-exempt activity and that wallet holders are not exempt from paying taxes on crypto transactions even if the 'location' of the wallet is outside the country.

Since NFTs are mostly bought and traded via cryptocurrencies, these issues will become crucial, and there might also be other regulatory restraints and concerns.

3. Terms of Use / EULAs (+/-)

What we predicted:

"All games companies doing business in Europe will have to revise their general terms and conditions as the EU pieces of legislation that are part of the 'New Deal for Consumers' will entail major changes for consumer protection law."

What happened:

Most games companies should have done their homework and revised their Terms of Use / EULAs. That's not surprising, as sanctions have become more severe and may scale up to 4% of the worldwide yearly turnover of the company or its group.

Enforcement activity, however, is still rather limited – but German Consumer Protection Organizations, for example, are already chasing companies who have not properly implemented the "unsubscribe" process (so far, a specific German requirement) and the consumer protection agencies of several EU member countries are preparing big enforcement activities for 2023, now that the EU Consumer Package (together with DSA and DMA) has become a truly integrated system and has achieved the force of law throughout the whole EU.

What will happen in 2023:

We expect more enforcement activity with regard to the existing rules, and the Digital Services Act will impose new requirements for Terms of Use for online platforms (please see below) and, partly also for other intermediary services such as using child-appropriate language for services which are directed at or mainly used by minors, and making unsubscribing from a service as easy as signing up for it.



4. Unfinished products, product description, onscreen texts, and right of withdrawal (+/-)

What we predicted:

"Many publishers blame the pandemic for increased difficulties in finishing AAA titles in time and in quality"

"The new provisions prohibit hidden marketing practices - especially when targeting children and teenagers, including direct exhortations to purchase - and urge absolute transparency for in-game purchases and price, characteristics and role of virtual items within the game dynamics and their out-of-the game value"

"All games with in-game monetization will have to adapt the order process and the handling of the right of withdrawal."

What happened:

That was a mixed bag, and the conclusion is just as mixed. As expected, many companies seem to have done their homework, and revised their onscreen texts with product descrip-tions, as well as the right of withdrawal.

While not technically based on the European concept "right of withdrawal", the FTC in its case against Epic Games argued (amongst other things) that it was too easy to buy and too difficult to cancel purchases in Fortnite.

The FTC decision [about Fortnite means] other games companies will face scrutiny from regulators

---

Contrary to our expectation, we did not see massive complaints regarding unfinished products ending up as legal disputes – maybe consumers got so much used to bad service in all aspects of life that unfinished games were not the main concern.

What will happen in 2023:

Quite frankly, Fortnite may be one of the most popular games of our time but a lot of mechanisms the FTC disliked can be found in plenty of other games. The way being paved by the FTC decision, other games companies will face scrutiny from FTC or other regulators as well. Even though the rules are different, we should certainly expect increased attention and similar action by enforcement authorities across the EU.

5. Free-to-play and paying with data (+/-)

What we predicted:

"Paying with data will, to a large extent, be treated the same way as 'paying with money'."

What happened:

The 'paying with data' issues caused headaches to lawyers and companies (with questions such as "Is optimizing a product through telematics considered to be 'paying with data'?" or "Why does the official German boilerplate text for the right of withdrawal still not cover 'paying with data'?"), but enforcement activity around 'paying with data' as such remained limited at best.

What will happen in 2023:

Sooner rather than later, there will be increased enforcement activity regarding 'paying with data' but for all companies who have done their homework it should not be a major issue for 2023 anymore.

6. Clones and other IP disputes (+)

What we predicted:

"IP disputes will become even more important… We can also foresee that a lot of IP controversies will spark while the Metaverse is built and surely once it will be established, and even when VR and AR technologies will become more broadly accessible to the greater public."

What happened:

We think we can make a tick here as well – as evidenced by Riot Games vs Moonton, Riot Games vs. NetEase, and Bungie vs. AimJunkies.

We also see that many new trademark registrations from major brands now cover the Metaverse; EUIPO (the European trademark office) has even issued official guidelines on the issue and the new version of the Nice Classification (entering into force on January 1st, 2023) officially lists "digital goods linked to NFTs" as a product sub-category of Class 9.

In any case, it will always remain true that the unauthorized reproduction and use of a trademark, a design, a product or of a work of art, when it is made for commercial purpose, in order to cause damage to the original right-holder and/or to free-ride on its goodwill and reputation will constitute an illegal act irrespective of the digital platform where it would happen, so we should expect an increasing number of disputes as soon as the new conver-gent digital environment will be developed and actually thrive.

What will happen in 2023:

We expect IP disputes to remain a top trend. Cloning is an ongoing concern [Clone culture and its continuous impact on indie developers | GamesIndustry.biz], and the cases mentioned above are just the ones that made the headlines. There are many more – especially in the app stores, copycats of successful games seem to be the rule rather than the exception, and the creators of the original games will continue to enforce their IP rights.

7. Market dominance and platforms (+)

What we predicted:

"Antitrust laws all over the world and their application by competition authorities are getting tougher for dominant companies."

What happened:

Not a lot of major new developments in the Epic Games vs. Apple and Google case, but the Digital Markets Act was finally adopted in September 2022, imposing many new obligations on gatekeepers.

What was beyond our wildest dreams, though, was the merger-mania at the beginning of the year, with Microsoft's planned acquisition of Activision Blizzard giving cartel offices around the globe quite a large chunk to chew – the deal is examined for example by the FTC, the European Commission, and the UK Competition and Markets Authority.

What will happen in 2023:

The Digital Markets Act seeks to limit the market power of Gatekeepers (such as Google, Apple, and Facebook) to help companies that depend on them – which may include game developers.

However, the Microsoft/Activision Blizzard case might have an even bigger impact. We will learn more on how cartel offices define the relevant markets in the games sector. This will shape how antitrust law is applied on the games industry for years to come.

[The Microsoft/ABK merger] will shape how antitrust law is applied on the games industry for years to come

---

So far, Call of Duty is a focal point of interest. For some observers, it has come as a surprise that the competition authorities are focusing so much on this title and see a risk of Microsoft becom-ing dominant – while some felt that Sony has been the dominant player so far. The case, though, should also provide an answer to the question of what the relevant product market is – is it limited to consoles, does it include Switch, PC, and streaming?

The relevance of the market definition, however, goes far beyond the Microsoft deal. Dominant companies must not abuse their position and will find it hard to make acquisitions which further strengthen their position. Before being able to determine whether a company is dominant, though, the relevant market must be clear: if the authorities conclude that relevant market is comprised (only) of current-gen consoles excluding Nintendo Switch, for instance, the answer to the 'dominance' question will not be the same as if they assume that the relevant market includes all consoles (including Nintendo Switch) as well as PCs.



8. Youth protection beyond blood and violence (+)

What we predicted:

We told you that "interaction risks" in games (toxic behavior, cyberbullying, monetization) would be high on the agenda.

What happened:

We can safely say we have been correct. Regulators have taken action against several games companies. The FTC vs. Epic Games case is, to a large extent, based on the voice and text chat functions having been open by default for kids. This decision is just the tip of the iceberg. Many other games companies had discussions with regulators about similar topics.

On the other hand, some legislative projects or at least their implementation moved slower than we had expected (the Online Safety Bill discussions seem to be a never ending story; Germany's new regime was only recently implemented as of January 1, 2023).



What will happen in 2023:

Online games and free-to-play games companies in particular will have to watch the new developments very closely. These games rely on mechanics which keep users engaged (also financially), and it is just these mechanics that are under examination.

9. Data protection (-)

What we predicted:

2022 will be the year when we see the first large GDPR case against a games company.

What happened:

We were wrong. So far. Many games companies were having discussions with their data protection officers but none of them was nasty enough to hit the headlines.

What will happen in 2023:

Games companies will have to keep up their efforts, even if data transfer from the EU to the US might, becomes a little easier with a bit of luck.

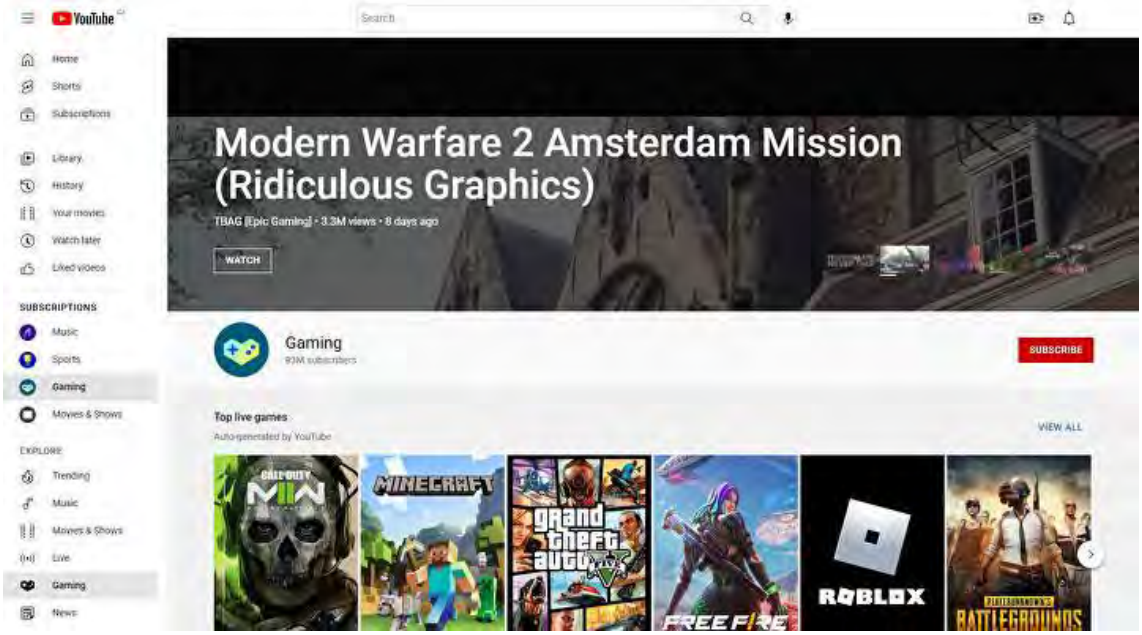
New Trends

1. Dark patterns

It was somewhen in 2022 when the term "dark patterns" started to spawn in political and legal discussions just as minor monsters spawn in your average MMOG. The term, however, only found its way into legislation with the Digital Services Act: "Providers of online platforms shall not design, organize or operate their online interfaces in a way that deceives, manipulates or otherwise materially distorts or impairs the ability of recipients of their service to make free and informed decisions."

Now, the big question is when an online interface "deceives or manipulates" the user. Some of the examples which are given in the recitals of the Digital Services Act are relevant for games companies: Making use of exploitative design choices, or presenting choices in a non-neutral manner, such as giving more prominence to certain choices through visual, auditory, or other components when asking the recipient of the service for a decision – this could include using different colors (such as red and green) for different options.

Another example is repeatedly asking a user to make a choice where such a choice has already been made, or making the procedure of cancelling a service significantly more cumbersome than signing up to it.



2. Online platforms

We have just said that the Digital Services Act prohibits dark patterns for online platforms. This brings us to the next question: Online platforms. After all, was not the Digital Services Act the law that was supposed to curb illegal content on online platforms like Facebook or YouTube, so that game companies had nothing to worry about?

Well, maybe that was the original intention. But the definition of online platforms is rather broad.

In simple terms: A service which allows users to store information and share it with the public (unless it is just a minor or ancillary feature). Information might include text and visuals which can be shared over a social network, of course – but many games and games-related services with online functionalities allow users to do just that.

The increasing improvement of artificial intelligence will be a hot topic in legal discussions

In this case, it must be carefully examined whether the service is an online platform, as operators of online platforms will have a lot of new obligations – refraining from dark patterns, giving users an explanation on why they have been banned are just two examples.

Plus, personalized advertising is strictly regulated – for instance, key parameters must be disclosed, and targeting minors is completely prohibited (i.e. not even allowed with the consent of the users and their parents).

3. Esports

The popularity of Esports has been on the raise for years. It is therefore surprising that there are relatively few court cases.

The political discussion is mostly about the question whether Esports should be treated as sports – yet there are a lot of other legal issues: Visa and late working hours of (partly underage) Esports athletes, tournament rules (especially in the light of consumer protection law) and privacy law (when commercially marketing the tournament), match-fixing scandals, and inappropriate behavior by (semi-)professional Esports athletes and stakeholders are just some examples.

At least some of these issues will surface and be more widely discussed in 2023.



4. Artificial intelligence and copyright

The increasing improvement of artificial intelligence will be a hot topic in legal discussions. One of the major legal subjects will be copyright law. For example, an eleven-year-old has used the AI ChatGPT to create a text adventure in the world of Harry Potter. The art-software DALL-E allows the user to create digital images from natural language descriptions while feeding its algorithm with public datasets.

This will have a particular impact on the design of video game assets in the future, and will raise questions such as who is the owner of AI generated content and how artists can protect their artworks from being utilized by artificial intelligence.

5. Lootboxes

The lootbox discussion will not stop. Not. At. All.



ABC

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,18
AVE: 34827 €
ÁREA: 810 CM² - 110%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 50400
OTS: 364000
SECCIÓN: LA DOS

20 Enero, 2023



RTVE costó 1.158 millones en 2021, el peor dato desde el Gobierno de Zapatero



▸ Su cúpula se saltó la ley en 2021 para firmar un préstamo de 140 millones con el que saldar impagos de IVA

ROBERTO PÉREZ
MADRID

El Gobierno ha disparado las subvenciones a Radio Televisión Española para encubrir su creciente déficit estructural, que ha crecido en los últimos años hasta rozar los 1.160 millones de euros. Es el peor dato desde el Gobierno de Zapatero: en 2010 ascendió a 1.167 millones.

Así lo ponen de manifiesto las últimas cuentas anuales presentadas por RTVE, las relativas al ejercicio de 2021, y así lo evidencia la propia Intervención General del Estado en un informe, al que ha tenido acceso ABC, que destapa la cruda situación económica de esta empresa pública y la existencia de irregularidades de calibre. Entre ellas, que en 2021 la cúpula de RTVE se saltó la ley para firmar un préstamo de 140 millones con el que saldar impagos de IVA.

La Ley de Radio Televisión Española solo le permitía suscribir préstamos para «inversiones en inmovilizado y para atender desfases temporales de tesorería», no para otro tipo de gastos como pagar al Fisco.

En ese momento el presidente de RTVE era José Manuel Pérez Tornero. Lo fue desde marzo de 2021 hasta el pasado septiembre. La Moncloa apostó por él para pilotar la radiotelevisión pública estatal, pero le dio la espalda el año pasado: con las elecciones municipales, autonómicas y generales en el horizonte, el Gobierno de Sánchez sacrificó a Pérez Tornero para colocar a Elena Sánchez, más al gusto de La Moncloa para reforzar el control político de RTVE.

Liquidez por los suelos

En 2021, la radiotelevisión pública estatal sufrió una asfixia de liquidez cuando se topó con la obligación de ponerse al día con la Agencia Tributaria. Pese a que el Gobierno subvencionó ese año a RTVE con la cifra récord de 1.188 millones de euros, fue insuficiente para afrontar la sentencia que le obligó a cubrir impagos de IVA en los que había incurrido durante más de dos años, entre enero de 2015 y septiembre de 2017.

Según el informe de la Intervención General del Estado, RTVE dejó de pagar IVA por un importe total de 126,2 millones de euros. La Agencia Tributaria se los reclamó, pero Radio Televisión Española esquivó su pago con una cadena de infructuosos recursos en vía administrativa y judicial. En abril de 2021, el Tribunal Económico Administrativo Central le dijo que tenía que pagar, pero se negó. Acudió entonces a la vía judicial, con un recurso que presentó en mayo de 2021. En él pidió que, como medida cautelar, se suspendiera el pago forzoso de esa deuda tributaria. La Audiencia Nacional se lo negó, por improcedente. Aunque RTVE ha seguido adelante con la batalla judicial contra Hacienda, los jueces le obligaron a pagar mientras se sigue dilucidando sobre el fondo del litigio.

Implicación del Ejecutivo

En junio de 2021 la Agencia Tributaria emitió la liquidación por esos impagos de IVA: 126,2 millones, más 13,9 millones por intereses de demora. En total, 140,1 millones de euros que el Gobierno no cubrió con subvención extra, así que forzó a RTVE a elegir entre la insumisión con la Agencia Tributaria o buscar financiación extraordinaria. Y en este caso lo extraordinario derivó en ilegal, según la Intervención General del Estado.

El Gobierno trató de enmendar la Ley de RTVE para dar apariencia de legalidad a lo que estaba prohibido. Lo hizo a través de una disposición en la ley de presupuestos del Estado para 2022. Pero esa modificación entró en vigor siete meses después de que RTVE firmara con Caixabank el préstamo de 140 millones de euros.

Lo que sí consiguió el Gobierno fue maquillar las deterioradas cuentas de RTVE, hasta tal punto que ese 2021 la empresa pública declaró haber tenido un beneficio de 29,81 millones de euros, frente a los 31,56 millones de pérdidas netas que había declarado el año anterior, en 2020. Aparentemente, RTVE había mejorado enormemente sus resultados, cuando la realidad es que su agujero estructural se había disparado, e incluso había incumplido la ley para suscribir el multimillonario préstamo con el que afrontar sus impagos de IVA a la Agencia Tributaria.

El quid de ese maquillaje de la cuenta de resultados estuvo, fundamentalmente, en las disparadas subvenciones del Gobierno a la radiotelevisión pública estatal: en 2020 habían sido de 946 millones; en 2021 alcanzaron los 1.188 millones, 241,99 millones más, un incremento del 25,6%.

Si no hubiera sido por esas subvenciones, RTVE habría tenido unas pérdidas netas de 914,47 millones de euros en 2020 y de 1.158,21 millones en 2021. Es decir, lejos de haber mejorado su situación, empeoró sustancialmente en el último ejercicio contable que se ha cerrado hasta el momento –las cuentas de 2022 aún no han sido formuladas–. Exactamente, el agujero de RTVE empeoró un 27% en 2021: en solo doce meses, sus números rojos netos, sin contar subvenciones, engordaron en 243,74 millones.

Ingresos bajo sospecha

El fiasco alcanza de lleno al Gobierno, que ha incumplido su propias cuentas. En los presupuestos del Estado de 2021 incluyó unas previsiones contables para RTVE que fallaron estrepitosamente: la cuenta de resultados se desvió, para peor, en 80,6 millones de euros sobre lo que el Gobierno había aprobado en presupuestos.

