
TRABAJO DE FINAL DE GRADO



**Análisis de la Comunicación Corporativa en
redes sociales de Netflix, HBO y Movistar Plus**

**Autora: Sara Moreno Guardia
Tutora: Nadia Viounnikoff Benet**

PE0932: TRABAJO FINAL DE GRADO 2018-2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: LÍNEA A

1A CONVOCATORIA

GRADO EN PERIODISMO

UNIVERSITAT JAUME I

Análisis de la Comunicación Corporativa en redes sociales de *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus*.

Resumen

Este estudio se centra en analizar el uso realizado por *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus* de las tres redes sociales más importantes del momento: *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*. Las publicaciones que se han cogido como muestra son desde el día 1 de enero hasta el 14 del mismo mes, del año 2019.

El objetivo de este análisis es descubrir qué estrategias de comunicación siguen las tres empresas de plataformas de contenido online en *streaming*, ya que la existencia de este tipo de empresas es reciente. Además, descubrir cuáles son los contenidos a los que dan más importancia y analizar su comunicación en general.

La muestra es un total de 398 publicaciones repartidas entre los catorce días escogidos. En cuanto a los resultados, hay una clara distinción entre redes sociales, ya que las empresas no comunican de la misma manera en *Twitter* que en *Instagram*. Además, también hay diversas tendencias comunicativas según la empresa escogida.

Palabras clave: #RedesSociales #ComunicaciónCorporativa #Streaming #Netflix #HBO #MovistarPlus

Abstract

This study focuses on analyzing the use made by *Netflix*, *HBO* and *Movistar Plus* of the three most important social networks of the moment: *Twitter*, *Instagram* and *Facebook*. The publications that have been taken as sample are from the 1st of January until the 14th of the same month, of the year 2019.

The objective of this analysis is to discover which communication strategies follow the three companies of online content platforms in streaming, since the existence of this type of companies is recent. In addition, to discover the contents to which they give more importance and to analyze their communication in general.

The sample is a total of 398 publications distributed among the fourteen days chosen. As for the results, it is observed that there is a clear distinction between social networks, since companies do not communicate in the same way in *Twitter* as in *Instagram*. In addition, there are also different communicative tendencies according to the chosen company.

Key Words: #SocialNetwork #CorporateCommunication #Streaming #Netflix #HBO #MovistarPlus.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Objetivos e hipótesis	2
3. Marco Teórico.....	3
3.1 Comunicación Corporativa.....	3
3.2 La Comunicación Corporativa en redes sociales.....	4
3.3 Una nueva forma de consumo audiovisual: <i>Netflix, HBO</i> y <i>Movistar Plus</i>	8
4. Diseño metodológico.....	10
4.1 Protocolo de análisis	11
5. Resultados.....	15
5.1 <i>Netflix</i>	15
5.2 <i>HBO</i>	18
5.3 <i>Movistar Plus</i>	20
6. Conclusiones.....	23
7. Bibliografía	26
8. Anexos	29
8.1 <i>Netflix</i>	29
8.2 <i>HBO</i>	52
8.3. <i>Movistar Plus</i>	81

1. Introducción

Desde su nacimiento, las redes sociales han contribuido a una gran cantidad de cambios en la sociedad. Han servido para concienciar al mundo de problemas graves, denunciar injusticias y desigualdades o cubrir noticias en riguroso directo incluso antes de que llegaran los propios medios de comunicación tradicionales, provocando una transformación en el sector informativo sin precedentes. Por eso, en los últimos años han supuesto toda una revolución para la comunicación y más concretamente, para las estrategias comunicativas de empresas e instituciones, la denominada Comunicación Corporativa.

Gracias a su labor, han nacido estrategias que nunca antes se habían utilizado, gracias a las plataformas digitales y a las oportunidades que estas ofrecen. La forma natural de las redes sociales ha permitido que se puedan narrar historias, compartir opiniones, transmitir modelos de vida con los bienes y servicios que las compañías ofrecen, una conexión directa entre empresas y consumidores y mostrar momentos concretos del proceso de elaboración de los productos a sus clientes.

En este estudio, se va a analizar esa Comunicación Corporativa desde las empresas que ofrecen contenido cultural e informativo en *streaming*. Estas compañías están muy avanzadas a nivel tecnológico, creativo y comunicacional, ya que dedican grandes esfuerzos a que sus acciones comunicativas lleguen al mayor número de personas y de maneras muy distintas, por lo que será interesante descubrir qué estrategias siguen para transmitir la esencia de la empresa en las redes sociales.

Para el estudio, se han analizado las tres redes sociales más utilizadas del momento, *Twitter*, *Instagram* y *Facebook* de las tres plataformas con más suscriptores de España: *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus*. Concretamente, se ha escogido la muestra de catorce días de publicaciones, las dos primeras semanas del año 2019, es decir, del 1 de enero de 2019 al 14 de enero de 2019, ambos días inclusive.

Los resultados obtenidos ofrecerán una información muy completa de qué estrategias siguen, teniendo en cuenta el contenido que promocionan, los formatos que utilizan y la interacción que estas publicaciones reciben.

2. Objetivos e hipótesis

2.1 Objetivos

Los objetivos de este trabajo académico son averiguar cómo comunican las tres empresas más importantes de contenido cultural en streaming: *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus* a través de sus perfiles en *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*. Las tres compañías nombradas son competencia directa aquí en España, por lo que es importante analizar cuál es el contenido que más difunden en sus redes sociales, teniendo en cuenta la gran cantidad de series, películas y documentales que tienen en su catálogo.

Por lo siguiente, es fundamental conocer de qué manera lo hacen, si hacen a los clientes partícipes de su modelo de comunicación en estas plataformas, utilizando la bidireccionalidad propia que ofrecen las redes sociales; si aprovechan la multimedialidad, etc.

Además, de esta manera se podrá analizar qué diferentes estrategias siguen estas empresas para conseguir llegar al máximo público posible en este canal de comunicación.

En definitiva, el objetivo principal es ver si aplican las técnicas de comunicación corporativa y de qué manera.

2.2 Hipótesis

Ante el objetivo de averiguar cuál es el contenido que más difunden las tres plataformas analizadas en sus redes sociales, la hipótesis reside en que las series y películas con mayor repercusión mediática, como son *Juego de Tronos* o *House of Cards*, ocuparán la mayor parte del espacio, ya que deben ser las que más atención despierten.

Por otra parte, sobre al objetivo de conocer las estrategias comunicativas que utilizan estas plataformas, la hipótesis al respecto es que las tres compañías utilizan estrategias similares, con un lenguaje sencillo, directo y casual para acercarse más al público de las redes sociales. Para ello, utilizarán una gran cantidad de material audiovisual extraído de las propias producciones originales de las plataformas en cuestión.

3. Marco Teórico

3.1 Comunicación Corporativa

Hoy en día la comunicación está presente en todos los ámbitos de la sociedad, y es cada vez más habitual que el sector comunicativo participe en temas en los que nunca antes había actuado. En la política, los medios de comunicación informan pero también influyen en algunas decisiones, formando la opinión pública; en salud, la comunicación puede ser crucial para alertar sobre alguna enfermedad; en moda, no solo informa de las tendencias sino que las genera, etc. Paoli (1983) define la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. Es decir, un emisor y un receptor intercambian un mensaje común. Atendiendo esta breve definición, se podría decir que en la actualidad, se pretende que el receptor sea el mayor número de personas posibles, y el emisor puede ser cualquier agente de la sociedad, sea una persona física o jurídica, por lo que el acto comunicativo es cada vez más complejo y necesita especialidades y estrategias concretas para abordar cada tema.

En el entorno empresarial, la comunicación se ha convertido en un elemento cuyas fronteras con la publicidad y el marketing son cada vez más difusas (Molina, 2017) pero tiene unas características concretas. El nombre que denomina a la actividad de la comunicación en empresas e instituciones es el de Comunicación Corporativa (Castro, 2007). Esta se define como un conjunto de operaciones de comunicación realizadas por las instituciones tratando de hacer conocer o de mejorar su imagen (Westphalen y Piñuel, 2017). Se podría decir también que la Comunicación Corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma (Capriotti, 1999).

Grandes compañías como Apple, Coca-Cola o Google, mundialmente conocidas y respetadas, centran sus esfuerzos en dar a conocer los nuevos productos y acciones que realizan, pero también en implantar su imagen de marca, su identidad y la reputación, es decir, transmitir los intangibles a la sociedad (Molina, 2017). Coca-Cola, por ejemplo, inventó el término *Happing*, definido como la comunidad de la gente que se atreve a ser feliz, como parte de su estrategia que contribuye a pulir su Imagen Corporativa, considerando a los nativos digitales como herramienta esencial (Llorente, 2009). Por eso, se dice que la Comunicación Corporativa es el punto de unión entre los individuos y las organizaciones, ya que permite su interrelación siendo las propias empresas las emisoras, y la sociedad el agente receptor (Rincón, 2014).

Una de las primeras cosas que se debe saber de la Comunicación Corporativa es que esta se divide en Comunicación Interna y Comunicación Externa. La primera es aquella que se dirige al público interno de la organización, es decir, los empleados. Por el contrario, la comunicación externa es la que va dirigida a los públicos externos, que son aquellos que no pertenecen a la empresa pero sí la necesitan (Sánchez,

2005). Cada una de ellas tiene una función principal: con la comunicación interna se manejan y concretan las estrategias básicas para que los diferentes miembros de la organización las conozcan, y la comunicación externa trabaja en la gestión de la imagen que la empresa quiere ofrecer al mercado o la sociedad (Castro, 2007). Ambas tienen la finalidad de conseguir rentabilidad y los objetivos propuestos, pero para ello deben cuidar y controlar los dos tipos de público. La Comunicación Corporativa es también fundamental para las crisis que sufren las organizaciones. No solo deben actuar rápidamente para solucionar los conflictos que surgen a lo largo de la trayectoria, sino que deben prevenir posibles problemas y preparar planes de actuación previos.