Además, la Intervención pone bajo sospecha de legalidad varios millones de euros de ingresos declarados por Radio Televisión Española en 2021. Es el caso de los obtenidos por publicidad y patrocinios, que ascendieron ese año a 7,76 millones de euros. RTVE tiene prácticamente vetada desde hace años la venta de espacios publicitarios. Solo se le permite en casos muy concretos y limitados. Y la Intervención General del Estado cree que gran parte de esos 7,76 millones rebasaron los límites legales.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA ESTATAL, EN CIFRAS

-1.158 Mill. €
En 2021, descontando las subvenciones del Gobierno, el déficit estructural de RTVE ascendió a 1.158 millones. La empresa pública declaró un beneficio de 29,81 millones, pero fue a costa de recibir 1.188 millones en subvenciones.

27% peor
Ese agujero real, descontadas subvenciones, fue un 27% mayor en 2021 que en 2020: en doce meses, los números rojos estructurales pasaron de los -914,7 millones de euros a los -1.158,2 millones. Es decir, empeoraron en 243,7 millones de euros.



Torrespaña, una de las sedes de RTVE // EFE

EL PAÍS

Cómo vimos la tele en 2022

NATALIA MARCOS 19.1.2023

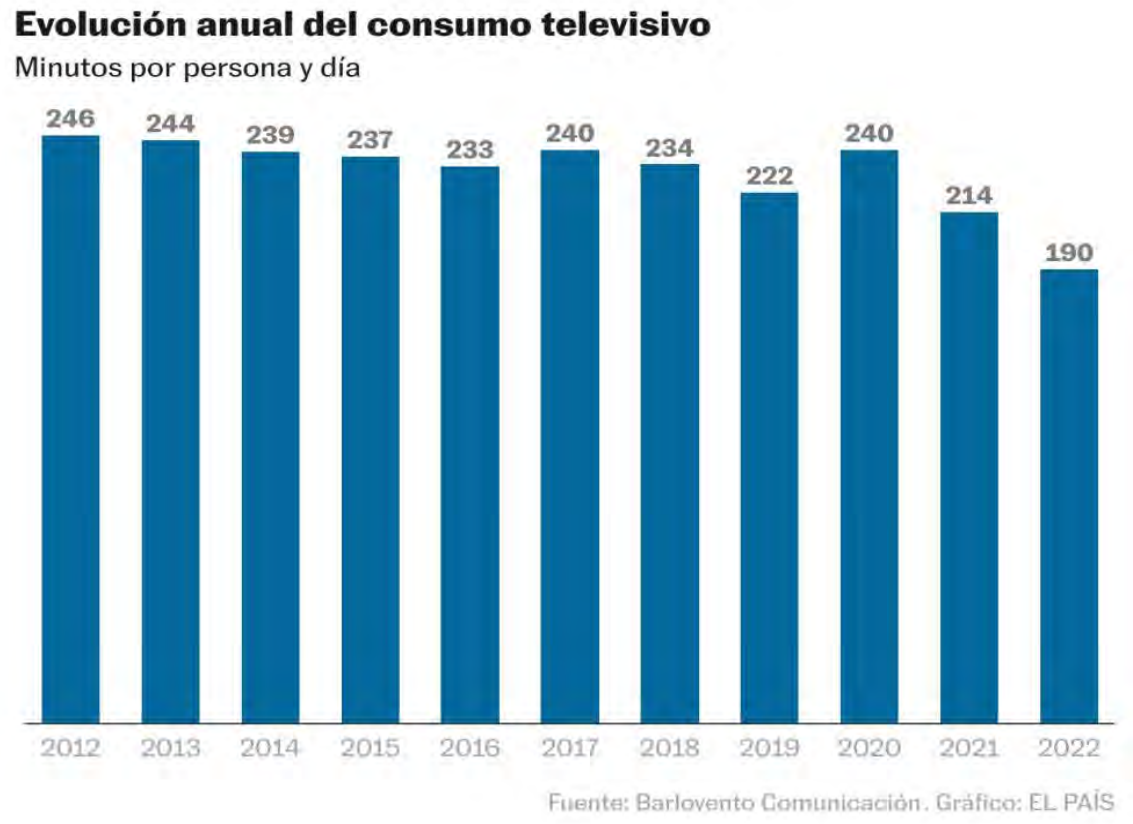


Con el final del año, las consultoras que se dedican a analizar las audiencias de televisión en España enviaron sus correspondientes balances con los datos definitivos en la mano. Como ya sabíamos, Antena 3 fue la cadena ganadora de 2022 por primera vez en su historia, como explica Héctor Llanos en este artículo. Esos informes tienen algunas cosas curiosas que quería desgranar hoy.

Para empezar, 2022 fue el año de menor consumo televisivo de la historia (o desde que las audiencias se miden como se hace en la actualdiad). Consumo televisivo tradicional, se entiende. Los españoles vimos 190 minutos de televisión de media cada día, lejos ya de los 246 minutos de 2012, cuando se alcanzó el máximo de tiempo diario viendo algún canal de televisión. Como especifica Barlovento Comunicación, con el informe más completo y exhaustivo de los que he recibido, del tiempo dedicado diariamente a ver la televisión, 176 minutos fueron de consumo lineal, a los que se suman siete minutos que aportan los espectadores invitados (los espectadores que no residen en el hogar de manera habitual) y otros siete de visionado en diferido.

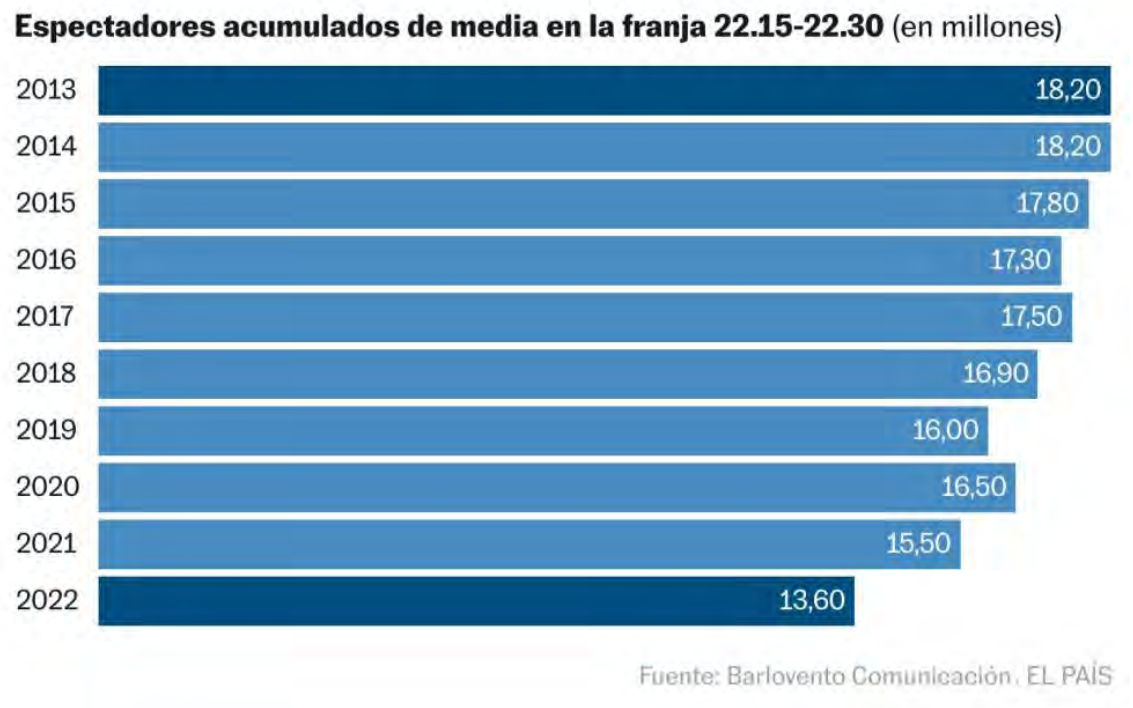
Destaca el aumento de lo que califican como "consumo híbrido", que es el que pertenece a los "otros usos del televisor", es decir, el visionado de plataformas digitales en la televisión, internet, vídeo procedente de aparatos de reproducción (videoconsolas, Chromecast...), y otros como videojuegos o radio en la tele. Es decir, todo uso del televisor que no sea ver la televisión lineal o en diferido. Si hablamos en términos totales, en un año ha pasado de 30 minutos por persona y día de media a 36

minutos, una subida del 16,7%. Pero si nos centramos en los 10,4 millones de espectadores que usan esta modalidad cada día de media, le dedican 155 minutos de promedio al día. Y si miramos los datos por franjas de edad, el tramo entre los 25 y los 44 años son los que más tiempo dedican al día a esos otros usos del televisor, con una media de 50 minutos diarios. Les siguen los niños de 4 a 12 años, con 48 minutos de media. Quienes menos recurren a esta modalidad de visionado son los mayores de 64 años, con 16 minutos al día.



El informe de la consultora explica que se trata de una forma de consumo televisivo muy importante que explica el descenso en el visionado tradicional. Aun así, constatan que "a pesar de la merma de dicha modalidad, la televisión de siempre pondera una realidad incuestionable: tres horas y diez minutos por persona, independientemente de que haya visto o no la televisión cada día. Un tiempo que ningún otro medio de comunicación logra de cada uno de nosotros".

Es también muy interesante el análisis que ha hecho Barlovento del número de espectadores en los últimos años en una franja determinada del prime time televisivo. Han sumado el total de televidentes de todos los canales tradicionales en el cuarto de hora que va desde las 22.15 a las 22.30, uno de los tramos que más audiencia acumula cada día, y han sacado la media anual desde 2013. La cosa ha quedado así: en 2013, el promedio de audiencia era 18,2 millones de espectadores, igual que en 2014; en 2015 (llega Netflix a España), baja a 17,8 millones; en 2016 se queda en 17,3 millones; saltamos al año de la pandemia, 2020, y ya vamos por 16,5 millones de media; en 2021 se quedó en 15,5 millones y este año, en 2022, bajó a 13,6 millones de espectadores de media. En 10 años, la televisión tradicional ha perdido 4,6 millones de seguidores en el cuarto de hora que va de las 22.15 a las 22.30.



En cuanto a la audiencia por canales, es curioso ver cómo, más que una subida de Antena 3 (solo crece 0,1 puntos respecto a 2021), lo que se ha visto este año es una importante caída de Telecinco, que ha perdido 2,6 puntos de cuota de pantalla. También llama la atención la consolidación de las temáticas de pago, impulsadas por el Mundial de Qatar y el fútbol en general. Este grupo marca récord de cuota de pantalla. Y gracias también al Mundial, La 1 evitó la debacle y, con un 9,1% de cuota, ha mejorado en 0,3 puntos el dato de 2021.

El análisis cualitativo de las audiencias es llamativo. El liderazgo de Antena 3 se da tanto entre hombres como entre mujeres, aunque más acentuado entre ellas. Por edades, Boing es el canal favorito de los niños de 4 a 12 años. En adultos jóvenes (entre 25 y 44 años), Telecinco es líder, y Antena 3 se sitúa por delante en los grupos de edad más avanzados, con más diferencia según aumenta la edad. En cuanto a franjas horarias, la mañana (de 7.00 a 14.00) la lidera Telecinco, al igual que la madrugada (0.00 a 2.30). Pero Antena 3 se impone en las franjas en las que realmente se juega el liderazgo: la sobremesa (14.00 a 17.00), la tarde (17.00 a 20.30) y el prime time (20.30 a 0.00).

También es curioso pararse a ver los resultados por programas. El deporte acapara buena parte de las emisiones más vistas en 2022. Las votaciones de Eurovisión se colaron en el puesto 10º y en el 14º está la gala de Eurovisión. Hay que bajar hasta el puesto 26º para encontrar otro programa que no sea fútbol, y son las Campanadas de Antena 3. En el informe de la consultora Dos 30' desgranan los datos por programas. Su análisis no recoge las cifras de El hormiguero, que se situó como el formato más visto de toda la televisión española con 2.410.000 espectadores de media. Entre los realities o concursos de talentos, se sitúa al frente Tu cara me suena, con 2.240.000 espectadores de media en sus 10 emisiones. La serie española más vista fue Entrevías (1.733.000 espectadores de media en sus 16 episodios). Alucinante el dato de

Pasapalabra, que en sus 257 emisiones promedió en 2022 un total de 2.351.000 televidentes, pero a mí me parece que más mérito tiene todavía lo de La ruleta de la suerte, con una media de 1.544.000 fieles en sus 362 emisiones. Le da igual que sean programas nuevos, repeticiones, fin de semana o lo que sea. Bestial.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 43800 €
ÁREA: 1036 CM² - 100%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 51620
OTS: 440000
SECCIÓN: TELEVISION

20 Enero, 2023



Las tres presentadoras de 'Mediafest', en la última emisión antes de ser cancelado. MEDIASET



MEDIASET

REVOLUCIÓN EN TELECINCO PARA TRATAR DE RESUCITAR SU AUDIENCIA

Tras el desembarco de Borja Prado, la cadena ha cancelado el 'Mediafest', ha apostado por un concurso el sábado y ha devuelto 'Sábado Deluxe' al viernes... Y estos son sólo los primeros cambios

POR ESTHER MUCIENTES MADRID

HACE UN MES EL Consejo de Administración de Mediaset aprobaba nombrar como consejeros delegados a Alessandro Salem y a Massimo Musolino en sustitución de Paolo Vasile, y dotaba de funciones ejecutivas y editoriales en algunas áreas a su presidente, Borja Prado. El 1 de enero los cambios se hacían efectivos y daba comienza la revolución.

Como en *Juego de tronos*, la llegada de un nuevo rey siempre trae cambios de rumbo que Prado no ha demorado. El objetivo es claro: recuperar el liderazgo del grupo y, especialmente, el de Telecinco, cueste lo que cueste.

Cuando Vasile aterrizó en Telecinco en 1999, la cadena se encontraba en una crisis parecida a la actual, lejos de las mejores cifras de audiencia. Poco a poco, el italiano reformuló el concepto de la televisión en España hasta llevar al grupo y a la cadena a lo más alto. Ahora Prado busca lo mismo, pero desechando aquella fórmula *mamachicho* que ahora no tiene cabida en la pequeña pantalla.

Telecinco está viviendo uno de los peores comienzos de año, con muchísimas dificultades para rebasar el 10% de media (ahora está en el 10,1%) y con Antena 3, líder indiscutible, presionando con estrenos que ahora mismo parecen inalcanzables para Mediaset. Existe pánico ante la posibilidad de cerrar el primer mes de 2023 por debajo de esos dos dígitos.

De ahí que esa revolución para *resucitar* Telecinco haya llegado antes de lo esperado y con giros de guión más que sorprendentes. El pasado viernes, tras el espectacular estreno de *El Desafío* en Antena 3 –20% de *share*–, Mediaset decidía cancelar *Mediafest* de golpe y sin ni siquiera terminar la temporada. El programa de La Fábrica de la Tele, la productora hasta ahora estrella de Telecinco, se quedaba fuera de la parrilla al marcar en su última emisión un 8,8% de cuota de pantalla y mediar un 10% desde que arrancara la nueva edición.

«No es sólo una cuestión de audiencia», afirman expertos en comunicación. «Aunque subir las cifras es urgente, detrás está la búsqueda de formatos y nuevos programas o fórmulas de emisión «que recuperen y, sobre todo, fidelicen al espectador».

Sin embargo, como aseguraba hace unos meses José Manuel Eleta, director adjunto de Barlovento Comunicación, Telecinco no puede «poner todo patas arriba». Y menos aun cuando los datos no sólo no acompañan, sino que siguen en caída.

La cancelación del *Mediafest* ha sido la decisión más sorprendente porque se ha hecho de repente y sin buscarle ningún otro hueco en la parrilla o en alguna de las otras cadenas del grupo. Mediaset asegura que «seguirá formando parte de la programación, pero con formatos especiales sin periodicidad fija».

Sin embargo, un cambio tan brusco provoca que haya que buscar sustituto, y si lo buscas dentro de lo que ya tienes, el puzle se complica. Para sustituir su apuesta musical, la cadena ha devuelto a los viernes el *Deluxe*, pese a que los datos han sido mejores los sábados.

No hay duda de que competir contra los retos de los famosos en *El Desafío* va a ser imposible, pero la intención no es ganar al programa de la productora de Pablo Motos, sino dejar de emitir programas que no lleguen al millón de espectadores.

Al mover el *Sábado Deluxe* al viernes, el hueco se quedaba en el sábado por la noche. Mediaset podría haber elegido una película, aunque tampoco les funciona la ficción, o algún especial sacado de la manga para tapar, de momento, el agujero. Pero no, la decisión fue aún más sorprendente que los cambios y cancelaciones: emitir dos programas seguidos del concurso presentado por Christian Gálvez, *25 Palabras*.

Un formato que, desde su estreno en la franja de 19.00 a 20.00 horas, robando una hora a *Sálvame*, no ha cosechado grandes datos de audiencia: en los últimos días sus cifras han oscilado entre el 8 y el 9% de *share*.

Lo que sorprende es programar un concurso para el *prime time* de un sábado, compitiendo contra la batería de cine del resto de cadenas. Si funciona, se convertiría en el primer éxito de Borja Prado, si no, no quedará otra que seguir probando. Y, mientras, Mediaset corre el riesgo de desorientar a la audiencia y seguir perdiendo espectadores.

El problema de Telecinco está en su *prime time*, lastrado por programas que no terminan de cuajar y por los malos datos del resto de sus franjas: a principios de año firmaba en la tarde una media del 6,3%, a las 22.00 horas promediaba un 5,7% y los fines de semana registraba un 6,1%. De ahí, el atropellado estreno de *La isla de las tentaciones 6*.

El único *reality* que le ha dado alguna que otra alegría ha sido el presentado por Sandra Barneda. *Pesadilla en el paraíso* no levanta cabeza. El cine tampoco funciona. Las series, peor... El único salvavidas para Telecinco es la isla. «Tienen que buscar algo que tenga como base su audiencia fiel y algún golpe de efecto», aconseja José Manuel Eleta.

El golpe de Borja Prado ha comenzado.