Al profesional que coordina la comunicación, tanto interna y como externa, se le denomina Director de Comunicación (Dircom). A Álvarez y Caballero (1997) les gusta definir al dircom comparándolo con el director de orquesta que coordina a todos los músicos para interpretar una misma pieza musical; lo que en realidad coordina el Dircom son las acciones encaminadas a crear, mantener y mejorar la imagen positiva de la organización para la que se trabaja ante la opinión pública (Cabrera, 2011).

Es importante diferenciar al Director de Comunicación con el gabinete de comunicación, ya que el primero es una persona, y el segundo es un conjunto. El dircom está al frente de ese gabinete, encargándose de que toda la comunicación de una empresa o institución vaya en la misma línea.

3.2 La Comunicación Corporativa en redes sociales

La Comunicación Corporativa hace uso de un gran número de herramientas que ayudan a realizar su labor y conectar mejor con los públicos (internos y externos). Una de ellas es la presencia en los medios de comunicación. Esta clásica estrategia funciona para llegar al mayor número de personas de una forma rápida y sencilla, ya que en palabras de Castro (2007), éstos son actualmente la mejor manera de llegar a una comunidad.

Actualmente, una de las herramientas más utilizadas para el acto comunicativo de la empresas es la de las redes sociales. Desde su nacimiento en 2003 (Ros-Martín, 2009), los portales de *Facebook*, *MySpace*, *YouTube*, *LinkedIn*, *Twitter* o *Instagram* han funcionado no solo para unir a personas, sino para provocar el acercamiento entre las empresas y sus públicos. En estas, las organizaciones informan sobre su actividad, pero los usuarios también son capaces de comentar, recomendar y proponer, haciendo uso de la bidireccionalidad que es posible gracias a estas plataformas. El usuario acaba siendo partícipe de las acciones de la organización, ofrece su feedback cuando la empresa toma diferentes decisiones e incluso participa en la promoción y difusión de los bienes y servicios que la empresa ofrece. De esta relación nace el concepto de *prosumidor*, es decir, que los usuarios no solo consumen la información, sino que la producen (Toffler, 1980). Cuando se consigue que los

usuarios desarrollen un compromiso con la marca, se denomina *engagement*. Este proceso no se consigue de un día para otro, sino que es algo más progresivo. Según Rivera (2017), se necesitan seis fases para conseguirlo: la fase 0, cuando no existe ningún tipo de compromiso y los usuarios no reaccionan ante las publicaciones; fase 1, cuando el compromiso es ligero y el usuario comienza a dar *me gusta* o compartir el contenido, por lo que empieza a configurarse una relación; la fase 2, cuando se produce un compromiso informal, como puede ser que el usuario comienza a seguir a la cuenta de la empresa, y se convierte en un observador pasivo; fase 3, la de compromiso activo, en la que el usuario comienza a tener una relación más continua, usando *hashtags* o comentado en alguna publicación; la fase 4, la de compromiso responsable, cuando se confía suficientemente en una relación como para facilitar datos identificativos, por ejemplo, y por último, la fase 5, la de compromiso leal, en la que el usuario compra o dona (tiempo o dinero). De esa manera, la empresa comienza a crear una comunidad entre ella y sus seguidores, y estos pasan a ser protagonistas y participantes de la actividad empresarial .

La persona encargada de llevar la Comunicación Corporativa de una empresa es el *Community Manager*, el responsable de sostener las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, en base al conocimiento de los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes (Castelló, 2010). El *Community Manager* tiene dos funciones: trasladar los valores de la empresa a sus públicos, y trasladar las opiniones de los públicos a la empresa. Por lo tanto, se podría decir que esta figura es el intermediario entre ambos sectores, el que se encarga de que la relación entre estos sea directa. El *Community Manager* debe conocer a la perfección cuál es la personalidad de la organización para la que trabaja: los valores, la imagen, la cultura, etc. De esta manera, podrá transmitirlo con un lenguaje más sencillo y entendible, para que llegue al máximo número de personas posible.

En 2008, nació la Asociación Española de Responsables de Comunidad Online (AERCO) con el fin de atender las necesidades de todos los profesionales de Social Media, y cuyos objetivos son fomentar, transmitir y velar por los códigos de conducta que deben regir en toda comunidad online. En su *web*, AERCO define al *Community Manager* aquella persona encargada/responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes [...] pudiéndose decir que un *Community Manager* es aquella persona que preserva la identidad digital de la compañía. Con esta definición, la organización da una relevancia concreta a la relación de los clientes y la empresa en todo el ámbito digital, por lo que lo diferencia la figura del *Community Manager* con otros oficios, como el de DIRCOM o Relaciones Públicas.