TELECINCO TIENE PÁNICO A PERDER LOS DOS DÍGITOS DE AUDIENCIA EN ENERO

SÓLO ES LÍDER EN LAS MAÑANAS Y EN EL RESTO DE FRANJAS NO SUPERA EL 7%

El Confidencial

NUEVOS CARGOS

Víctor García, nuevo director general de la productora Unicorn Content

La compañía, presidida por Ana Rosa Quintana, ha dado a conocer una serie de nuevos nombramientos, apostando por la promoción de su equipo directivo



Víctor García, nuevo director general de la productora (Unicorn Content)

Por El Confi TV 19/01/2023 - 23:16

La productora de televisión Unicorn Content (*El programa de AR*) ha reforzado su equipo directivo con una serie de nuevos nombramientos, sin embargo, en lugar de fichar a profesionales externos ha decidido apostar por la promoción interna. Víctor García Martín se convierte en el nuevo director general; Juan Serrano Cabello, en el nuevo director de contenidos; y Pilar Cerisuelo Delás pasa a ser productora ejecutiva. La compañía recupera, además, a Sergio Molina Primavera para un puesto clave como es el de director de estrategias y operaciones.

Ana Rosa Quintana se mantiene como presidenta de la productora, que fundó en enero de 2018 Xelo Montesinos, CEO de la compañía. Unicorn Content es, según el informe elaborado por la consultora Dos30', la productora que más horas de

televisión produjo durante el pasado año, concretamente el 21,5% de todas las horas de emisión. Bastante más abajo se situaron La Fábrica de la Tele (17,4%) y Cuarzo Producciones (7,2%).ç

> Unicorn Content fue en 2022 la productora que más horas produjo en cadenas generalistas

Víctor García Martín

El nuevo director general de Unicorn Content, MBA en Empresas de Televisión por la Universidad de Salamanca y Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia de Salamanca, ha trabajado en la compañía como director creativo y de proyectos desde 2018, estando al frente de la estrategia, el desarrollo de negocio y la producción ejecutiva de proyectos de la empresa desde su fundación en 2018.

Anteriormente, fue director creativo y de internacional en Cuarzo (Banijay Group) y director de Nuevos Proyectos en Big Bang Media. Como productor ejecutivo, ha estado al frente de proyectos como Dolores (HBO Max), El Principito es Omar Montes y De la vida al plato (Prime Video), 120 Minutos (Telemadrid), Yo fui un Narco (DMAX), España mira a La Meca (Telecinco) o Mujeres sin censura (RTVE), entre otros. Ha sido también responsable de la adaptación de numerosos formatos internacionales como Fantastic Duo (La 1), Facing the classroom (Telemadrid), Casados a primera vista (Antena 3) o Lingo (Canal Sur y ETB).



Juan Serrano Cabello

Juan Serrano ha sido nombrado en esta nueva etapa director de contenidos. Desde 2018 ha ejercido en Unicorn como director de programas y productor ejecutivo de formatos tan emblemáticos como *Cuatro al día* (Cuatro); *En el punto de mira* (Cuatro); *Ya es mediodía* (Telecinco); *Ya son las ocho* (Telecinco); *Ya es verano* (Telecinco); *Fiesta* (Telecinco); *La comunidad* (Telemadrid); *Mujeres al poder* (Cuatro); *Erguidos frente a todo* (Cuatro); y *Lingo* (ETB y Canal Sur).

Licenciado en Ciencias de la Información, empezó su andadura como redactor, reportero, prescriptor, guionista, subdirector y director en diferentes espacios de televisión, entre otros, trabajó ocupando diferentes cargos para *Informativos Telecinco*, *La Sexta noticias*, *Las mañanas de Cuatro*, *Equipo de investigación,* La búsqueda, *Rojo y negro*, *Te vas a enterar* y *Tal cual lo contamos*. Juan Serrano fue galardonado en 2022 con el Premio Talento de la Academia de Televisión, y recibió el premio de periodismo de ABC Nuevos Talentos en 2004.



Sergio Molina Primavera

Sergio Molina Primavera

Sergio se incorpora de nuevo a la compañía como director de estrategia y operaciones, después de un periodo de un año como director general en Pokeepsie Films, retorna a Unicorn en un puesto de nueva creación centrado en la gestión y estrategia de negocio. Desde la fundación de Unicorn Sergio Molina ejerció como director de operaciones en la compañía.

Anteriormente, desempeñó el cargo de director de gestión en Big Bang Media durante más de seis años, compañía del grupo Mediapro. Es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y ha estado ligado al medio audiovisual durante los últimos 23 años desempeñando diferentes cargos en diversas productoras tanto de cine como de televisión.

Pilar Cerisuelo Delás

Pilar se suma al equipo directivo como productora ejecutiva de Unicorn, labor que ya ejerce en programas como *Ya es mediodía* (Telecinco), *Fiesta* (Telecinco); *Ya es verano* (Telecinco) y *Cuatro al día* (Cuatro). Con anterioridad ha trabajado como directora de programas como *El programa de Ana Rosa* (Telecinco), *El programa del verano* (Telecinco), *Cuatro al día,* (Cuatro), *La mañana* (TVE); y Un Tiempo Nuevo (Cuatro). También ha dirigido programas especiales como *Un tiempo nuevo: La guerra de Rusia y Ucrania*; *Caso Mari Luz: retrato de una obsesión* (Telecinco), y *Ortega Cano: Las claves de una tragedia* (Telecinco).



Pilar Cerisuelo Delás

Es Licenciada en Ciencias de la Información y en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de Barcelona, y máster en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos por la Universidad Oberta de Cataluña (UOC). Empezó como redactora, editora y presentadora de los informativos de Radio 9, para de ahí dar el salto a la televisión como redactora en programas como *Sabor a ti* (Antena 3), y *Dónde estás corazón* (Antena 3).

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 24
AVE: 42427 €
ÁREA: 871 CM² - 77%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 68181
OTS: 758000
SECCIÓN: COMUNICACION

20 Enero, 2023





En el centro, Carlos Núñez, presidente de Prisa Media, y María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de Prisa Audio, con representantes en España de Spotify, Podimo, Google, Triton, la IAB y BMW, ayer en Madrid. / SANTI BURGOS

Prisa, primera compañía de audio en 'streaming' en español

El grupo logra el segundo puesto mundial con 574 millones de descargas y 971 millones de horas de escucha en 2022, un 39% y un 17% más que en 2021, respectivamente

NOELIA NÚÑEZ, **Madrid**

Hoy en EL PAÍS, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, Saldremos mejores, Buenismo bien y *El larguero* guardan algo en común. Son algunos de los *podcasts* más exitosos de los 1.200 creados en Prisa Audio, la división de Prisa que aglutina todos los audios del grupo y que, tan solo un año y medio después de su nacimiento, consolida su liderazgo en la industria. Según el *ranking* de Triton Digital's Streaming Metrics Monthly Ranker —firma de referencia en la medición de la industria del audio digital—, Prisa Audio se sitúa ya como la primera compañía de medios de *streaming* de habla hispana y la segunda a escala mundial, solo por detrás de la estadounidense iHeart Media.

Detrás de este crecimiento sostenido hablan las cifras: solo en 2022, Prisa Audio ha cosechado 574 millones de descargas y 971 millones de horas de escucha, lo que supone un crecimiento anual del 39% y del 17%, respectivamente. El balance fue expuesto ayer en un acto celebrado en el Taller de Ideas de Madrid, donde los principales representantes de audio de la compañía analizaron la situación pujante de su ámbito en la empresa. Así lo expuso Carlos Núñez, presidente de Prisa Media, que celebró los hitos del pasado año ante destacados representantes de medios de comunicación y del mundo empresarial. Núñez enfatizó la apuesta del grupo para crear contenido de calidad y de interés para los oyentes: "Conjugar, como hace Prisa Audio, la creatividad y la innovación con la potencia de nuestras marcas informativas y el desarrollo tecnológico es determinante en la industria del *streaming*".

Durante cerca de hora y media, los representantes de Audio del grupo expusieron los datos más destacados de 2022. De los 1.200 *podcasts* de todo el catálogo, en 2022 se han creado 82 nuevos, de los cuales 54 son originales —para los medios del grupo—, 17 han sido producciones para terceros y 11 para *branded podcast*. Las cifras han duplicado prácticamente los ingresos: en publicidad y contenido patrocinado, han crecido un 43% frente a 2021. También se ha duplicado la cantidad de ingresos en nuevas líneas como producción a terceros, eventos o gestión de propiedad intelectual.

María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de Prisa Audio, ejerció de maestra de ceremonias. "El *podcast* está experimentando un enorme crecimiento en el mercado del audio en español", dijo. "El *videopodcast* es ya una de las grandes tendencias en 2023, estamos innovando y aplicando la inteligencia artificial al audio y celebraremos la segunda edición de los Premios Ondas Globales del Podcast", añadió.

Prisa Audio nació en mayo de 2021 dentro de la estrategia digital como una apuesta por los nuevos formatos. Integra los contenidos de audio no lineal del grupo, como EL PAÍS, *As*, Cadena SER, Podium Podcast, Cadena Dial y LOS40, y aglutina también a las emisoras del grupo en Latinoamérica, como W Radio, Caracol Radio y ADN Chile, entre otras.

En 2022 se han consolidado nuevos equipos y marcas, como EL PAÍS Audio. En el podio del *podcast* diario más escuchado por un medio escrito se encuentra *Hoy en EL PAÍS*, que en solo 10 meses ya acumuló 15 millones de descargas. Silvia Cruz Lapeña, la editora jefa de EL PAÍS Audio, expuso las nuevas propuestas de la sección del periódico para 2023: *Hoy en EL PAÍS* se publicará ahora también en fin de semana; el 24 de enero se estrenará el *podcast* de Leontxo García, el experto de ajedrez del periódico, y para los próximos meses se preparan ya nuevos *podcasts* de investigación periodística, siguiendo la estela de otros trabajos sonoros, como *Los papeles de Bárcenas*. "Va a ser el año de la ficción y de los reportajes", dijo antes de dar paso a un vídeo resumen sobre el audio, protagonizado por la directora del periódico, Pepa Bueno, y los redactores de la sección.

"Innovamos y aplicamos la IA", detalla Espinosa de los Monteros

'Hoy en EL PAÍS' se publicará también en fin de semana

Latinoamérica

El año pasado también ha dejado buenas cifras para Cadena SER, con más de 250 millones de descargas —un 38,5% más que en 2021—, un relevante incremento de suscriptores en Youtube y con los buenos resultados de proyectos como *Nadie sabe nada*, en el podio del *podcast* más escuchado de la casa. También hubo *podcasts* deportivos destacados y producidos por As Audio y Cadena SER, que han desarrollado contenido propio como *Carrusel Deportivo* y *El Larguero*, y podcasts como *Los cromos del Mundial, España, 1982* o *Mínimo de veterano*.

Podium Podcast ha logrado un aumento del 36% en descargas netas y una producción 25 nuevos títulos este pasado año. Durante la presentación se destacó el éxito de *Estirando el chicle*. Además de liderar las clasificaciones de los *podcasts* más escuchados, sus creadoras, Carolina Iglesias y Victoria Martín, lograron llenar el estadio Wizink Center de Madrid en un evento con más de 12.000 personas en vivo y 16.000 más en *streaming*. Además, Espinosa de los Monteros anunció que estrenarán en marzo su tercera temporada. Podium también ha crecido en *branded podcasts*, con apuestas como *Cambio de sentido*, un *podcast* sobre sostenibilidad junto a BMW presentado por Juan del Val o *Road to Dakar 2023*, una producción hecha para Audi junto con *As* y Cadena SER, presentado por José Antonio Ponseti. Otros trabajos de *branded podcast* han sido los realizados para LaLiga, Caixa Forum, Ericsson, Loterías del Estado o Banco Sabadell.

Dentro del objetivo de la compañía de potenciar la presencia en Latinoamérica, en 2022 estrenó Podium Podcast Chile. Podium también ha abierto en Colombia y próximamente lo hará en México para completar así su expansión en Latinoamérica.

2022 ha potenciado también destacados acuerdos con terceros. Con Podimo, Spotify y Amazon Music, Prisa Audio ha estrenado casi dos decenas de series originales, y con Penguin Random House Grupo Editorial, la compañía acaba de cerrar un acuerdo para crear y coproducir contenidos originales en *podcast* con autores y libros. El evento sirvió también para mirar al 2023, donde el grupo espera continuar su plan de crecimiento en la senda del periodismo de calidad y en el sector del entretenimiento.

Segunda edición de los Ondas Globales del Podcast

Otro de los principales hitos abordados durante la presentación ayer en Madrid fueron los Premios Ondas Globales del Podcast, creados en 2021 siguiendo la estela de los Premios Ondas de Radio Barcelona. Los galardones están impulsados por Prisa Audio y Cadena SER y se han convertido ya en los referentes del ámbito del *podcasting* en el mundo de habla hispana. Su propósito es rendir homenaje a los *podcasters*, guionistas, productores y profesionales más destacados de cada año en el sector en torno a 15 categorías.

Los premios, que se estrenaron el pasado año y se celebraron por primera vez en Málaga, acogen en 2023 su segunda edición con una ceremonia que será en mayo en la misma ciudad. El buen comportamiento de la industria del *podcasting* ha tenido su reflejo este año en las 1.178 candidaturas oficiales recibidas en esta edición, lo que ha supuesto un incremento del 25% con respecto al año anterior. Los premios, que cuentan este año con el patrocinio de Amazon Music y Audible y el apoyo de la Junta de Andalucía, la Diputación y el Ayuntamiento de Málaga, concederán los galardones en 15 categorías. El próximo 1 de febrero, se anunciarán a 65 finalistas y a mediados de marzo se conocerán los ganadores de su segunda edición.

INFORMACION

PAÍS: España
PÁGINAS: 58
AVE: 1685 €
ÁREA: 471 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8758
OTS: 72000
SECCIÓN: TELEVISION

18 Enero, 2023



La entrevista más esperada al príncipe Harry llega a Movistar+

▶ La plataforma emitirá el viernes 20 las declaraciones que realizó para la cadena británica ITV en las que asegura buscar la reconciliación con su familia y ataca a Kate Middleton y Camilla

REDACCIÓN

■ El pasado martes 10 de enero la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry se convirtió en todo un acontecimiento. Tan solo dos días antes, el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero a las 22 horas.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

En esta entrevista habla de la Familia Real, de la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional. En su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

El hijo menor de Carlos de Inglaterra ha contado que quiere a su padre y a su hermano, y que siempre lo hará, pero que sentía la necesidad de contar su verdad. «Nada de lo que he dicho en este libro ha sido con la intención de hacerles daño», asegura el duque de Sussex.



Un momento de la entrevista al príncipe Harry en la ITV. ITV

Incluso habla de buscar la reconciliación con su familia. «He escrito cartas y correos. Quiero la reconciliación, pero primero hay que rendir cuentas. No puedes seguir diciéndome que soy un paranoico. Las pruebas están ahí». Y ha dejado claro que está dispuesto a perdonarles, pero que lo que necesita es «una familia y no una institución».

Además, habla del rey Carlos III y de su papel como padre. Para el duque de Sussex, «nunca estuvo hecho para ser padre, pero para ser justo lo intentó».

> Para el duque de Sussex, Carlos III «nunca estuvo hecho para ser padre, pero lo intentó»

También acusa a Kate Middleton y la reina Camilla de hacer el juego a la prensa sensacionalista: «Si uno actúa como lo hace mi familia, que no dejan de leer los tabloides mientras viven su vida, terminas viviendo en la burbuja creada por esos tabloides antes que en la propia realidad», afirma Harry.

La publicación del libro ha sido, según sus palabras, una necesidad. «Sentí que era un buen momento para poder contar yo mismo mi propia historia y me siento muy agradecido».

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV: «Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real británica hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución».

«La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver».

Para Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions, «la versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma».

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 1464 €
ÁREA: 529 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3133
OTS: 30000
SECCIÓN: TELEVISION

19 Enero, 2023



CON MOTIVO DEL LIBRO 'EN LA SOMBRA'

Movistar emite la entrevista del príncipe Enrique con Tom Bradby

► «Me gustaría recuperar a mi padre y a mi hermano», confiesa el duque de Sussex

SERGIO LÓPEZ MARTÍN
MADRID

Quienes estén al tanto de lo que cuenta el príncipe Enrique en sus memorias –redactadas por el escritor y periodista J. R. Moehringer, autor también de las de André Agassi– ya sabrán lo más sustancioso. Pero hay que seguir echando leña y Movistar Plus+ ha decidido emitir una de las entrevistas que el hijo de Carlos III concedió para promocionar el libro. La plataforma de pago la estrenará en exclusiva mañana viernes (22.00 horas).

Se trata de la conversación que el marido de Meghan Markle tuvo con Tom Bradby, periodista experto en la casa real británica, dos días después de la llegada a las librerías de *En la sombra*, por el que el *royal* que quiso dejar de serlo ha recibido 20 millones de euros.

El duque de Sussex habla sin tapujos sobre su desestructurada familia, sobre el papel de la monarquía –«no sé por qué tanta manía si le cuesta menos que una pinta [de cerveza] a cada británico»–, la presión que él y su mujer han sufrido por parte de los medios – «quería proteger a los míos»–, y detalles sobre la muerte de su madre, como la frialdad de su padre al comunicárselo y el recuerdo atormentado de tener que caminar detrás del féretro junto a su hermano ante la mirada de todo el mundo.

AUDIENCIA MILLONARIA // La entrevista, concedida al canal británico ITV, tuvo una gran repercusión internacional, con una audiencia de casi cinco millones de espectadores. Otro bombazo como la que concedió la pareja a Oprah Winfrey en California, donde Meghan vertió acusaciones de racismo por parte de su familia política.

MOVISTAR +



El príncipe Enrique y Tom Bradby, durante la grabación de la entrevista.

La conversación con el experto en la casa real británica tuvo lugar tras la publicación de sus memorias

«Es extremadamente raro que un miembro de la familia real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el príncipe Enrique es un programa que «todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver», afirma Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV. «La versión de los hechos de Enrique contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma», asegura por su parte Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

«Me gustaría recuperar a mi padre. Me gustaría recuperar a mi hermano», confirma Enrique al periodista Tom Bradby cuando le pregunta sobre qué pasará a partir de ahora. Eso después de cuestionar el lema de la familia real, «nunca te quejes, nunca expliques», diciendo que «es solo un lema».

Los duques de Sussex anunciaron su intención de alejarse de sus roles como miembros de la familia real británica en enero de 2020 y finalmente dejaron de ser miembros de pleno derecho en marzo de ese mismo año. Se instalaron en la soleada California y empezaron a sacarle partido a sus vivencias, además de criticar al acoso de los medios. La entrevista y el lanzamiento del libro, que ha sido un éxito de ventas, es su primer proyecto profesional después del estreno de *Harry & Meghan*, la docuserie producida por Netflix. ≡

el Periódico Extremadura

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 1166 €
ÁREA: 348 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1628
OTS: 23000
SECCIÓN: TELEVISION

19 Enero, 2023



CON MOTIVO DEL LIBRO 'EN LA SOMBRA'

Movistar emite la entrevista del príncipe Enrique con Tom Bradby

«Me gustaría recuperar a mi padre y a mi hermano», confiesa el duque de Sussex

SERGIO LÓPEZ MARTÍN
MADRID

Quienes estén al tanto de lo que cuenta el príncipe Enrique en sus memorias –redactadas por el escritor y periodista J. R. Moehringer, autor también de las de André Agassi– ya sabrán lo más sustancioso. Pero hay que seguir echando leña y Movistar Plus+ ha decidido emitir una de las entrevistas que el hijo de Carlos III concedió para promocionar el libro. La plataforma de pago la estrenará en exclusiva mañana viernes (22.00 horas).

Se trata de la conversación que el marido de Meghan Markle tuvo con Tom Bradby, periodista experto en la casa real británica, dos días después de la llegada a las librerías de *En la sombra*, por el que el *royal* que quiso dejar de serlo ha recibido 20 millones de euros.

El duque de Sussex habla sin tapujos sobre su desestructurada familia, sobre el papel de la monarquía –«no sé por qué tanta manía si le cuesta menos que una pinta [de cerveza] a cada británico»–, la presión que él y su mujer han sufrido por parte de los medios – «quería proteger a los míos»–, y detalles sobre la muerte de su madre, como la frialdad de su padre al comunicárselo y el recuerdo atormentado de tener que caminar detrás del féretro junto a su hermano ante la mirada de todo el mundo.

AUDIENCIA MILLONARIA // La entrevista, concedida al canal británico ITV, tuvo una gran repercusión internacional, con una audiencia de casi cinco millones de espectadores. Otro bombazo como la que concedió la pareja a Oprah Winfrey en California, donde Meghan vertió acusaciones de racismo por parte de su familia política.

MOVISTAR +



El príncipe Enrique y Tom Bradby, durante la grabación de la entrevista.

La conversación con el experto en la casa real británica fue tras la publicación de sus memorias

«Es extremadamente raro que un miembro de la familia real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el príncipe Enrique es un programa que «todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver», afirma Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV. «La versión de los hechos de Enrique contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma», asegura por su parte Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

«Me gustaría recuperar a mi padre. Me gustaría recuperar a mi hermano», confirma Enrique al periodista Tom Bradby cuando le pregunta sobre qué pasará a partir de ahora. Eso después de cuestionar el lema de la familia real, «nunca te quejes, nunca expliques», diciendo que «es solo un lema».

Los duques de Sussex anunciaron su intención de alejarse de sus roles como miembros de la familia real británica en enero de 2020 y finalmente dejaron de ser miembros de pleno derecho en marzo de ese mismo año. Se instalaron en la soleada California y empezaron a sacarle partido a sus vivencias, además de criticar al acoso de los medios. La entrevista y el lanzamiento del libro, que ha sido un éxito de ventas, es su primer proyecto profesional después del estreno de *Harry & Meghan*, la docuserie producida por Netflix. ≡

CÓRDOBA

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 1640 €
ÁREA: 436 CM² - 41%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3932
OTS: 26000
SECCIÓN: TELEVISION

19 Enero, 2023



CON MOTIVO DEL LIBRO 'EN LA SOMBRA'

Movistar emite la entrevista del príncipe Enrique con Tom Bradby

«Me gustaría recuperar a mi padre y a mi hermano», confiesa el duque de Sussex

SERGIO LÓPEZ MARTÍN
MADRID

Quienes estén al tanto de lo que cuenta el príncipe Enrique en sus memorias –redactadas por el escritor y periodista J. R. Moehringer, autor también de las de André Agassi– ya sabrán lo más sustancioso. Pero hay que seguir echando leña y Movistar Plus+ ha decidido emitir una de las entrevistas que el hijo de Carlos III concedió para promocionar el libro. La plataforma de pago la estrenará en exclusiva mañana viernes (22.00 horas).

Se trata de la conversación que el marido de Meghan Markle tuvo con Tom Bradby, periodista experto en la casa real británica, dos días después de la llegada a las librerías de *En la sombra*, por el que el *royal* que quiso dejar de serlo ha recibido 20 millones de euros.

El duque de Sussex habla sin tapujos sobre su desestructurada familia, sobre el papel de la monarquía –«no sé por qué tanta manía si le cuesta menos que una pinta [de cerveza] a cada británico»–, la presión que él y su mujer han sufrido por parte de los medios – «quería proteger a los míos»–, y detalles sobre la muerte de su madre, como la frialdad de su padre al comunicárselo y el recuerdo atormentado de tener que caminar detrás del féretro junto a su hermano ante la mirada de todo el mundo.

AUDIENCIA MILLONARIA // La entrevista, concedida al canal británico ITV, tuvo una gran repercusión internacional, con una audiencia de casi cinco millones de espectadores. Otro bombazo como la que concedió la pareja a Oprah Winfrey en California, donde Meghan vertió acusaciones de racismo por parte de su familia política.



El príncipe Enrique y Tom Bradby, durante la grabación de la entrevista.

La conversación con el experto en la casa real británica fue tras la publicación de sus memorias

«Es extremadamente raro que un miembro de la familia real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el príncipe Enrique es un programa que «todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver», afirma Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV. «La versión de los hechos de Enrique contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma», asegura por su parte Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

«Me gustaría recuperar a mi padre. Me gustaría recuperar a mi hermano», confirma Enrique al periodista Tom Bradby cuando le pregunta sobre qué pasará a partir de ahora. Eso después de cuestionar el lema de la familia real, «nunca te quejes, nunca expliques», diciendo que «es solo un lema».

Los duques de Sussex anunciaron su intención de alejarse de sus roles como miembros de la familia real británica en enero de 2020 y finalmente dejaron de ser miembros de pleno derecho en marzo de ese mismo año. Se instalaron en la soleada California y empezaron a sacarle partido a sus vivencias, además de criticar al acoso de los medios. La entrevista y el lanzamiento del libro, que ha sido un éxito de ventas, es su primer proyecto profesional después del estreno de *Harry & Meghan*, la docuserie producida por Netflix. ≡

Diario de Noticias

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 878 €
ÁREA: 122 CM² - 13%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8415
OTS: 58000
SECCIÓN: MIRARTE

20 Enero, 2023





Ppe. Enrique. *Foto: Movistar+*

Movistar Plus emite esta noche 'Harry, la entrevista'

PAMPLONA – El pasado 8 de enero, el príncipe Enrique de Inglaterra concedió una entrevista al canal británico ITV que causó una gran repercusión internacional. Movistar Plus+ la emite esta noche, en exclusiva, a partir de las 22.00 horas.

En su estreno consiguió una audiencia de casi cinco millones de espectadores y no ha habido medio ni país en los que no haya sido analizada e interpretada.

En la entrevista, el duque de Sussex se sincera con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Habla sobre su familia y la relación que mantiene con su hermano y su padre; sobre la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación, fundamentalmente los británicos; y revela detalles desconocidos hasta ahora de la muerte de su madre y sus sentimientos en aquellos días así como de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. –*NTM*

Diario Noticias de Álava

20 Enero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 544 €
ÁREA: 119 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2253
OTS: 16000
SECCIÓN: MIRARTE





El príncipe Enrique.

Movistar Plus emite esta noche 'Harry, la entrevista'

GASTEIZ – El pasado 8 de enero, el príncipe Enrique de Inglaterra concedió una entrevista al canal británico ITV que causó una gran repercusión internacional. Movistar Plus+, en el Canal #O la emite esta noche, a partir de las 22.00 horas.

En su estreno consiguió una audiencia de casi cinco millones de espectadores y no ha habido medio ni país en los que no haya sido analizada e interpretada.

En la entrevista, el duque de Sussex se sincera con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Habla sobre su familia y la relación que mantiene con su hermano y su padre; sobre la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación, fundamentalmente los británicos; y revela detalles desconocidos hasta ahora de la muerte de su madre y sus sentimientos en aquellos días así como de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. – *NTM*

Noticias de Bizkaia
Deia
20 Enero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 675 €
ÁREA: 105 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6798
OTS: 47000
SECCIÓN: AISIA



Movistar Plus emite esta noche 'Harry, la entrevista'

BILBAO – El pasado 8 de enero, el príncipe Enrique de Inglaterra concedió una entrevista al canal británico ITV que causó una gran repercusión internacional. Movistar Plus+, en el Canal #O la emite esta noche, a partir de las 22.00 horas.

En su estreno consiguió una audiencia de casi cinco millones de espectadores y no ha habido medio ni país en los que no haya sido analizada e interpretada.

En la entrevista, el duque de Sussex se sincera con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Habla sobre su familia y la relación que mantiene con su hermano y su padre; sobre la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación, fundamentalmente los británicos; y revela detalles desconocidos hasta ahora de la muerte de su madre y sus sentimientos en aquellos días así como de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. – ***NTM***



El príncipe Enrique.

Noticias de Gipuzkoa

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 636 €
ÁREA: 94 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3206
OTS: 14000
SECCIÓN: MIRARTE

20 Enero, 2023





El príncipe Enrique.

Movistar Plus emite esta noche 'Harry, la entrevista'

DONOSTIA – El pasado 8 de enero, el príncipe Enrique de Inglaterra concedió una entrevista al canal británico ITV que causó una gran repercusión internacional. Movistar Plus, en el Canal #O la emite esta noche, a partir de las 22.00 horas.

En su estreno consiguió una audiencia de casi cinco millones de espectadores y no ha habido medio ni país en los que no haya sido analizada e interpretada.

En la entrevista, el duque de Sussex se sincera con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Habla sobre su familia y la relación que mantiene con su hermano y su padre; sobre la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación, fundamentalmente los británicos; y revela detalles desconocidos hasta ahora de la muerte de su madre y sus sentimientos en aquellos días, así como de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. – *NTM*

20minutos

PAÍS: España
PÁGINAS: 14
AVE: 5670 €
ÁREA: 153 CM² - 17%

FRECUENCIA: Lunes a viernes
DIFUSIÓN: 59851
OTS: 162000
SECCIÓN: MADRID

20 Enero, 2023



Las confesiones más duras del príncipe Harry sobre su familia



Movistar+ emite hoy la entrevista que el duque de Sussex concedió a una cadena británica el pasado 8 de enero

R. C.
cultura@20minutos.es / @20mCultura

Las memorias del príncipe Harry, *En la sombra,* han provocado un terremoto en la familia real británica y, por ende, en los medios de comunicación de todo el mundo. En ellas, el hermano de Guillermo de Inglaterra, heredero del trono, cuenta con todo detalle su *via crucis* personal, sobre todo desde que conoció a la actriz Meghan Markle, con quien contrajo matrimonio en 2018.

Dos días antes de la publicación del libro, el 8 de enero, el hijo menor del rey Carlos III concedió una extensa entrevista a la cadena ITV. El periodista Tom Bradby, especializado en la casa real británica, logró que Harry se sincerara y relatara varios episodios de su vida –la persecución constante de la prensa a él y su esposa; el fallecimiento de su abuela Isabel II; sus sensaciones sobre la muerte de su progenitora, Lady Diana, etc.–, pero también que explicara cómo es actualmente la relación con su familia.

«En estos momentos, no reconozco ni a mi padre ni a mi hermano, igual que probablemente ellos no me reconocen a mí», aseguró, entre otras cosas, el duque de Sussex, y añadió que ninguno de los dos ha mostrado «ninguna disposición a la reconciliación». Movistar+ emite hoy en exclusiva en España el programa (22.00 h), que tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores en el Reino Unido. ●

Cuándo y dónde
HOY, A LAS 22.00 H, EN MOVISTAR+.

Regió7 MANRESA

PAÍS: España
PÁGINAS: 41
AVE: 232 €
ÁREA: 99 CM² - 11%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 4199
OTS: 20000
SECCIÓN: CULTURAS

20 Enero, 2023



Movistar + emet aquesta nit l'entrevista al príncep Harry d'Anglaterra

▶ La plataforma emet la conversa que el fill petit de Carles i Diana va mantenir el 10 de gener amb Tom Bradby

DDG. GIRONA

■ Dimarts 10 de gener el món es va aturar per la publicació de les polèmiques memòries del príncep Harry. Només dos dies abans el duc de Sussex es va sincerar amb Tom Bradby, periodista expert a la Casa Reial britànica, en una entrevista que es podrà veure a Movistar Plus+ aquesta nit a les 22 h. El príncep Harry parla sense embuts sobre la seva família i la monarquia, la pressió que ell i la seva dona, Meghan Markle, han patit per part dels mitjans de comunicació i també aborda la mort de la seva mare. L'entrevista, emesa per la cadena britànica ITV, va tenir una gran repercussió internacional, arribant als 5 milions d'espectadors.



El príncep Harry MOVISTAR + /ITV

Diari de Girona

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 311 €
ÁREA: 123 CM² - 11%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3718
OTS: 28000
SECCIÓN: CULTURA

20 Enero, 2023



Movistar + emet aquesta nit l'entrevista al príncep Harry d'Anglaterra

▶ La plataforma emet la conversa que el fill petit de Carles i Diana va mantenir el 10 de gener amb Tom Bradby

DDG. MADRID

■ Dimarts 10 de gener el món es va aturar per la publicació de les polèmiques memòries del príncep Harry. Només dos dies abans el duc de Sussex es va sincerar amb Tom Bradby, periodista expert a la Casa Reial britànica, en una entrevista que es podrà veure a Movistar Plus+ aquesta nit a les 22 h. El príncep Harry parla sense embuts sobre la seva família i la monarquia, la pressió que ell i la seva dona, Meghan Markle, han patit per part dels mitjans de comunicació i també aborda la mort de la seva mare. L'entrevista, emesa per la cadena britànica ITV, va tenir una gran repercussió internacional, arribant als 5 milions d'espectadors.



El príncep Harry. MOVISTAR + /ITV

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 46-47
AVE: 3290 €
ÁREA: 157 CM² - 28%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 50929
OTS: 349000
SECCIÓN: ALTA DEFINICION

20 Enero, 2023



«HARRY: LA ENTREVISTA» 22.00 **MOVISTAR+**

Una charla con el príncipe Enrique



El príncipe Enrique y Tom Bradby.

A raíz de la publicación de sus polémicas memorias, el príncipe Enrique participó en diversas entrevistas para promocionar su obra. Una de ellas fue la charla en profundidad concedida al periodista Tom Bradby y emitida en la cadena británica ITV, que hoy estrena Movistar. En ella habla de la familia real británica y de la relación con su hermano.

TRUTH BE TOLD APPLE TV+

Poppy busca a varias chicas desaparecidas



Octavia Spencer encarna a Poppy. APPLE TV+

En la tercera temporada Poppy (Octavia Spencer), frustrada por la escasa atención que prestan los medios a la desaparición de varias chicas negras, hace todo lo posible por mantener sus nombres en el ojo público. Mientras, la búsqueda la conduce a una red de tráfico sexual que podría estar implicada.

PRENSA IBÉRICA

elPeriódico

Ya hay fecha

Movistar Plus+ estrenará en exclusiva la entrevista del Príncipe Harry con Tom Bradby

El duque de Sussex hablará de la Familia Real, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II



Imagen de la entrevista del Principe Harry con Tom Bradby /

MOVISTAR PLUS+

Sergio López Martín 16 de enero del 2023

Movistar Plus+ se hace con la entrevista de la que todo el mundo está hablando. La plataforma de pago ha anunciado este martes que estrenará en exclusiva el próximo 20 de enero, a las 22:00 horas, la conversación que el Principe Harry tuvo con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, dos días después de la salida de sus memorias.

En sus declaraciones, el duque de Sussex habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver", afirma Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV.

"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma", asegura Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

Como hemos mencionado, dicha entrevista tuvo lugar después del lanzamiento del libro de memorias del Principe Harry, su primer proyecto profesional después del estreno de 'Harry & Meghan', la docuserie producida por Netflix, en la que han dejado importantes revelaciones de su vida como duques de Sussex.

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

---

elEconomista.es

INFORMALIA

ACTUALIDAD TELEVISIÓN CASAS REALES ESTILO DE VIDA MODA BELLEZA JUEGOS

El 'Deluxe' del príncipe Harry se verá en España: Movistar Plus+ emite la entrevista que paralizó Reino Unido

David Saiz 16/01/2023



Movistar Plus+ ha comprado los derechos de emisión de la entrevista que el príncipe Harry concedió hace unos días al canal británico ITV, una charla en la que volvió a arremeter contra su familia. Lo hizo en medio de un tour mediático para promocionar el libro que acaba de lanzar al mercado y que ha supuesto un nuevo terremoto en Reino Unido.

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Esa entrevista se podrá ver en España a través de Movistar Plus+. La plataforma emitirá el programa este viernes, 20 de enero, a las 22.00 en #0 -competirá con el Deluxe, que vuelve a los viernes de Telecinco- y también quedará disponible en el servicio bajo demanda.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución", reconoce Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV. "La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma", apunta Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

TODA LA VERDAD

La entrevista del príncipe Harry de la que todo el mundo habla, estreno en España

La entrevista concedida por el príncipe Harry tras haber publicado sus memorias, en la que habla de su familia, así como de su vida en la Casa Real, se estrena en Movistar Plus+ el próximo 20 de enero.



"Harry: la entrevista" - Movistar Plus+

Carla C. 19/01/2023

Llega el 20 de enero a Movistar Plus+ y la expectación es máxima. La entrevista concedida por el príncipe Harry al periodista Tom Bradby, experto en la Casa Real británica, apenas dos días antes de que se estrenaran sus memorias, ya tiene fecha de estreno en nuestro país.

"Harry: la entrevista" aterriza en Movistar Plus+ solo unos días después de que se haya emitido en la cadena británica ITV, convertida en el último golpe de efecto de Harry y Meghan, después de la publicación de las memorias del hijo del actual Rey de Reino Unido y de que viera la luz el esperado documental protagonizado por la pareja.

En la entrevista, tal y como ya se ha revelado, Harry habla sin tapujos de la Familia Real, de la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. Una serie de temas que también toca en su biografía.

Y es que "Harry: la entrevista" supone la traca final de Harry. En ella, el príncipe se sincera como nunca de todos los temas que lo han tenido en la palestra en los últimos años. Su relación con su familia y el papel que la monarquía ha jugado en su vida será uno de los temas que tenga mayor protagonismo en la emisión.