Para conseguir que la Comunicación Corporativa de una organización en concreto sea efectiva, existen diferentes estrategias. Una de ellas es el ***storytelling***, definido

como la forma de plantear una historia articulando un discurso bajo un punto de vista, dotándolo de un ángulo de enfoque, facilitando la construcción de contenido alrededor de una marca, producto o servicio bajo un hilo argumental. Su objetivo principal es acercar el mensaje a un público concreto, facilitando su comprensión y contribuyendo al acercamiento de las marcas a las personas de manera más empática (Rivera, 2012). Por lo tanto, gracias al storytelling se consigue que los seguidores se interesen por la marca y afiancen su relación con la misma, enganchándose a una historia con un discurso marcado y que debe transmitir en todo momento los valores que identifican y diferencian a la empresa del resto.

El storytelling también ayuda a otra estrategia de la Comunicación Corporativa en las redes, la **narrativa transmedia**. Es un proceso narrativo que se basa en el fraccionamiento intencionado del contenido y su diseminación a través múltiples plataformas, soportes y canales (*offline* y *online*), con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia (Rivera, 2012). De esta manera, los community manager eligen en primer lugar qué quieren contar a sus seguidores, y después, deben estudiar cómo y a través de qué red social, ya que de esa elección dependerá mucho el formato que se va a utilizar para ello (fotografía, texto, vídeo, etc.) y el enfoque que debe adoptar. De esa manera, cuando Coca-Cola anunció el lanzamiento de su nueva bebida energética, *Coca-Cola Energy*, no lo hizo de la misma forma en sus redes sociales. En Instagram, la compañía dedicó nueve publicaciones en forma de fotografía a su nuevo producto, mientras que en *Twitter* lo hacían con un vídeo con texto, y en ambas redes sociales informaban de que iban a subir nuevo contenido a su canal de *YouTube*, donde publicaron cuatro vídeos promocionales de la bebida. De esa forma, se promocionó un mismo bien de tres maneras distintas, y dirigiendo a los usuarios a las otras redes. Según Molina (2017), el concepto de transmedia está asociado a la cultura fan. Y es que cuando los clientes se convierten en fans de la marca, son fieles y confían en aquello que la compañía produce. Un ejemplo de esto es Apple, ya que los clientes de esta empresa tienen adquieren sus productos por el hecho de haber sido fabricados por Apple, independientemente de las características concretas que puedan llegar a tener.

Finalmente, los fanáticos pueden llegar a tener reacciones emocionales producidas por la propia empresa, ya que forman parte de su actividad y se sienten comprometidos con ella.

Para concretar más en el uso de las redes sociales, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018, realizado por IAB Spain, 25,5 millones de personas utilizan redes sociales en España, un 85% de los internautas, más de un 30% que en el año 2009, cuando se comenzó a hacer este estudio anual. Según este mismo estudio, el 81% de estas personas declara ser fan o seguir a diferentes marcas a través de sus redes sociales. Además, un 27% afirma que el hecho de que una marca tenga perfil en redes sociales le genera más confianza. Pero ¿para qué usan los profesionales las redes? Según IAB Spain, un 67% lo hace para vender, el 57% para generar branding y un

47% para generar notoriedad. Además, este estudio informa de que las organizaciones centran sus acciones empresariales en tres redes sociales concretas: *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*.

Cada una de las tres redes sociales que se han mencionado anteriormente tienen unas características concretas que ayudan a promocionar mejor los bienes y servicios de una empresa. En el caso de *Twitter*, es una plataforma que tiene un contenido propio que suele alejarse del resto de redes sociales, entre otras cosas, porque sus mensajes están más segmentados y personalizados (Castelló, 2014). Este portal permite a los seguidores a tener una relación más directa con la marca, ya que entre ellos y el *Community Manager* se pueden producir conversaciones tan solo escribiendo un *tuit*, que puede ser sobre una experiencia con el producto o una duda que necesiten resolver. De esta manera, la red social se convierte muchas veces en otra herramienta de servicio de atención al cliente. De hecho, algunas empresas como BBVA o Seur tienen una segunda cuenta oficial donde ayudan a los consumidores con los problemas que puedan tener (@SEUR_responde y @BBVABancomerResponde).

MKT Fan, una empresa de márketing dedicada al estudio del *Social Media Marketing*, publicó en 2010 “El estudio de marcas españolas en *Twitter*”, en el que incluyó una serie de premisas para utilizar la red social de la manera más efectiva para la Comunicación Corporativa. Entre todas las reglas, incluyó que debe de haber cercanía con el target, con una comunicación próxima y directa, hacer uso de un lenguaje y tono adecuados, ofrecer una atención personalizada y controlar la frecuencia de publicaciones.

Por otro lado, *Instagram* es una plataforma que permite el acercamiento entre empresas y usuarios con las imágenes. Esto permite a las organizaciones a enseñar a sus seguidores una parte que no están acostumbrados a ver, la de la *trastienda*. La red social es una de la que más usan las empresas para promocionar sus producto porque estos se muestran de una manera muy visual, y siempre suele haber una historia detrás que ayuda a vender mejor el producto, puesto que lo que las empresas intentan transmitir no es un bien o un servicio, sino toda una experiencia con ellos.