"Harry: la entrevista" - Movistar Plus+

Pero no será el único. Harry también revelará la presión que tanto su mujer, Meghan Markle, como él, han sufrido por parte de los medios de comunicación. Un tema que habría sido el causante de que ambos tomasen la decisión de dejar atrás el Palacio de Buckingham, así como su vida en Londres.

Y es que la decisión de Harry y Meghan fue todo un golpe de efecto para la sociedad nacional e internacional, así como para la Familia Real británica, a la que se señaló como culpable de la desbandada de la pareja. Un punto de inflexión que habría llegado con el nacimiento de su primer hijo y con lo que habría supuesto para ellos.

Siempre en el ojo del huracán, la llegada de Meghan Markle a la vida de Harry fue un huracán. La actriz rápidamente causó sensación entre el público, erigida en icono, así como en uno de los personajes más admirados en torno a la monarquía, robándole protagonismo a la mismísima Kate Middleton, ahora princesa de Gales.

Tras una boda que la convirtió aún más en protagonista de la actualidad, tanto por su elegancia y estilo, como por su naturalidad, y el evidente amor que demostraba Harry por ella, así como por sus controvertidas relaciones familiares, las supuestas desavenencias entre Meghan y Kate pusieron en entredicho su papel.

De las declaraciones de Harry se desprende incluso el miedo que podría haber llegado a sentir por su mujer, así como que su decisión de dejar atrás a su familia habría tenido que ver con evitar a Meghan Markle un destino similar al de su madre.

Es Diana, su madre, precisamente, otro de los temas más candentes de la entrevista. Harry también habla de ella con Tom Bradby, al que llegará a confesar detalles de su muerte que aún continúan siendo un secreto.



La entrevista

Concedida al canal británico ITV, la entrevista de Harry ha tenido un gran impacto a nivel internacional, tanto por los temas que trata como por sus reveladoras declaraciones, logrando unos datos increíbles, al igual que sucedió con el documental de la pareja.

En su estreno, "Harry: la entrevista" logró congregar a casi cinco millones de espectadores, siendo además de tal interés que han sido muchos los medios de comunicación que han analizado las declaraciones de Harry.

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución", aseguraba Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV. Jermey además ha revelado que "Harry: la entrevista" será "un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía

deberían querer ver", adelantando que el contenido no dejará a nadie indiferente.

Por su parte, Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions, reconoce que "la versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca habíamos escuchado, como verán los espectadores". Incluso Rumsey anticipaba, antes de la emisión, que las declaraciones de Harry respondían a "una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma".



Unas declaraciones que han añadido aún más expectación si cabe al ya de por sí interés que despierta una entrevista inédita, en lo que se refiere a las concedidas para un miembro de la Casa Real británica, y que estará disponible en Movistar Plus+ a partir del 20 de enero.

Cabe resaltar que, el aspecto y la cercanía mostradas por Harry, recuerdan a los pasos dados por su madre en los medios de comunicación, ante los que se mostró muy reveladora cuando ya no formaba parte de la realeza británica.

Críticas a Harry y Meghan

La emisión de esta entrevista supone una nueva revelación de Harry, así como de todo aquello que podría haberlo llevado a romper con la Casa Real británica y con su familia. Pero son muchos los que achacan motivos meramente económicos.

Las jugosas cifras que Harry y Meghan se habrían embolsado por todas las publicaciones que han ido haciendo en los últimos meses les valdrían unos jugosos ingresos con los que mantener su nivel de vida.



De hecho, tras ver la luz el documental protagonizado por la pareja en Netflix, ambos quisieron salir al paso de las críticas, a través de un comunicado enviado por su secretaria de prensa, Ashley Hanser, a "The New York Times".

"Ellos han elegido compartir su historia, según sus propios términos y, sin embargo, los medios de comunicación sensacionalistas han creado una narrativa completamente falsa que impregna la cobertura de prensa y la opinión pública. Los hechos están ahí, delante de sus narices", sentenció Hanser.

"Harry: la entrevista" llega a España a través de Movistar Plus+ el viernes 20 de enero. Se emitirá en #0 a partir de las 22:00 horas y luego estará disponible bajo demanda.

verTele!

ESTRENO EN EXCLUSIVA EN ESPAÑA

Movistar Plus+ emitirá en España 'Harry: la entrevista' y anuncia su fecha de emisión

La plataforma de streaming estrenará en exclusiva en España la polémica entrevista del príncipe Harry con el periodista Tom Bradby en la cadena británica ITV, donde este habla de asuntos de su familia y de la monarquía



Redacción verTele 17 de enero de 2023

Movistar Plus+ emitirá en España Harry: la entrevista, donde el duque de Sussex se sincera con el periodista Tom Bradby en la cadena británica ITV. Un polémico cara a cara que tuvo lugar dos días antes de la publicación de sus memorias, En la sombra.

La plataforma española ofrecerá la entrevista en exclusiva en nuestro país el viernes 20 de enero a las 22:00 horas, en un principio a través de su canal #0 para luego ponerla a disposición bajo demanda.

En esta controvertida entrevista, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y revela también detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Su entrevista con el canal británico ha tenido gran repercusión internacional, y en su estreno llegó a acumular hasta cinco millones de espectadores. Además, debido a la importancia del evento, esta ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.



El príncipe Harry en la entrevista con la cadena británica ITV

Opiniones sobre la entrevista

Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV afirma que "es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución".

Mientras, que asegura que "la entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver".

Por su lado, Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions muestra su opinión sobre lo relatado por el protagonista de la Familia Real:"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma."

TV & ENTRETENIMIENTO

[Noticias] La polémica entrevista al príncipe Harry se podrá ver en España en exclusiva en Movistar Plus+

Raúl Amores 20 Enero, 2023



A raíz de la publicación de sus memorias, el príncipe Harry se sincera como nunca antes en esta entrevista en profundidad concedida al periodista Tom Bradby

Parece que últimamente, aunque siempre ha pasado solo que ahora se han juntado varias, **las «tiraeras» están de moda**. Que si Shakira poniendo a caldo a Piqué, que si Miley Cirus poniendo verde a su ex… Y la más brutal, sin canción de por medio y tras un documental en Netflix, **la del príncipe Harry en una entrevista en la que pone verde a su familia y que ahora llega a Movistar**.

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista donde se quedó bien a gustito (que diría Ortega Cano).

'Harry la entrevista' se estrena el viernes 20 de enero de 2023 a las 22:00 horas en Movistar Plus+.

La polémica entrevista a Harry

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su **familia** y la **monarquía**, la **presión** que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los **medios de comunicación** y también **revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre**.



Vídeo promocional de 'Harry la entrevista'

Esta entrevista a Harry concedida al canal británico ITV ha tenido una **gran repercusión internacional**: en su estreno tuvo **una audiencia de casi cinco millones de espectadores** y ha sido **analizada al detalle** por los medios de comunicación internacionales.

Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver.

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV

Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions: *«La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma.»*

PROGRAMACIÓN

Movistar Plus+ estrena en exclusiva la entrevista al Príncipe Harry

19 de enero de 2023



La entrevista de la que todo el mundo habla llega a España el próximo viernes 20 de enero a través de Movistar Plus+

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero a las 22:00h.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV:

“Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución”.

“La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver”.

Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions:

“La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma.”

La entrevista completa, el viernes 20 de enero en #0 por Movistar Plus+ (dial 7) a las 22:00h y disponible en el servicio bajo demanda.

ESTE VIERNES 20 DE ENERO (22:00H), EN #0 (DIAL 7)

Movistar Plus+ emite la entrevista más esperada al Príncipe Harry

EL DUQUE DE SUSSEX HABLA SIN TAPUJOS SOBRE SU FAMILIA Y LA MONARQUÍA

por redacción prnoticias — 19/01/2023 en **Televisión**



Compartir en Facebook Compartir en Twitter

Movistar Plus+ emite en exclusiva la entrevista al Príncipe Harry tras la publicación de sus memorias.

El Príncipe Harry se ha convertido en uno de los protagonistas de las últimas semanas a nivel internacional. Su controvertida relación con la familia real británica genera interés en todos los rincones del mundo, especialmente después de que sus memorias hayan salido a la venta en un centenar de países.

Dos días después de la publicación de su libro, el duque de Sussex concedió una entrevista al periodista Tom Brady, experto en la monarquía británica. Una entrevista que se podrá ver en España a través de Movistar Plus+ este viernes 20 de enero a las 22:00h.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

La entrevista, que se emitió en directo en ITV, cosechó una audiencia de casi cinco millones de espectadores en su estreno."Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución", señaló Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV.

Asimismo, asegura que "la entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver". Para Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions, "la versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma".

Seguiremos Informando...

CINEMAGAVIA
cine, series y teatro

"Harry: la entrevista" llega el 20 de enero a Movistar Plus+

Por Cinemagavia -17 enero, 2023



Harry: la entrevista, estreno en exclusiva en Movistar Plus+. La entrevista de la que todo el mundo habla llega a España el próximo viernes 20 de enero a través de Movistar Plus+. A raíz de la publicación de sus memorias, el príncipe Harry se sincera como nunca antes en esta entrevista en profundidad concedida al periodista Tom Bradby y emitida recientemente en la cadena británica ITV. En esta entrevista habla de la Familia Real, de la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II.

'Harry: la entrevista' llega a Movistar plus+

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero a las 22:00h.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.



Declaraciones

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV:

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución".

"La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver".

Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions:

"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma."

Harry habla de la "culpa" que sintió después de la muerte de Diana



La entrevista completa, el viernes 20 de enero en #0 por Movistar Plus+ (dial 7) a las 22:00h y disponible en el servicio bajo demanda.

Fuente Departamento de Comunicación de Movistar Plus+

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Movistar Plus+ adquiere la entrevista del príncipe Harry para España

Por Redacción AV451 -16 enero, 2023

Movistar Plus+ ha adquirido los derechos de emisión de la entrevista que el príncipe Harry ha ofrecido al canal británico ITV con motivo de la publicación de sus memorias.

ITV Studios distribuye el programa-evento a nivel internacional y el servicio de televisión de pago de Telefónica se encuentra en los casi 80 compradores de todo el mundo que han adquirido la entrevista. TF1, RTL o Globo son otros de los broadcasters compradores.



Movistar Plus+ emitirá la entrevista el viernes 20 de enero a las 22.00 horas, diez días después de que todas las miradas se posaran en el príncipe tras el lanzamiento de su autobiografía escrita. Posteriormente, estará disponible bajo demanda.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre. Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, es el encargado de liderar la charla.

La entrevista ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

El Confidencial

EMISIÓN

Cuándo y dónde ver la mediática entrevista a Harry, por sus memorias, en España

Llega a nuestro país la charla que paralizó a 5 millones de británicos



Fotograma de la entrevista a Harry. (Movistar Plus)

Por **B. M.** 16/01/2023 - 13:56

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes, el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+.

5 millones de espectadores en Reino Unido

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre. Este documento audiovisual podrá verse el viernes 20 de enero a las 22:00 horas en el dial 7.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales. En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV: "Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución".



Fotograma de la entrevista. (Movistar Plus)

"La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver", añade. Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions declara que "la versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma."

La entrevista completa también estará disponible bajo demanda para todos los suscriptores de la plataforma de entretenimiento en el hogar.

El príncipe Harry y su entrevista más polémica en la televisión británica se estrena en España

Este viernes se emite en Movistar Plus+ el encuentro que el hijo menor del rey Carlos III mantuvo con el periodista Tom Bradby



19 DE ENERO DE 2023 - POR ANDREA TORRECILLA

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica. Una entrevista que concedía para la cadena ITV y que acaparó todas las miradas en Reino Unido y buena pate del mundo. El duque de Sussex se enfrentaba a las preguntas del periodista sobre su vida y la relación con la Familia Real británica para un programa especial que se grabó cinco días antes de la Navidad en California (EE.UU.), donde reside con su mujer y sus hijos. Ahora, la polémica entrevista de la que todo el mundo habla, llega a nuestro país. Harry: la entrevista, se estrenará en exclusiva en Moviestar Plus+ el viernes 20 de enero en el canal # 0 a las 22:00 horas.



A raíz de la publicación de sus memorias, el príncipe Harry se sincera como nunca antes sobre su relación actual con su hermano y su padre e incluso habla de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II. En sus declaraciones da su opinión sobre su familia y la monarquía y sobre todo la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

El día de su estreno tuvo una gran repercusión internacional: obtuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales. Habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y revela también detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Durante su conversación de más de una hora de duración con el presentador de televisión, el hijo menor de Carlos III realiza impactantes declaraciones que abren aún más si cabe la brecha con los Windsor después de su polémico documental en Netflix.





Comienza explicando la razón que le ha llevado a publicar sus memorias con tan solo 38 años "sentí que era un buen momento para poder contar yo mismo mi propia historia y me siento muy agradecido por ello". Por su parte el director de Noticias y Actualidad de ITV, Michael Jermey confesó: "La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma." Ahora, la plataforma española ofrecerá la entrevista en exclusiva en nuestro país el viernes 20 de enero a las 22:00 horas.

Movistar+ estrena en exclusiva en España la entrevista del príncipe Harry con Tom Bradby

La entrevista, emitida originalmente en el canal británico ITV, llegará a #0.

20 MINUTOS 16.01.2023



La casa real británica es la monarquía que más interés suscita a nivel mundial. Por este motivo, las memorias del príncipe Harry han logrado un récord de ventas y, del mismo modo, las declaraciones del duque de Sussex captan una gran atención. Por ello, una de sus últimas entrevistas también llegará a España gracias a Movistar+.

Tal y como pasó con la entrevista de Harry y Meghan Markle con Oprah Winfrey, que dieron en marzo de 2021 y aquí se pudo ver gracias a Atresmedia, de nuevo se va a estrenar otra de sus entrevistas centradas en En la sombra, título en español de la biografía del hijo menor de Lady Di y Carlos III.

Sin pelos en la lengua, como en su libro, el príncipe se sentó junto al periodista Tom Bradby para conceder una de sus entrevistas más sinceras en la cadena británica ITV. En ella, habló del príncipe Guillermo, de la presión que se sentía al ser el hermano menor, de su mujer, de los medios de comunicación y otros detalles sobre su fallecida madre y la familia real.

"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma", declaró Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions.

Esta entrevista llegará a Movistar+ en exclusiva: se emitirá en #0 el próximo viernes 20 de enero y también estará disponible en su servicio bajo demanda.

‘Harry: la entrevista’ se podrá ver en Movistar Plus+ este mes de enero

Por **Pablo Juan Nieto Castillo**

16 enero, 2023

Noticias



El martes 10 de enero el mundo se paró por **la publicación de las memorias del príncipe Harry.** Tan solo dos días antes, el **duque de Sussex** se sinceró con **Tom Bradby**, periodista experto en la Casa Real británica, en ***Harry: la entrevista***, que **se podrá ver en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero** a las 22:00h.

En sus declaraciones, **el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía**, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: **en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores** y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

En palabras de **Michael Jermey**, Director de Noticias y Actualidad de ITV: *«Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución. La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver».*

Ian Rumsey, Director general y Productor ejecutivo de ITN Productions, dice: *«La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma».*

¿Cuándo y dónde podremos ver *Harry: la entrevista* en España?

Harry: la entrevista se emitirá el viernes 20 de enero en #0 por Movistar Plus+ (dial 7) a las 22:00 horas y estará disponible en el servicio bajo demanda.



TV-COMUNICACIÓN

La entrevista más esperada del príncipe Harry ve la luz en enero: ¿Cuándo y dónde verla?

Esta entrevista ya ha sido emitida por la cadena británica ITV pero en España estará disponible este viernes 20 de enero



El príncipe Harry junto al periodista Tom Bradby / M. G.

M. H. 16 Enero, 2023

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas memorias del príncipe Harry. Tan solo dos días antes el duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby, periodista experto en la Casa Real británica, en una entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero a las 22:00h.

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre. También se sincero sobre la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una gran repercusión internacional: en su estreno tuvo una audiencia de casi cinco millones de espectadores y ha sido analizada al detalle por los medios de comunicación internacionales.

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV:

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución".

"La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver".

Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions:

"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma."

La entrevista completa, el viernes 20 de enero en #0 por Movistar Plus+ a las 22:00h y disponible en el servicio bajo demanda.

DIARIO DE SEVILLA, DIARIO DE JEREZ, DIARIO DE CÁDIZ, GRANADA HOY, MÁLAGA HOY, EL DÍA DE CÓRDOBA, HUELVA INFORMACIÓN, DIARIO DE ALMERÍA, EUROPA SUR

---

esdiario
Información para Decidir



El príncipe Harry lo cuenta todo en Movistar+

La plataforma de streaming estrena en exclusiva en España, este viernes 20, la entrevista que ha concedido a Tom Bradby, en la que se sincera como nunca antes lo habíamos visto.

---

17 enero 2023 11:00 | Patricia Hidalgo Tvcine

Una noche de noviembre de 1995, con los pasillos del Palacio de Buckingham revolucionados, millones de personas se congregaron en torno a la televisión para presenciar lo que se acabó denominando "la entrevista de la venganza". Aquel 20 de noviembre, y ante 23 millones de espectadores, Lady Di reconocía que su matrimonio estaba formado por tres personas, reconociendo de esta forma la relación entre el príncipe Carlos de Inglaterra y Camila Parker Bowles.

27 años después de aquella entrevista en el programa Panorama de la BBC, los pasillos de la residencia de la Familia Real británica vuelven a estar revolucionados. El motivo se llama Harry y desde que viese la luz el documental de Netflix Harry&Meghan, no ha parado de darles disgustos. La última ha sido la entrevista que, apenas dos días antes de que se publicaran sus polémicas memorias, ha concedido al periodista Tom Bradby.

Los británicos ya han podido conocer lo que el duque de Sussex ha contado, ya que ha sido emitida recientemente en la cadena ITV. En España, estamos a punto. Porque Movistar+ estrena este viernes 20 en exclusiva Harry: la entrevista en la que el hermano del príncipe de Gales se sincera como nunca, hablando de la Familia Real, de la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II.



Un Harry como nunca antes lo habíamos visto

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los medios de comunicación y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre. Revelaciones que han conseguido que el día de su estreno internacional, la cadena británica ITV alcanzará los cinco millones de espectadores.

Al respecto de la expectación que ha levantado, Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions, lo justifica asegurando que "la versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma". Ya queda menos para comprobarlo in situ en nuestro país.

‘Harry: la entrevista’, estreno en exclusiva en Movistar Plus+



- **La entrevista de la que todo el mundo habla llega a España el próximo viernes 20 de enero a través de Movistar Plus+.**
- **A raíz de la publicación de sus memorias, el príncipe Harry se sincera como nunca antes en esta entrevista en profundidad concedida al periodista Tom Bradby y emitida recientemente en la cadena británica ITV.**
- **En esta entrevista habla de la Familia Real, de la relación actual con su hermano y su padre, de la persecución de la prensa o de lo que sintió el día que murió su abuela, la reina Isabel II.**

El martes 10 de enero el mundo se paró por la publicación de las polémicas **memorias del príncipe Harry**. Tan solo dos días antes el **duque de Sussex se sinceró con Tom Bradby**, periodista experto en la Casa Real británica, en una **entrevista que se podrá ver en exclusiva en España en Movistar Plus+ el viernes 20 de enero a las 22:00h.**

En sus declaraciones, el príncipe Harry habla sin tapujos sobre su **familia** y la **monarquía**, la **presión** que él y su mujer, Meghan Markle, han sufrido por parte de los **medios de comunicación** y también **revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre**.

Esta entrevista concedida al canal británico ITV ha tenido una **gran repercusión internacional**: en su estreno tuvo **una audiencia de casi cinco millones de espectadores** y ha sido **analizada al detalle** por los medios de comunicación internacionales.

En palabras de Michael Jermey, director de Noticias y Actualidad de ITV:

"Es extremadamente raro que un miembro de la Familia Real hable tan abiertamente sobre su experiencia en el corazón de la institución".

"La entrevista de Tom Bradby con el Príncipe Harry será un programa que todos los que tengan una opinión informada sobre la monarquía deberían querer ver".

Ian Rumsey, director general y productor ejecutivo de ITN Productions:

"La versión de los hechos de Harry contiene muchos elementos que nunca antes habíamos escuchado, como verán los espectadores. Es una perspectiva cruda e íntima de sus relaciones con las personas más cercanas a él y de los momentos que le han dado forma."

La entrevista completa, el viernes 20 de enero en #0 por Movistar Plus+ (dial 7) a las 22:00h y disponible en el servicio bajo demanda.

SEGRE.com
Viernes, 20 de Enero de 2023

Cero emite la entrevista a Harry

SEGRE 20/01/2023 a las 05:03



El 5 de enero, el príncipe Harry se sinceró con el periodista Tom Bradby, en una entrevista que emite hoy en exclusiva el canal Cero (#0) de Movistar. El duque de Sussex habla de su familia y la monarquía, la presión que él y su mujer, Meghan Markle, sufrieron en Inglaterra y también revela detalles hasta ahora desconocidos de la muerte de su madre.

‘Happy Valley’, una vall feliç plena de gent problemàtica

La sèrie de la BBC, disponible a Movistar Plus+, arriba a la seva tercera i definitiva temporada amb l'agent de policia protagonista a punt de jubilar-se



Júlia Costa / @liujatasco

Recordo com em van impressionar els primers capítols de la primera temporada de la sèrie Happy Valley. Després, com sol passar, malgrat les moltes qualitats que tenia, em va semblar que hi convergien un excés de casualitats i que les desgràcies que s’acumulaven damunt de l’admirable policia castigada per la vida ja passaven de voltes. Ara, quan m’he tornat a mirar la segona tanda, m’ha agradat més. El perill d’aquest tipus d’històries és que costa deixar-les.

La creadora i guionista de la sèrie és Sally Wainwright i, com en moltes narracions mítiques, compta amb una protagonista excepcional, l’actriu Sarah Lancashire, en un paper que potser serà el de la seva vida. L’envolten un munt d’actors i actrius d’aquests en els quals Gran Bretanya excel·leix. El més conegut, al menys per a mi, és James Norton, l’antagonista, un home complex, imprevisible, que s’escapa de totes i en fa de tots colors i que, això sí, compta amb un atractiu innegable. Tan sol l’havia vist en alguna ocasió, fent de l’amable mossèn protestant de Grantchester, una sèrie agradable però una mica fluixeta, també policíaca, però més convencional, tot i que amb algunes virtuts remarcables.



La sèrie ha obtingut molts premis, no és estrany. La protagonista no té la intenció d'allargar el tema més enllà d'aquesta tercera temporada, santa decisió. Quan les coses s'allarguen massa, i ja va passar una mica amb Borgen, van de baixa de forma inevitable. De tota manera també semblava que s'hagués deixat de banda endegar aquesta tercera temporada i aquí la tenim, amb estrena setmanal.

Els personatges de Happy Valley són humans, contradictoris, incoherents, tot i que, amb totes les seves geniades i errades, la polícia protagonista és sempre una persona bona i honesta. El dolent de la sèrie tampoc no és un dolent absolut, té els seus moments humans i és evident que va tenir una infantesa horrible i que alguna cosa no li rutlla com caldria. De fet, el capteniment dels vulgarment anomenats dolents aquí no se'ns explica mai de forma simplista ni maiquea.

Pels que pensen, que Barcelona és un desastre, contemplar aquesta bonica ciutat anglesa i comprovar com per allà hi campen màfies, droga, maltractadors i de tot una mica, en certa manera, ens conforma. Possiblement, i, de fet, espero que sigui així, amb aquesta tercera temporada abandonarem la sèrie i la polícia, ja jubilada, se'n podrà anar de viatge, l'actriu ja treballa en una altra producció. Però, ai, com quan acabes un llibre que t'agrada, em temo que quan s'acabi el sisè capítol de la tercera temporada em quedarè una mica enyorada.

GRUPOJOLY

LA CIUDAD Y LOS DÍAS



CARLOS COLÓN
ccolon@grupojoly.com

Zimmer: crear para iluminar la vida

El compositor Hans Zimmer creó un personaje necesitado de la luz de la música y del cine para el que compone

17 Enero, 2023 - 01:46h

El próximo pase en Movistar Plus del documental Hans Zimmer, la banda sonora de Hollywood será el próximo viernes 20 a las 18.40. Lo recomiendo por muchas razones. Una es la excelente realización de Francis Hanly, a quien se deben -además de los que ha dedicado a arquitectura y totalitarismo: Franco Building y Ben Building: Mussolini, Monuments and Modernism- los excelentes documentales musicales How Music Works, Magical Mistery Tour Revisited y el imprescindible Produced by George Martin. Otra razón es la intervención de algunos de los más importantes directores con los que Zimmer ha trabajado, sobre todo Levinson, McQueen, Howard, Villeneuve y Nolan. Malick, para quien hizo uno de sus mejores trabajos de composición y diseño de sonido en La delgada línea roja, no aparece dada su conocida aversión a las entrevistas, pero Zimmer lo suple porque otra razón para ver este documental son sus intervenciones como guía de su vida y su obra desde sus inicios musicales en Inglaterra como teclista de grupos de tercera que recorrían las peores salas del país empobrecido y en convulsión social de la era Tatcher a su encuentro con Stanley Myers, su mentor en música de cine, sus primeros trabajos con Skolimowski (Trabajos clandestinos) y Frears (Mi hermosa lavandería), su salto a Hollywood cuando Barry Levinson lo impuso, contra la opinión de la productora, como compositor de Rain Man y su consagración con El rey León y Marea roja hasta el imperio de su empresa de producción musical -única en la historia del cine por funcionar como los antiguos departamentos musicales de los estudios- Remote Control Studios en la que trabajan una cincuentena de compositores.

Pero hay otra razón más importante por la que recomiendo este documental. Marcado por sus giras en la Inglaterra empobrecida creó un personaje que siempre tiene presente cuando compone: una mujer de mediana edad

prematuramente ajada que saca adelante sola a dos hijos petardos desmoralizados por la falta de oportunidades, llega cansada al sábado tras una semana de trabajo ingrato y mal retribuido, y va al cine. "Siempre la tengo presente -dice-, intentando ofrecerle algo que aporte luz a su vida". Importante. Emocionante. Muy La rosa púrpura de El Cairo. Muy Cesare Pavese: "la literatura es una defensa contra las ofensas de la vida". Esta es, para mí, la primera misión de la creación.

DIARIO DE SEVILLA, DIARIO DE JEREZ, DIARIO DE CÁDIZ, GRANADA HOY, MÁLAGA HOY, EL DÍA DE CÓRDOBA, HUELVA INFORMACIÓN, DIARIO DE ALMERÍA, EUROPA SUR

Top Cultural

‘The Blacklist’ celebra su décimo aniversario en Movistar Plus+ con el estreno de su Temporada 10 en febrero

Enero 19, 2023 **Redacción**



Vuelve The Blacklist, la serie protagonizada por el ganador de tres premios Emmy James Spader, con su décima temporada. Los nuevos episodios arrancan con Reddington en el punto de mira: los que en su día fueron los mayores aliados de su imperio criminal ahora saben que colaboró con el FBI para capturarlos y lo quieren muerto.

Esta temporada se incorpora la actriz Anya Banerjee (Auckward Love) en el papel de Siya Malik, hija de Meera Malik, la agente de la CIA que apareció en la primera temporada y fue asesinada. Siya llega al equipo de fuerzas especiales de Harold en busca de respuestas sobre el asesinato de su madre. Continúan James Spader (Boston Legal, El abogado), Diego Klattenhoff (Homeland) y Laila Robins (The Boys, Mr. Mercedes).

The Blacklist está creada por Jon Bokenkamp (The Call, Seduciendo a un extraño) y producida por John Eisendrath (Alias) y John Davis (Depredador, Yo, Robot, Chronicle).

Sinopsis Temporada 10

Después de descubrir quién estuvo detrás del asesinato de Elizabeth y encargarse de que una traición así no vuelva a repetirse, Reddington por fin puede disfrutar de un tiempo de paz hasta que Wujing, uno de los primeros y más escurridizos criminales que ayudó a

capturar, conoce la verdad y se propone dar con él para liquidarlo. Y no lo hará solo: Wujing cuenta con una nueva lista negra de criminales que estarán encantados de colaborar con él para acabar con el hombre que los metió entre rejas. ¿Podrá mantener de su lado al equipo del FBI liderado por Harold para protegerlo de quienes ahora lo quieren muerto? ¿Será la hora de que Raymond Reddington se quede sin aliados y empiece a pagar las consecuencias de su doble vida?

adsl zone

Operadores

Estas son las 23 películas que se verán desde hoy en el nuevo canal especial de Movistar

Daniel Caballero | Publicado el 19 de enero, 2023 · 20:03



Hace apenas unos días ya os avisábamos de que todos los clientes de Movistar Plus+ tendrían un nuevo canal exclusivo de uno de los mejores directores de cine, o al menos así piensa una gran mayoría de usuarios que han visto sus películas. Pues bien, desde hoy mismo podrás ver estas 23 películas en su canal Pop Up.

Este canal Pop Up sustituye directamente al canal Vacaciones por M+ que comenzó a emitir casi 100 películas en Movistar Plus+ desde el 22 de diciembre hasta el 8 de enero. Ahora bien, esta nueva opción no estará disponible para siempre, ya que, como todo canal temporal de la operadora, hay una fecha límite para que puedas disfrutar de todos sus contenidos.

Llega 'Universo Tarantino'

El nuevo canal Pop Up de Movistar se llama 'Universo Tarantino por M+'. Además, está disponible para todos los clientes con la televisión de la operadora desde hoy, jueves 19 de enero, hasta el domingo 12 de febrero. Por lo que podemos disfrutar de este nuevo canal casi un mes.

Esta nueva opción que aterriza desde hoy en la televisión de Movistar es un canal basado en el libro 'Meditaciones de cine'. Es decir, el libro de Quentin Tarantino que estará disponible el 26 de enero en librerías. Además, es importante resaltar que este

canal es posible gracias a la en colaboración con Reservoir Books, sello de Penguin Random House. No obstante, también podremos disfrutar de un buen catálogo de películas en el servicio bajo demanda de la plataforma de la compañía telefónica.



Para poder acceder a este canal Pop Up nos tendremos que dirigir al dial 13 y también podemos acceder a su contenido en la opción de vídeo bajo demanda de la plataforma de Movistar Plus+. Dentro de esta nueva opción que se estrena en la TV de la operadora podremos ver cada uno de los títulos audiovisuales que se incluyen en el libro de Tarantino, los cuales han influido en el mundo del cine.

Las 23 películas que se emitirán

Por tanto, teniendo en cuenta los títulos que se recogen en el libro del director de cine, tanto de su propia filmografía, como aquellas películas en las que ha tenido participación como realizador, estas son las 23 películas que podremos ver en 'Universo Tarantino por M+': 'Bullitt' (1968); 'Defensa' (1972); 'The Getaway (La huida)' (1972); 'Una señorita rebelde' (1974); 'Hermanas' (1973); 'Taxi Driver' (1976); 'La cocina del infierno' (1978); 'Fuga de Alcatraz' (1979) y 'La casa de los horrores' (1981). En este caso, estas películas cuentan con un capítulo propio en el libro.

Y de la filmografía de Tarantino nos encontramos con 'Reservoir Dogs' (1992); 'Pulp Fiction' (1994); 'Four Rooms' (1995); 'Sin City (Ciudad del pecado)' (2005) y 'Django desencadenado' (2012). Además de que tampoco faltaran aquellos títulos que han marcado un antes y un después en la carrera del conocido director de cine: 'La fiera de mi niña' (1938); 'Centauros del desierto' (1956); 'Bonnie y Clyde' (1967); 'A quemarropa' (1967); 'Grupo salvaje' (1969); 'Easy Rider (En busca de mi destino)' (1969); 'American Graffiti' (1973); 'Carrie' (1976) y 'La última película' (1971). Por lo tanto, todas estas películas las podremos ver en el dial 13 o vídeo bajo demanda de la plataforma.

Noticias de Bizkaia
Deia

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 675 €
ÁREA: 105 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6798
OTS: 47000
SECCIÓN: AISIA

20 Enero, 2023



Movistar Plus+ estrena el canal exclusivo 'Universo Tarantino'

POR Y PARA FANS – Con motivo de la publicación de su libro *Meditaciones de cine*, llega a Movistar Plus+ *Universo Tarantino por M+*, un canal efímero que incluye aquellas películas que han dado forma a su particular universo. Su propia filmografía, sus géneros favoritos y otras películas que han tenido importancia en su carrera como realizador. El canal estará abierto hasta el 12 de febrero. – ***NTM***

Diario Noticias de Álava

20 Enero, 2023

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 544 €
ÁREA: 119 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2253
OTS: 16000
SECCIÓN: MIRARTE



Movistar Plus+ estrena el canal exclusivo 'Universo Tarantino'

POR Y PARA FANS – Con motivo de la publicación de su libro *Meditaciones de cine*, llega a Movistar Plus+ *Universo Tarantino por M+*, un canal efímero que incluye aquellas películas que han dado forma a su particular universo. Su propia filmografía, sus géneros favoritos y otras películas que han tenido importancia en su carrera como realizador. El canal estará abierto hasta el 12 de febrero. – ***NTM***

Noticias de Gipuzkoa

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 636 €
ÁREA: 94 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3206
OTS: 14000
SECCIÓN: MIRARTE

20 Enero, 2023



Movistar Plus estrena el canal exclusivo 'Universo Tarantino'

POR Y PARA FANS – Con motivo de la publicación de su libro *Meditaciones de cine*, llega a Movistar Plus *Universo Tarantino por M+*, un canal efímero que incluye aquellas películas que han dado forma a su particular universo. Su propia filmografía, sus géneros favoritos y otras películas que han tenido importancia en su carrera como realizador. El canal estará abierto hasta el 12 de febrero. – *NTM*

Movistar Plus+ tiene un nuevo canal en 4K para aumentar su oferta de los Canales Clic: así puedes sintonizarlo

JOSE ANTONIO CARMONA @josetxu_granada



Hace unos días vimos como nuevos canales llegaban a Movistar Plus+ y ahora toca de nuevo tratar la oferta televisiva de la operadora español que crece con la disponibilidad, otra vez, de un nuevo canal que además ofrece calidad de imagen en 4K.

Un nuevo canal que se integra en los Canales Clic y que hará las delicias de los aficionados al deporte, pues Eurosport 4K vuelve a Movistar Plus+. Un canal que la operadora usa a intervalos y que ahora vuelve para dedicar todo su potencial a cubrir el deporte de la raqueta coincidiendo con la retransmisión del Open de Australia.

Eurosport 4K, el canal que viene y va

Movistar Plus+ amplía su oferta con la llegada de un nuevo canal que ofrece contenido en 4K como es Eurosport 4K. Un canal que está dedicado a la retransmisión del Open de Australia de tenis.

El nuevo canal 4K en Movistar Plus+ está dedicado al primer Grand Slam de tenis de la temporada y se puede sintonizar en el dial 444 de Movistar Plus+. Un canal que la plataforma ha usado en otras ocasiones y así lo vimos con los Juegos Olímpicos de Invierno Beijing 2022 o más recientemente, el Mundial de Qatar 2022.



En este caso Eurosport 4K llega a Movistar Plus+ para mejorar la calidad de imagen pero prescindiendo del HDR y el contenido será emitido en SDR.

Este canal forma parte de los Canales Clic de Movistar Plus+. Se trata de canales temporales que aparecen y desaparecen en función del contenido y la época del año y para poder acceder a ellos es necesario cumplir con algunos requisitos.

Así por ejemplo, estos sólo están accesibles por medio un decodificador de Movistar Plus+ UHD. No están disponibles ni en aplicaciones móviles, Smart TV o usando la reproducción a través de los navegadores. Además, para poder ver un contenido concreto es necesario estar suscrito al paquete oportuno.

ENTREVISTA | ÁLVARO BENITO

Álvaro Benito: "El entrenador debe ser muy seductor"

Álvaro Benito charla con AS de 'El Míster', el programa de #Vamos con el que se adentra en la metodología de algunos de los mejores entrenadores. Pochettino estrenó el formato esta semana con foco especial en la gestión de los egos en un vestuario.

Santi Castañeda Actualizado a 19 de enero de 2023 10:02 CET



Álvaro Benito charla con AS de *El Míster*, el programa de **#Vamos (Movistar Plus+)** con el que se adentrará en la metodología de algunos de los mejores entrenadores del mundo. **Scaloni, Pochettino**, la cantera de **entrenadores del fútbol español, el oficio de dirigir en la élite y un posible regreso al banquillo del Real Madrid** marcan la conversación.