En 2014 Jim Squires, director de negocios de *Instagram*, participó en una conferencia de *Advertising Age Digital*, en la que explicó que las empresas más que compartir fotografías, muestran estilos de vida. De hecho, hoy en día es muy habitual que sean los influencers los que dan a conocer un producto a través de esta red social, especialmente para los jóvenes. Según *Brand Maniac*, una agencia de influencers, estos ayudan de forma natural a las marcas a conectar con la audiencia digital, influyendo en las decisiones de compra de la gente. Según el libro *8 Things Influencers Can Do for your Brand*, de la agencia *Tap Influence* (2018), el 92% de los consumidores confían más en el Contenido Generado por el Usuario y el *Word Of Mouth* (dicho verbalmente) que en la publicidad tradicional, y el 71% prefiere comprar

productos que le han sido sugeridos por las redes sociales, por lo que no es casual que las empresas apuesten por estas prácticas.

Además, las marcas no dudan en animar a sus seguidores para que publiquen todo tipo de contenido con sus productos. En 2011, la compañía aérea *Vueling* quiso celebrar a lo grande que en 2011 habían llegado a los cincuenta millones de pasajeros. Para ello, organizaron un concurso en el que invitaban a los usuarios a compartir una fotografía de uno de sus viajes con la empresa junto a la etiqueta *#vuelingairgallery*. Con esta iniciativa, *Vueling* escogió las mejores fotografías y con ellas rotuló un avión dando las gracias a los clientes. Este es solo un ejemplo de la gran cantidad de acciones que realizan las marcas hoy en día para crear comunidad y conseguir el *engagement* de sus seguidores.

Por último, *Facebook* es utilizada por las empresas de una manera más tradicional. En esta red abunda la publicidad más clásica, ya que se introducen los spots o carteles promocionales, pero no se usan herramientas ni para acercarse a los usuarios ni para captar clientes de una manera natural. Se podría decir que en esta plataforma, las empresas intentan vender de una manera menos disimulada que en el resto.

En España, *Facebook* es la red social con un mayor conocimiento espontáneo por parte de la población (96%), según el Informe Anual de Redes Sociales 2018 del IAB Spain (2018), y el 87% utiliza esta aplicación. Además, según este estudio es la red que más utilizan los usuarios para buscar información antes de comprar un producto (66%). En cuanto a inversión publicitaria, este portal también va en cabeza, ya que es la red que más ingresa en este sentido, seguida de *Instagram* y *Twitter*.

Sin embargo, no todos los datos son positivos. Las nuevas generaciones prefieren *Twitter*, *Instagram* y *YouTube* como red social antes que *Facebook*, ya que solo el 10% de los encuestados que se sitúan entre los 16 y los 23 años la elige como su favorita, y el 18% entre aquellos que están entre los 24 y los 38 años. Por eso, las marcas que se quieren acercar al público más joven prefiere *Instagram* y *Twitter* para hacer llegar sus productos.

3.3 Una nueva forma de consumo audiovisual: *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus*.

Desde el nacimiento de Internet, los medios de comunicación no habían experimentado una transformación como la de la creación de las plataformas digitales para el consumo de contenido de entretenimiento en *streaming*. La prensa y la música se vieron forzadas mucho antes a su adaptación online, pero las otras dos industrias culturales, el cine y la televisión, tardaron más tiempo y la distribución de películas en

internet surgió asociada al proceso de digitalización del sector (Izquierdo- Castillo, 2012). Tras la aparición de plataformas como *Netflix*, los públicos ya no están sometidos a los horarios televisivos para consumir un contenido audiovisual concreto, sino que eligen cuándo, y así es como nació el concepto de *my time*, el contrapuesto a *prime time*. *My time* es inicialmente descrito como el momento en que cada individuo preferiblemente visiona la televisión (Sanmartín, 2013), aunque otros autores prefieren hablar de *anytime*, relacionado con visionar la televisión en cualquier momento (Lejarza, 2012). De cualquier manera, esta revolución dota de total protagonismo al espectador ante este cambio de hábito, y es por ello que las plataformas compiten intensamente por captar el mayor número de usuarios, utilizando entre otras, las redes sociales como herramienta.

Estas empresas, además, han conseguido que la manera en la que se consumen los contenidos a través de ellas sea más atractiva que sus alternativas, como páginas de intercambios de archivos, páginas de descargas no legales, etc. Esto se debe a que es más fácil y más cómodo el acceso, no hay una invasión de la publicidad, petición de datos o problemas en el *streaming* o descarga (Izquierdo- Castillo, 2015).