¿Qué busca Álvaro Benito con 'El Míster'?

Hace dos años y medio empezamos a hablar con José Larraza para buscar el programa que me gustaría hacer. Le conté que me gustaría acercar el trabajo del entrenador al aficionado, que es un gran desconocido. Porque la gente no sabe lo que significa o lo complejo que es ser entrenador, las horas que pasas preparando todo, todo lo que hay que tener en cuenta, más allá de la presión e infinidad de situaciones que tienes que manejar. Y en esto tienen un poco de culpa también los entrenadores porque son un poco opacos en ese sentido. Ese fue el germen y desde ahí empezamos a darle forma. Yo tiraba

un poco más hacia un enfoque más táctico, más de profundidad y Movistar Plus+ para algo intermedio y que no fuera para paladares muy exquisitos, que tuviera un poco de todo, que incluyera a la persona… Es un trabajo tan emocional que va ligado a lo personal... Básicamente *El Míster* busca acercar lo que significa ser entrenador al aficionado.

Una experiencia que le va a permitir tener acceso a entrenadores de élite.

Hace muchos años que desarrollé un máster de entrenadores para entrenadores. Me tiré entrevistando técnicos dos años. Soy un enfermo de esto... Cuando me puse a entrenar investigaba cada día cómo entrenaban los mejores, los que más me gustaban a mí, leía mucho sobre liderazgo de grupo… A mí me enseñaron desde pequeñito que hay que aprender de todos y lo sigo llevando a cabo. Y esto es un paso más. Poder llegar a entrenadores a los que no había llegado y que te cuenten su manera de entrenar, preparar, manejar los grupos... Una de las partes más complicadas de ser entrenador es el manejo de los grupos y las personas. A medida que vas subiendo de categoría, egos e importancia de los jugadores, es mucho más difícil. De todas formas el programa no va de mí. Va de los protagonistas a los cuales tengo que agradecer su tiempo y su conocimiento a cambio de nada. No vengo a llevarme nada. Yo soy un transmisor. Únicamente dispongo. El entrenador que cuente lo que quiera contar, hasta cuánto y cómo quiere profundizar acerca de su trabajo. Hay gente que quiere contar más y otra menos. Y es muy respetable. Cuando el programa se empiece a emitir los entrenadores verán el contenido y se irán abriendo mucho más. Los únicos protagonistas son ellos.

¿Cuánta influencia tiene el entrenador en el rendimiento del equipo?

La gente que piensa que no tiene influencia es que en su vida le han entrenado. Si alguien piensa que un entrenador no tiene importancia es que en su vida ha estado en un vestuario. Lo que pasa es que ser entrenador es un trabajo muy complejo. No todos valen para el mismo grupo de futbolistas, por las características, la idiosincrasia del club, el estilo… Hay muchas circunstancias que influyen para que algo tenga o no tenga éxito...



Mauricio Pochettino y Álvaro Benito charlan en 'El Míster'.

No todos los entrenadores tienen la flexibilidad que tienen otros para adaptarse a cualquier entorno. Uno más uno son dos. Ayer, hoy y mañana. Pero en el trabajo de entrenador puedo hacer algo ayer que va fenomenal y la vuelvo a hacer hoy y ya no me va bien. Es curioso. Tienes que estar en constante movimiento, aprendizaje y evolución. Al final esto va de ganar, de muchos otros factores, pero en la élite va más de ganar que de perder.

Pochettino estrena el proyecto. ¿Cómo es en la distancia corta?

Hablamos de un entrenador que ha conseguido cosas importantísimas. Ha llevado a equipos como el Tottenham a una final de Champions, cosa increíble porque cuando lo coge no es el de ahora. Es un equipo que venía de muchos años de vagar por el desierto. Me quedo con muchas cosas. Lo primero la capacidad que tiene para leer al jugador y brindarle su espacio. Me parece una de las cosas más importantes. Hasta dónde puedes llegar a imponer tus ideas y dónde empieza el espacio que le debes dejar al jugador. Cuanto más importante es el jugador más espacio le debes dejar para que se pueda expresar. Destaco su gestión del grupo. Me parece que es un entrenador que tiene a sus equipos comiendo de su mano. Y esto es muy complicado en el fútbol de élite.

Valore el trabajo de Scaloni. Asumió el cargo de seleccionador en Argentina con un currículum corto y un perfil público discreto y se ha coronado en el Mundial.

Empezar tu carrera ganando un Mundial, coger la selección argentina con la presión que significa ese cargo en su país… Lionel Scaloni ha hecho un papel extraordinario. Es muy difícil porque cuando empiezas a entrenar, aunque te hayas formado mucho, no estás seguramente tan preparado como cuando pasan unos años... Estoy seguro que si hablas con él dentro de ocho años, esté donde esté, te dirá que es mejor entrenador que cuando ganó el Mundial. Y lo que ha logrado es increíble. No hay un solo entrenador en la historia del fútbol que en su primera experiencia haya sido campeón del mundo.



Lionel Scaloni toca la Copa del Mundo.

Bromeando un poco digo que, a partir de ahora, su carrera solo puede empeorar. Y lo que me ha encantado, más allá de sus planteamientos, ese fútbol tan agresivo y presionante defendiendo hacia adelante sin temor y sin especulación, es la gestión de las emociones. Creo que ha sido un diez en ese aspecto. En la gestión del mensaje en las ruedas de prensa... Ha estado excelente y por eso su equipo es campeón del mundo, entre otras cosas. Ha estado de matrícula de honor.

¿Qué puede contar de próximos episodios? ¿Su entrevista soñada?

Serán cinco episodios por temporada. Tenemos grabados tres y dos pendientes todavía de este curso. Me permitirá que no desvele nada para no hacer spoiler, pero sí diré que tenemos muy buen contenido. Buenos entrenadores van a ser todos, tendremos gente con nombre y otros no tanto de la superélite. Será muy interesante. Por estilo de juego con el que me identifico me encantaría algún día poder grabar con Jürgen Klopp. Y luego si el programa tiene éxito espero hablar con muchos entrenadores que conozco. Espero poder darme el gustazo de poder conocer un poco más en profundidad a muchos de los entrenadores a los que admiro.

Klopp y su personalidad arrolladora...

Sí. El entrenador tiene que ser muy seductor. Al final tienes que seducir con tu idea a veinticinco personas y no es nada fácil. No es nada fácil convencer. Al final el futbolista te mide siempre y la única manera de ganártelo es demostrándole que lo que le cuentas le hace ganar y mejorar. No hay más. Aquí no hay vuelta. Tú como entrenador tienes unas cuantas balas en la recámara que tienes que gastar con tus mensajes, trabajo y tareas y el jugador tiene que sentir que eso lo sirve para mejorar y para ganar. En el momento que sienta que eso no es así date por jodido.

¿Qué aprendió de sus entrenadores: Jorge Valdano, Ángel Cappa y Fabio Capello?

El fútbol ha cambiado mucho a nivel de entrenador. Obviamente en el momento que debuté, muy joven con dieciocho años, quizás no prestas tanta atención a lo que te puede contar un entrenador. Echando la vista atrás Jorge Valdano, que es mi amigo, mi compañero y me parece un profesor de vida, creo que tiene un ojo clínico para ver al jugador y para saber qué espacio le tiene que dar. Es único. A la vista está los jugadores que sacó. Lo mismo le puedo decir de Ángel Cappa. Son grandes seductores de su idea y tienen un ojo increíble para ver al futbolista, para ver dónde puede rendir mejor, cómo llegar a nivel emocional, cómo le tienes que atacar desde el verso. Y con Fabio Capello la verdad que a mí me hizo ser más exigente todo lo que significa ser futbolista. Competir mejor, tener una mejor mentalidad, cuidar lo externo, la alimentación, el peso…

¿Cuándo se dio cuenta de su facilidad para leer el fútbol?

Fue curioso. Me retiro siendo muy joven por la lesión. Casi sin querer me alejé del fútbol... Rompí bastantes relaciones, y aunque seguía viendo partidos por la tele, me desvinculé bastante. Cuando me metí en la música y empezamos a ser profesionales y a vivir del grupo, como nos habían dado tanta cera porque venía del fútbol, como que no quería saber demasiado...



Álvaro Benito y Jorge Valdano

Me llamó entonces Josep Pedrerol con la idea del programa nuevo de tertulia que se iba a llamar *Punto Pelota* y yo le dije que no un montón de veces. Fue muy insistente y un día fui y me puse a hablar de fútbol y esa llama que estaba latente prendió otra vez con fuerza. A partir de ahí empecé ya en los medios y me di cuenta que me inquietaba conocer los porqués del juego. Me saqué la titulación. Me di cuenta de que leía bien el fútbol cuando me puse a entrenar. Cuando vi que lo que hacía, le podía hacer daño al equipo contrario. Era capaz de mejorar y convencer al jugador para morder los tobillos a los rivales. Fue un proceso de ir mejorando. Me documentaba, informaba, intentaba aprender de todos los entrenadores, todo lo que había lo devoraba... Y luego también encontrando tu camino, lo que ves por ahí intentando hacerlo tuyo. Me di cuenta que veía como el Matrix, que lo que estaba pasando era capaz de descifrarlo. Y Luego cuando ya me metí más de lleno en los medios pues casi una manera inconsciente trasladé un poco este análisis de intentar descifrar lo que está pasando al comentario, sin pasarse tampoco con la terminología. No soy amante de la terminología del *Imperio Cobra* como la llamo yo. Esa que no la entiende nadie. Hay que buscar un punto intermedio. Ese fue el proceso.

Su opinión del entrenador español.

Tenemos nivelazo en cualquier categoría. En juveniles me he enfrentado a entrenadores con un nivel tremendo. En el fútbol amateur, Primera y Segunda RFEF hay mucho nivel también. Y también en la élite. Me encantan Marcelino, Emery, Luis Enrique, Guardiola es un maestro… Diego Martínez… Vicente Moreno es otro entrenador excelente. Ernesto Valverde, Imanol, qué pedazo de entrenador. Increíble el trabajo que está haciendo. Pacheta, Jagoba Arrasate, En Segunda también. Rubén Alves, Rubén De la Barreda… Podría ponerme a enumerar y no pararía.

¿Quién es el mejor en sala de prensa?

Es importante manejar las ruedas de prensa. Unai Emery las maneja muy bien. Pacheta también. Son dos entrenadores que manejan el mensaje muy bien.

¿Está el fútbol perdiendo magia con tanto análisis y tanto detalle?

La táctica está hecha para potenciar el talento. El problema es el fútbol formativo. Cómo se forma a los jugadores y las horas de calle, de fútbol libre, que se han perdido. Jugar libre, sin reglas, sin ataduras, sin que nadie te diga cómo resolver las situaciones... Sin que nadie te diga nada. Jugar todos contra todos. Jugar al fútbol sala, siete partidos el fin de semana como hacía yo cuando tenia siete, ocho años... Por eso el fútbol es más académico. Porque se forma en academias. Pero el entrenador está hecho para potenciar. Por lo menos así lo veo yo. Si tengo un jugador muy talentoso lo que voy a hacer es potenciarlo al máximo posible. Que se atreva lo máximo posible. No voy a acotar su libertad sino al contrario, potenciar sus virtudes.



¿Siente que tiene alma de entrenador? ¿Le atrae la élite?

Me considero entrenador y, cuando he estado ejerciendo, lo he hecho con la pasión que tienes que hacerlo. Hace cuatro años le diría que mi único objetivo en la vida erea progresar como entrenador, llegar a la élite y comerme el mundo. Lo que pasa es que a veces la vida, que es tan caprichosa, te lleva por desvíos inesperados, como en mi caso ha sido el de la televisión y los medios donde ahora me he establecido. Me he aburguesado, lo reconozco. Estoy cómodo y feliz. Sn presión, que es muy importante. Y de momento pues estoy fenomenal. Tiene que salir algo que me despeine. Que llame alguien y que sea irrechazable. Es algo muy difícil, pero si no, en el camino que estoy ahora, estoy muy feliz.

¿Se ve como entrenador del Real Madrid en un futuro relativamente cercano?

En un plazo medio corto, no. ¿Si me veo capacitado? Por supuesto. Sería el sueño de esta segunda parte de mi vida. El primero ya lo cumplí siendo jugador del Real Madrid y de Primera División. Era el sueño de mi vida. Ahora el sueño de mi segunda vida sería entrenador, pero ahora mismo es un camino que queda muy lejos. Por supuesto que estoy preparado. Siempre he confiado mucho en mis posibilidades porque soy muy trabajador, porque tengo empatía con las personas, creo que sería un buen líder y que tengo los conocimientos necesarios. Ahora bien, esto sería solo un punto de partida. Tendría que demostrar muchas cosas antes para llegar a un puesto de tanto nivel. La vida de momento me ha llevado por otro desvío.

Mire el caso de Scaloni…

(*Risas*). Eso pasa pocas veces. Normalmente la oportunidad sin recorrer el camino largo le llega a gente que ha sido mito como Zidane o Guardiola. El resto de los mortales tenemos que recorrer un camino más largo para llegar ahí. Lo de Scaloni fue fruto de la casualidad también. De estar en el momento justo. Estaba en las inferiores y cambiaron de entrenador, le dieron la oportunidad casi de manera eventual y rápidamente demostró que estaba capacitado. A veces tienes que tener ese punto de fortuna también, pero obviamente después tienes que demostrar. La experiencia importa hasta cierto punto. Mejoras con el paso de los años, pero un entrenador que se ha formado bien está capacitado para entrenar.

as Resultados Fútbol Baloncesto Motor Tenis Ciclismo Más Deporte as tv

LA RESISTENCIA

«Hazme otra que se pueda hacer aquí», la petición sexual que ha sobrepasado a David Broncano

El presentador de Movistar + estaba hablando con el público cuando se dirigió a una chica que no dejaba de hacerle gestos desde su butaca

Mari Carmen Parra 19/01/2023



David Broncano, presentador de 'La Resistencia' (Movistar +), tiene cuerda para rato, de ahí, que sorprenderle sea algo complicado y muy pocos invitados han logrado pillar en un renuncio al humorista. Pues, si para los famosos que visitan el programa les es dificultoso 'cortar' a Broncano, a los espectadores, todavía les cuesta más, ya que casi todos los días el presentador da 'para el pelo' a alguno de los asistentes. Sin embargo, esa dinámica quedó dinamitada ayer cuando una joven del público dejó a David Broncano completamente desarbolado ante la propuesta sexual que le hizo delante de todo el auditorio del Teatro Príncipe Gran Vía.

David Broncano hablaba con Sergio, colaborador de ' La Resistencia', al que le pedía que tranquilizara al público.

«No puedes darme esto a mi para que lo maneje solo. Están locos», bromeaba el presentador sobre el público que había acudido a ver el espacio de Movistar +. «Uno ha gritado por ahí cocaína, no quiero dirigirme a quien haya sido», manifestaba David Broncano que seguía interactuando con los asistentes, mientras que Grison 'atizaba' a otro joven. «Estoy viendo a uno ahí con unas gafas que tiene una pinta de tonto que flipas», indicaba el músico de 'La Resistencia', que provocaba las risas de todo el graderío.

David Broncano no da crédito en 'La Resistencia'

Tras una ronda de parecidos razonables entre los espectadores y famosos, David Broncano se fijó en una muchacha que le hacía gestos. «Que alguien le pase un micrófono», indicaba el presentador a sus compañeros de ' La Resistencia' para que poder hablar con la joven. «¿Qué es lo que estabas diciendo cuando estabas haciendo así?», le preguntaba el humorista. «Que me comas el ano Broncano, por favor», le respondió directamente la joven espectadora, que dejaba al presentador de Movistar + anonadado.



Ante la sugerente propuesta, David Broncano destacó la educación con la que se había dirigido a él. «Está bien porque, de primeras, que me comas el ano Broncano es agresivo, pero luego es educada. Hazme otra que se pueda hacer aquí, no te puedo comer el culo aquí, sería rarísimo, a ver qué dicen en Movistar. No les va a gustar», le justificaba el presentador antes de que la espectadora le pidiera que bailara para su hermana como alternativa a su sugerencia.

LA VANGUARDIA
Televisión

ATÓNITO

Broncano, “superado” por la petición sexual de una espectadora de ‘La Resistencia’

El presentador de Movistar Plus trataba de lidiar con el público del teatro cuando una de las presentes le hizo una proposición subida de tono



Broncano, “superado” por la petición sexual de una espectadora de ‘La Resistencia’ Twitter

MÓNICA PAREDES 19/01/2023

Quien es espectador asiduo de La Resistencia sabe bien que no se trata de un programa de televisión al uso, en el que el público se mantiene en silencio mientras aplaude lo que va ocurriendo en el plató. En el caso del espacio presentado por David Broncano en Movistar Plus, los asistentes reaccionan vivamente a los estímulos y suelen cobrar protagonismo en muchos momentos.

Esto precisamente ha ocurrido este miércoles al inicio de La Resistencia cuando, el humorista se vio superado por la actitud del público y, más aún, cuando una chica le hizo una petición sexual “agresiva”. Su cara lo decía todo.



Broncano no daba crédito al comportamiento del público de este miércoles en 'La Resistencia' Twitter

Es subirse David Broncano a las tablas del Gran Teatro Príncipe Gran Vía de Madrid y que los asistentes entre el público se vuelvan prácticamente locos. De hecho, ha habido ocasiones en las que recibieron al presentador entre insultos. Uno de los más claros ocurrió el pasado mes de junio cuando un muchacho soltó a grito pelado un: "¡Hijo de puta!".

En esta ocasión, la sangre no ha llegado al río, pero, tal y como se pudo ver en la última entrega, el público estaba desatado. "Sergio tienes que tranquilizar un poco a esta gente", pedía Broncano a su compañero, en alusión al comportamiento de algunas personas presentes en el patio de butacas. "No puedo manejar esto, que están locos", aseguraba.



La espectadora que le hizo la petición sexual a Broncano en 'La Resistencia' Twitter

Los gritos se sucedían por doquier y el humorista llegó a escuchar algo surrealista. “Uno ha chillado cocaína, no quiero dirigirme a quien haya sido”, apuntó. A lo que Grison señaló: “Estoy viendo a uno con unas gafas que tiene una pinta de tonto…”. “Se parece un poco a Carlos Sainz Jr.”, añadió Broncano.

Y, entonces, una espectadora comenzó a agitar los brazos de forma enérgica. Como no se le escuchaba, el presentador pidió que le dieran un micrófono.



Broncano charla con la espectadora sobre su petición sexual Twitter

“¿Qué es lo que estabas diciendo cuando me hacías gestos?”, le preguntó. Y la joven le soltó una petición sexual: “Que me comas el ano Broncano, por favor”. Una propuesta que dejó sin palabras al presentador: “Está muy bien porque, de primeras, es una petición agresiva, pero luego, es educada”.



“Hazme otra petición que se pueda hacer en el teatro, no te puedo comer el culo aquí, sería rarísimo”, le pidió el humorista a la espectadora. Entonces, la joven le pidió: “Necesito que bailes un poco para mi hermana, que le encanta bailar. Siempre lo hace como tú”.

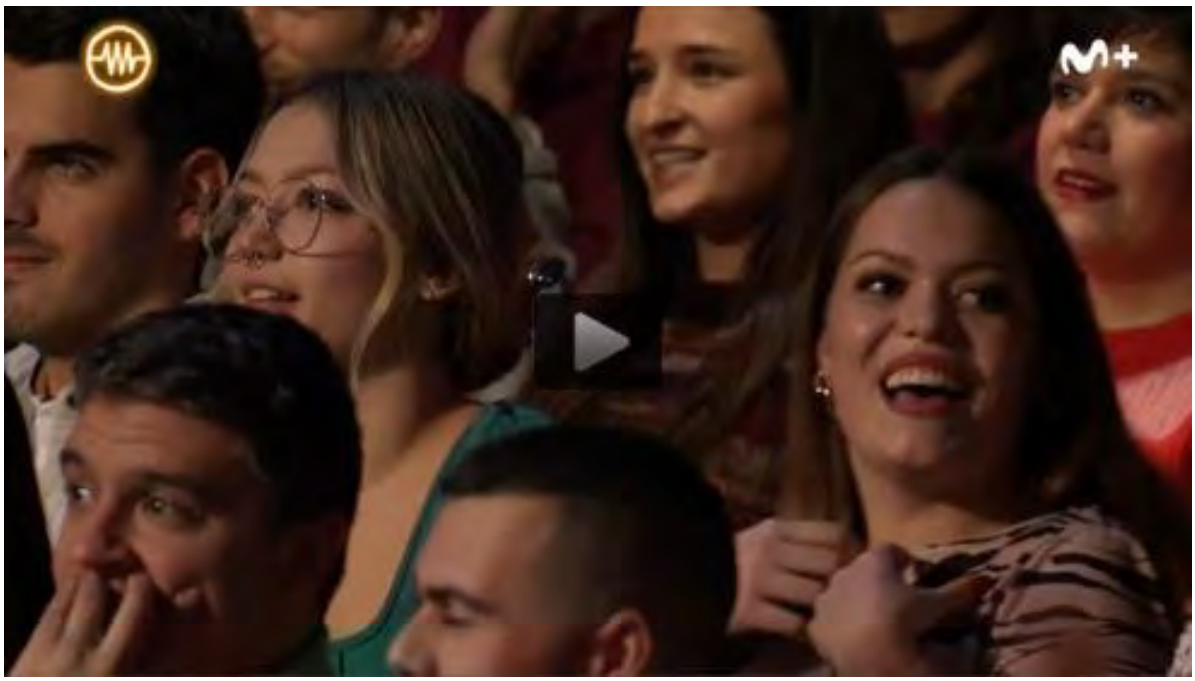
Broncano, sin cortarse, accedió a su segunda propuesta y comenzó a bailar de ese modo tan característico mientras sonaba una música de fondo y el público jaleaba sus movimientos.

MARCA

La Resistencia

La agresiva petición sexual de una espectadora de 'La Resistencia' a Broncano

Una joven protagonizó uno de los momentos más curiosos jamás vistos en el programa



SMM 19/01/2023

Aunque la emisión del miércoles de 'La Resistencia' contaba con la presencia de dos campeones del mundo de billar como Fran Sánchez y David Alcaide, fue el público presente en el plató el verdadero protagonista de la noche. Nada más arrancar, comenzaron a escucharse distintas peticiones y gritos haciaBroncano, aunque hubo una chica que consiguió toda la atención del presentador.

"Sergio, tienes que tranquilizar un poco a esta gente. No puedo manejar esto, que están locos", expresó el gallego. Sin embargo, lejos de apaciguar los ánimos, las personas presentes en 'La Resistencia' volvieron a elevar el tono, hasta que un joven gritó "cocaína" y Broncano intervino: "No quiero dirigirme a quien haya sido". Al intentar localizar al autor del grito, Grison señaló a alguien en concreto. "Estoy viendo a uno con una gafas que tiene una pinta de tonto...", dijo el colaborador.

Al enfocar las cámaras hacia el público, apareció un joven con un llamativo atuendo y Broncano le comparó con Carlos Sainz Jr., actual piloto de la Scuderia Ferrari en la Fórmula 1. "Aquí hay uno que es una mezcla entre Kurt Cobain y John Lennon", manifestó de nuevo Grison.

La increíble petición sexual a Broncano en 'La Resistencia'

A pesar de todo, fue una chica quien se iba a convertir en la gran protagonista de 'La Resistencia'. Durante el bullicio, la joven hizo varios gestos dirigidos a Broncano y este quiso saber más sobre ello: "¿Qué es lo que estabas diciendo cuando me hacías gestos?". La respuesta de la joven, eso sí, dejó al presentador sin saber qué decir durante unos segundos. "Que me comas el ano Broncano". Y añadió: "Por favor".

"Está muy bien porque, de primeras, es una petición agresiva, pero luego, es educada. Hazme otra que se pueda hacer en el teatro, no te puedo comer el culo aquí, sería rarísimo", le pidió el conductor del espacio de Movistar +. La joven quiso que Broncano hiciera su característico baile para su hermana, también presente entre el público. "Siempre lo hace como tú", aclaró.

La educada petición sexual a Broncano en 'La Resistencia'



MOVISTAR PLUS Una joven protagoniza el momento más surrealista del programa

MUNDODEPORTIVO ESP
Otro Mundo

La atrevida petición sexual que lanza una espectadora a Broncano en 'La Resistencia'

Fran Sánchez y David Alcaide, los campeones del mundo de billar, fueron los invitados de la noche



Barcelona Actualizado a 19/01/2023

Durante el programa del miércoles por la noche de 'La Resistencia', Broncano entrevistó a los campeones del mundo del billar: Fran Sánchez y David Alcaide. No obstante, no fueron el centro de atención, pues este fue acaparado por una espectadora y su atrevida oferta sexual al conductor.

Sin embago, su estancia en el plató fue de todo menos aburrida. Durante la charla tuvieron la oportunidad de jugar al billar con el presentador de Movistar + e incluso desvelaron sus motes. Fran Sánchez dijo ser 'El Ferrari', a lo que Broncano rápidamente respondió: "Buah David, como seas tú el Twingo, flipo".



Al poco rato, el público comenzó a soltar comentarios que impedían que la entrevista se llevase a cabo con normalidad, por lo que seguridad tuvo que intervenir pidiendo a los presentes que se calmasen un poco.

El gallego intervino y pidió a los espectadores tranquilidad: “No puedo manejar esto, que están locos”. Ante las súplicas del presentador, un joven gritó: “Cocaína”.

Grison, en un intento de localizar al culpable, señaló a la nada y dijo: “Estoy viendo a uno con unas gafas que tiene una pinta de tonto…”.

La atrevida proposición de una espectadora a Broncano

Durante el alboroto, fue una chica quien consiguió hacerse con toda la atención de los presentes. Sin micrófono y entre toda la algarabía, Broncano se vio incapaz de entender lo que la joven estaba intentando decir: “¿Qué es lo que estabas diciendo cuando me hacías gestos?”.



“Que me comas el ano, Broncano”, gritó la espectadora, quien al poco añadió: “Por favor”. El conductor, que no tiene pelos en la lengua, respondió a la solicitud de la chica: “Está muy bien porque, de primeras, es una petición agresiva, pero luego es educada”.

Seguidamente declinó la oferta: “Hazme otra que se pueda hacer en el teatro, no te puedo comer el culo aquí, sería rarísimo”.

@ LA VANGUARDIA

URL: lavanguardia.com
PAÍS: España
AVE: 61973 €
AUTOR: Mónica Paredes

AMD: 1147659
OTS: 12407221
TMU: 0,27 min

20 Enero, 2023

Pulse aquí para acceder a la versión online

Una espectadora hace historia en ‘La Resistencia' al responder las ‘Preguntas Clásicas'



Durante la entrevista a Miren Ibarguren, David Broncano escogió a una persona del público para saber la frecuencia en sus relaciones sexuales Esta semana en La Resistencia ha pasado prácticamente de todo: Fran Perea y David Broncano acordaron ..

@ 20MINUTOS.ES

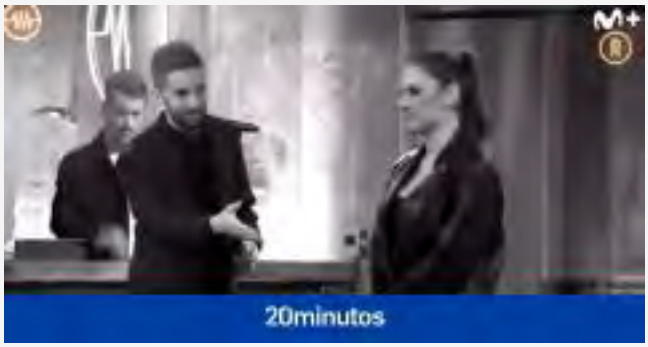
URL: 20minutos.es
PAÍS: España
AVE: 93368 €
AUTOR: Unknown

AMD: 1729037
OTS: 12476499
TMU: 0,50 min

20 Enero, 2023

Pulse aquí para acceder a la versión online

Miren Ibarguren le hace una 'cobra de mano' a Broncano en 'La Resistencia'



B. R. CATELA NOTICIA 20.01.2023 - 02:25h La actriz presentó la 2ª temporada de la serie 'Supernormal', que se estrena en Movistar Plus+ el 26 de enero. Broncano y Miren Ibarguren, en 'La Resistencia'.

MOVISTAR PLUS+

Miren ..

@ 20MINUTOS.ES

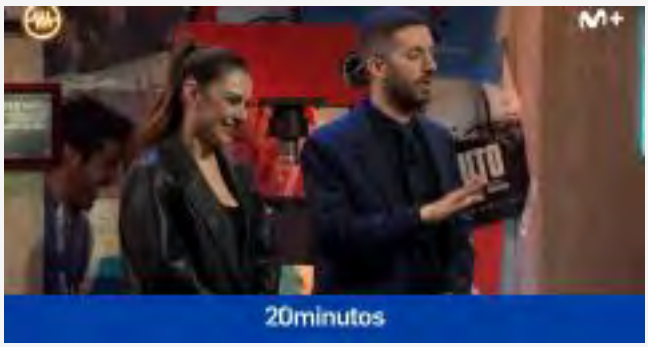
URL: 20minutos.es
PAÍS: España
AVE: 93368 €
AUTOR: Unknown

AMD: 1729037
OTS: 12476499
TMU: 0,50 min

20 Enero, 2023

Pulse aquí para acceder a la versión online

Una persona del público entra en la historia de 'La Resistencia' al ser la primera que responde a las 'Preguntas Clásicas' del programa



Antes de acabar la entrevista con su invitada del día (Miren Ibarguren visitó La Resistencia para presentar la segunda temporada de la serie Supernormal,... Miren Ibarguren y Broncano, en 'La Resistencia'.

MOVISTAR PLUS+

Antes de ..

@ OKDIARIO.COM

URL: okdiario.com
PAÍS: España
AVE: 63024 €
AUTOR: Unknown

AMD: 1167113
OTS: 11765722
TMU: 0,29 min

19 Enero, 2023

Pulse aquí para acceder a la versión online

‘La Resistencia': una espectadora hace una inesperada y sexual petición a David Broncano



Actualizado: Un día más, La Resistencia regresó a Movistar+ con una nueva entrega. En esta ocasión, al comienzo del programa David Broncano se mostró superado por los comentarios de los seguidores del programa que habían acudido de público al ..

@ NOTICIEROMADRID.ES

URL: noticieromadrid.es
PAÍS: España
AVE: -
AUTOR: Unknown

AMD: -
OTS: -
TMU: 0,00 min

19 Enero, 2023

Pulse aquí para acceder a la versión online

«Que me comas el ano, por favor»: la extraña petición de una espectadora de ‘La Resistencia' a David Broncano

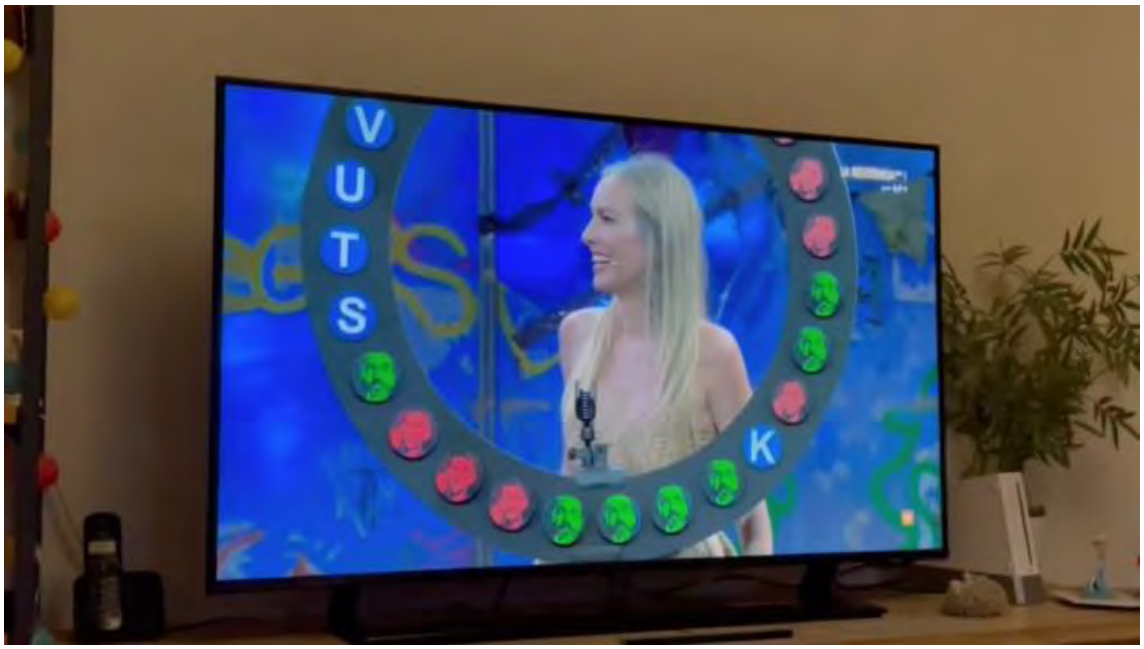


La Resistencia se ha superado una vez más. Si la semana pasada David Broncano alucinaba ante la irrupción de un espontáneo en el Teatro Príncipe Gran Vía , ayer no daba crédito ante la petición sexual de una espectadora. Y es que el público que ..

segoviauda.es
EL PERIÓDICO DIGITAL DE SEGOVIA

Segovia en ‘La Resistencia’ con Kira Miró

19/01/2023322

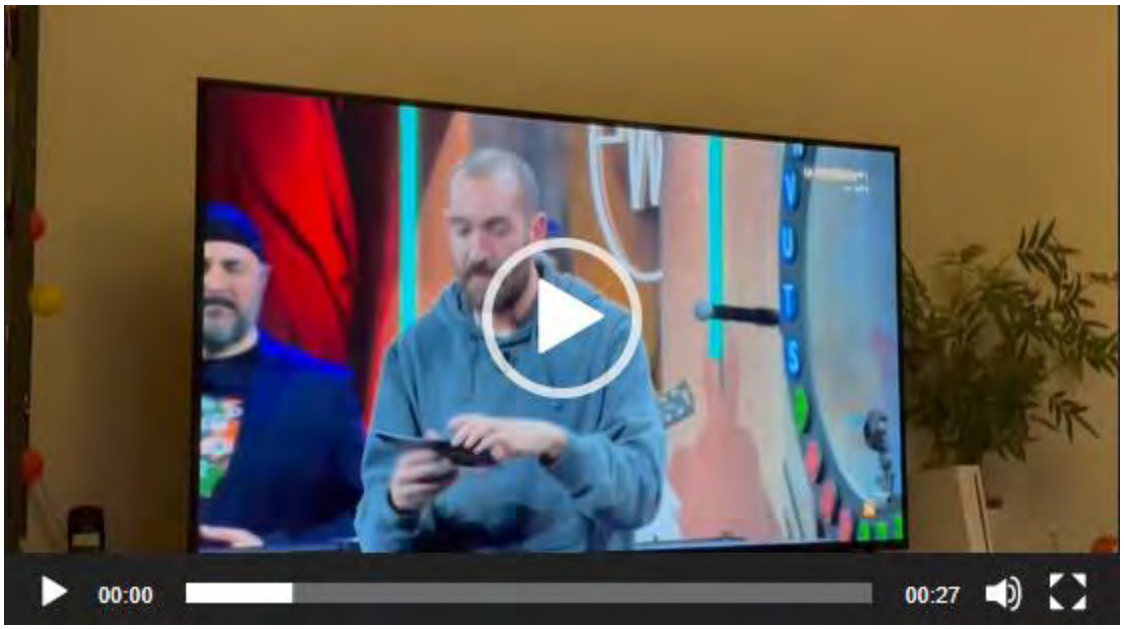


De nuevo, apareció Segovia en ‘La Resistencia’ con Kira Miró. En esta ocasión, fue la actriz la protagonista de un programa en el que, una vez más, salió Segovia a relucir.

No es la primera vez que la provincia de Segovia se convierte, de alguna manera, en protagonista del programa de David Broncano, ‘La Resistencia’.

En abril del año pasado, y con Luis Fonsi como invitado, uno de los espectadores que se presentó como ‘Lentejo’, vecino de La Lastrilla, bromeó refiriéndose e indicando que «allí no hay nada». Su intervención concluyó diciendo que el pueblo era increíble, y el vídeo se hizo viral.

En esta ocasión, en el programa que emitió Movistar Plus+ el pasado martes, 17 de enero, la protagonista fue la actriz Kira Miró con este vídeo, en el que al ser preguntada por un lugar «donde dices que lo has pasado genial el finde, pero en realidad no tenías dinero para ir a un sitio guay de verdad», no supo qué contestar. Y la respuesta era: Segovia.


00:00
00:27