Netflix nació el año 1997 en Scotts Valley (California) con las ideas de Reed Hastings y Marc Randolph, dos jóvenes emprendedores. Inicialmente, la compañía fue pensada para la venta y alquiler de DVDs a través de Internet. Dos años después, crearon un sistema de suscripción llamado *Marquee program*, por el cual los usuarios podían alquilar y recibir en sus casas cuatro DVDs al mes por 15,95 dólares. En 2002, la empresa ya contaba con 857.000 clientes, y ese mismo año entró en la bolsa de Nasdaq. Viendo el éxito generado, empresas como *Amazon* y *Blockbuster* imitaron su modelo de negocio. En 2007, la compañía revolucionó su modelo de negocio y se introdujo en el mercado del *streaming* y del *Video On Demand*, y en 2013 comenzó a ser productora de contenidos propios con la serie *House Of Cards*, cuando aplicó el *Big Data* y consiguió que cada momento y detalle de la propia grabación y del guión, estuvieran basados en los resultados obtenidos de un algoritmo que había analizado previamente todos los gustos y preferencias de los usuarios de *Netflix* (Ramírez, 2017). En 2015, siendo el servicio de entretenimiento más importante del mundo (*Netflix Releases Fourth-Quarter 2018 Financial Results*), *Netflix* llegó a España. Actualmente, la compañía de Hastings y Randolph tiene alrededor de 130 millones de suscriptores en 190 países.

Sin embargo, *HBO (Home Office Box)* nació mucho antes, concretamente en 1972, como un canal de televisión de cable y satélite en Estados Unidos. Fundado por la compañía editorial *Time* para abastecer a la zona de Pennsylvania, *HBO* nació como un canal de pago o premium (frente al cable básico sustentado por publicidad) con una programación formada por estrenos cinematográficos recientes (Cascajosa, 2006). A mediados de los años ochenta, su estrategia comercial se dirigió en la búsqueda de contenidos exclusivos.

Por ello, la cúspide de la trayectoria profesional de la compañía se produjo en la segunda mitad de los años 90, cuando se estrenaron las aclamadas series *Sex and the City*, *The Sopranos*, cuyo final fue seguido por doce millones de espectadores (, y *The Wire*, la serie que recomiendan Mario Vargas Llosa (Vargas, 2016) y Barack Obama (Coolican, 2008) pero que obtuvo más reconocimiento una vez finalizada su emisión (. Esta última, En 2016, la plataforma llegó a España cuando *Netflix* ya llevaba algo más de un año. Según la propia página *web* de la empresa el canal *HBO* y el servicio de suscripción llegan a más de 60 países, y los contenidos están presentes en 150 países de todo el mundo.

La historia de *Movistar Plus*, es más corta, ya que la plataforma española nació de la fusión entre *Canal +* y *Movistar TV*, en el año 2015. Esta pertenece a Telefónica, y está presente en España y Andorra. Desde su año de creación, *Movistar Plus* no ha dejado de emitir programas originales, como son *Late Motiv* o *La Resistencia*, pero no fue hasta 2018 cuando la compañía ha decidido apostar por producciones propias, como *La Peste*, *El Embarcadero* o *¡Mira lo que has hecho!* A día 1 de enero, *Movistar Plus* es la plataforma de televisión por suscripción con más abonados en España, con 4 090 032, equivalentes al 60% del mercado, según el portal de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC).

Con la creación de estas plataformas y otras como *Amazon Prime Video*, *Sky* o *Hulu*, el usuario es el nuevo espectador que ante todo, participa, opina, produce, recomienda o descarga en una nueva manera de entender el medio (Pino y Aguado, 2012), por lo que tiene todo el control y ha conseguido cambiar su hábito televisivo, ya que elige el qué, dónde, cómo y cuándo quiere consumir.

Por todo ello, el papel de la Comunicación Corporativa, y más concretamente en redes sociales, es fundamental para construir y afianzar su imagen de marca, transmitir sus valores y aumentar su reputación. Entre estas tres plataformas de contenido en streaming existe una gran competencia y también es muy importante diferenciarse entre unas y otras. La actividad que generan en los perfiles de las principales redes sociales será, por tanto, clave para entender qué estrategias siguen para conseguir sus objetivos.

4. Diseño metodológico

Teniendo en cuenta los objetivos explicados anteriormente, se va a desarrollar un análisis de contenido en las redes sociales que nos permita conocer cómo comunican las tres empresas más importantes de contenido cultural en streaming: *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus* a través de sus perfiles en *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*, analizando el contenido publican. Actualmente, existen otras plataformas, como *Amazon Prime Video*, pero se han escogido aquellas que tienen más relevancia y llevan más tiempo en España. De la misma manera, se han elegido las tres redes sociales mencionadas porque son la más usadas en la actualidad.

Para el análisis, se han elegido los perfiles españoles en *Instagram*, *Facebook* y *Twitter* de las tres compañías escogidas: en *Instagram* son @netflixes, @hbo_es y @movistarplus; en *Twitter* @NetflixES, @HBO_ES y @MovistarPlus y en *Facebook* @movistarplus, @netflixespana y @HBOEspana. Por ello, se estudiarán en concreto las 409 publicaciones que se han realizado en dichos perfiles durante las dos primeras semanas del 2019, es decir, desde el 1 hasta el 14 de enero.

En la tabla de análisis figuran todos los elementos analizados. En primer lugar, el tipo de formato (multimedia, solo texto, enlaces). Además, también se estudiará el contenido: si son series, películas, documentales, programas o información corporativa, así como si informan en clave de humor (por ejemplo, con memes.) y la interacción que generan (me gusta o *likes*, compartir, etiquetas o *hashtags*, menciones...).

Con el objetivo de tener los resultados de la metodología perfectamente claros, se va a utilizar el programa *Excel 2016* para cuantificar todos los datos necesarios.

4.1 Protocolo de análisis

Nombre	Explicación	Codificación
Código	Numeración de las publicaciones analizadas.	Del 1 al 409
Empresa	La empresa analizada.	1_ <i>Netflix</i> 2_ <i>HBO</i> 3_ <i>Movistar Plus</i>
Red Social	La red social en la que se analiza.	1_ <i>Twitter</i> 2_ <i>Instagram</i> 3_ <i>Facebook</i>
Fecha	La fecha de publicación.	Del 01/01/19 al 14/01/19
Formato	El formato en el que se publica.	1_ Fotografías y texto 2_ Vídeos y texto 3_ GIF y texto 4_ solo texto 5_ solo fotografías 6 enlace y texto
Compartido de usuario	Publicación escrita por un usuario externo y compartida por la propia empresa.	0_ ausencia 1_ presencia

Tipo de contenido	Si la publicación es de una serie, una película, un documental, un programa, o corporativo.	0_ ausencia 1_serie 2_documental 3_programa 4_corporativo
Nombre	El título de las series, películas, los documentales y programas.	
<p>1_varios 2_strangerthings 3_concierto Taylor Swift 4_You 5_Marie Kondo 6_Una Serie de Catástroficas Desdichas 7_ Bobby Ronson, más que un director técnico 8_ A Ciegas 9_Baja por enfermedad 10_The Punisher 11_Paquita Salas 12_Amigos Caninos 13_Amor Ocasional 14_RuPaul All Stars 15_Narcos 16_Modern Family 17_ Hookup Plan 18_El método Kominsky 19_Bodyguard 20_ROMA 21_American Crime History 22_Sex Education 23_The Good Place 24_Muñeca Rusa 25_Titanes 26_Examen de Conciencia 27_Velvet Buzzsaw 28_Elisa y Marcela 29_La Cita Perfecta 30_Amigos de la universidad 31_Friends 32_Muerte en León 33_Juego de Tronos 34_True Detective 35_Future Man 36_Brexit 37_Tell me a story 38_Pose 39_Manifest 40_Big Little Lies 41_Success 42_The Killing Eve 43_Trust 44_Roswell 45_Los Soprano 46_Into the dark 47_Skam 48_Arde Madrid 49_Jurassic World 50_The Script 51_The Blacklist 52_Mary Poppins 53_Destroyer 54_Spiderman 55_The Americans 56_Fuga en Dannemora 57_A Very English Scandal 58_The Green Book 59_Heridas Abiertas 60_If Beale Street Could Talk 61_First Man 62_ El Asesinato de Gianni Versace 63_Marvelous Mrs Maisel 64_La Favorita 65_Bohemian Rhapsody 66_ La Buena Esposa 67_Radio Gaga 68_ Los otros 69_ La Chica del Tambor 70_ Los dos mil 71_ Mira lo que has hecho 72_ Fama! 73_ El Embarcadero 74_ Dormir es de cobardes 75_ Kusama Infinito 76_A Pesar de Todo 77_Élite 78_ Harry Potter 79_The King 80_Derry Girls 81_La Casa de Papel 82_Las Chicas del Cable 83_Counterpart 84_La Verdad 85_The Shop 86_Bandersnatch 87_7 días antes 88_Springsteen y yo 89_Polar 90_Love, Death & Robots 91_ÍO 92_Siren 93_La Resistencia 94_Clase Letal</p>		
Humor	Si la publicación contiene humor.	0_ ausencia 1_presencia_
Producción	Fragmento de la serie/película/documental/programa , teaser, etc.	0_ ausencia 1_presencia
Rodaje	Imagen durante el rodaje.	0_ ausencia 1_presencia
Informal	Imagen de la vida cotidiana de los actores, ruedas de prensa, premios.	0_ ausencia 1_presencia

Icónicas	Imagen de objetos que identifiquen un contenido concreto.	0_ausencia 1_presencia
Me gusta ()	Número de likes en la publicación.	0_cero 1_uno 2_dos 3_tres, etc.
Compartir	Las de veces que se ha compartido la publicación.	0_cero 1_uno 2_dos 3_tres, etc.
Número de menciones	Número de menciones en la publicación.	0_cero 1_uno 2_dos 3_tres, etc.
Tipo de menciones	Tipo de menciones que se realizan en la publicación.	
<p>1_@TaylorSwift13 2_@netflixES 3_@EqInvestigacion 4_@ActuallyNPH 5_@DaveedDiggs 6_@NataliaDyer 7_@BillyMagnussen 8_@CoixetIsabel 9_@NataliadeMolina 10_@gretafemnandez 11_@Berlinale 12_@noahcent 13_@CamilaMendes 14_@Lauramarano 15_@HBO_ES 16_@MaritxuOlazaba 17_@PhenomenExp 18_@SZSfest 19_@FilmBayona 20_@AXN_Espana 21_@LaScript 22_@Iportaceli 23_@MovistarPlus 24_@canaltnt 25_@Elena_Neira 26_@maguerram 27_@pepablanes 28_@canaltcm 29_@cartoonnetworkes 30_@cero 31_@ItsRamiMalek 32_@alfonsocuaron 33_@ROMACuaron 34_@manuelburque 35_@quiquepeinado 36_@elembarcadero 37_@PitiHurtado 38_@AlvaroMorte 39_@IreneArcos 40_@APuntDirecte 41_@movistar_es 42_@mariolacubells 43_@blanca_suarez 44_@mariapedraza 45_@ester_exposito 46_@omarayuso 47_@kiernanshipka 48_@tchalamet 49_@nicoalcoughlan 50_@ursulolita 51_@ncentineo 52_@camimendes 53_@lauramarano 54_@fueraadeseries 55_@karetnis 56_@juegodetronos 57_@AnthonyMackie 58_@Remender 59_@Paco_Cabezas</p>		
Número de <i>hashtags</i>	Número de <i>hashtags</i> en la publicación. 0_ausencia 1_uno 2_dos 3_tres etc.	
Tipo de <i>hashtags</i>	Los <i>hashtags</i> que se incluyen en la publicación.	

0_ ausencia 1_ #StrangerThings3 2_ #ConciertodeAñoNuevo 3_ #Recomiendo
4_ #YouNetflix 5_ #MarieKondo 6_ #mustwatch 7_ #must 8_ #BirdBox 9_ #ACiegas
10_ #DerryGirls 11_ #Élite 12_ #Reputation 13_ #ReyesMagos201914_
14_ #AmigosCaninos 15_ #RuPaul 16_ #Narcos 17_ #GorraDeInvisibilidad
18_ #GoldenGlobes 19_ #GlobosDeOro2019 20_ #Polar 21_ #ElMétodoKominsky
22_ #YouNeflix 23_ #MuñecaRusa 24_ #Titanes 25_ #ExamenDeConciencia
26_ #Berlinale2019 27_ #ThePunisher 28_ #LaCitaPerfecta 29_ #SexEducation
30_ #Invierno 31_ #Juegodetronos 32_ #MuerteEnLeón 33_ #TrueDetective
34_ #HBOEspaña 35_ #FutureMan 36_ #Brexit 37_ #TellMeAStory
38_ #Pose 39_ #Manifest 40_ #BigLittleLies 41_ #Success 42_ #series
43_ #BrexitTheUncivilWar 44_ #SZSPremieres 45_ #TalDíaComoHoy
46_ #KillingEve 47_ #LosSoprano 48_ #Sopranos20 49_ #IntoTheDark
50_ #friopolar 51_ #PorElTrono 52_ #MahersalaAli 53_ #FelizAño
54_ #VivePoniente 55_ #SkamEspaña 56_ #ArdeMadrid 57_ #JurassicWorld
58_ #ElReinoCaído 59_ #AXNNow 60_ #Kidding 61_ #Bodyguard 62_ #ElAlienista
63_ #TheBlacklist 64_ #LaScriptEnMovistar 65_ #MaryPoppins 66_ #Destroyer
67_ #kidding 68_ #BlackPanther 69_ #SpiderMan 70_ #TheAmericans
71_ #Ricky&Pe 72_ #FugaEnDannemora 73_ #AVeryEnglishScandal
74_ #TheGreenBook 75_ #HeridasAbiertas 76_ #Vice 77_ #IfBealeStreetCoulTalk
78_ #FirstMan 79_ #ElAsesinatoDeGianniVersace 80_ #ChuckLorre 81_ #Roma
82_ #BohemianRhapsody 83_ #LaBuenaEsposa 84_ #Queen 85_ #RadioGaga
86_ #CuandoFuimosLosPeores 87_ #LaChicaDelTambor 88_ #LosDosMil
89_ #LoQueHasHecho 90_ #Propósitos2019 91_ #FamaABailar 92_ #0
93_ #ElEmbarcadero 94_ #LateMotiv 95_ #dormiresdecobardes 96_ #estrenodeldía
97_ #Deadpool2 98_ #Disobediencia 99_ #VivirASietePies 100_ #Documentales
101_ #KusamaInfinito 102_ #ElEmbarcaderoEnRambleta 103_ #València
104_ #Factoría 105_ #LaCasadePapel 106_ #APesarDeTodo 107_ #Reputation
108_ #HIMYM 109_ #Por13Razones 110_ #FionaShaw
111_ #PaseodelaFamaHBOEs 112_ #HBOEspañaFanArt 113_ #anart
114_ #CaityLotz 115_ #Repost 116_ #Counterpart 117_ #DeanNorris
118_ #FrankaPotente 119_ #BenedictCumberbatch 120_ #TheShop
121_ #JonNieve 122_ #HarrisDickinson 124_ #SerializadosFest
125_ #MahershalaAli 126_ #StephenDorff 127_ #IainGlen 128_ #StrikeBack
129_ #KimCattral 130_ #VelvetBuzsaw 131_ #Vamos 132_ #ClaseLetal
133_ #DeadlyClass 134_ #TrueDetective3

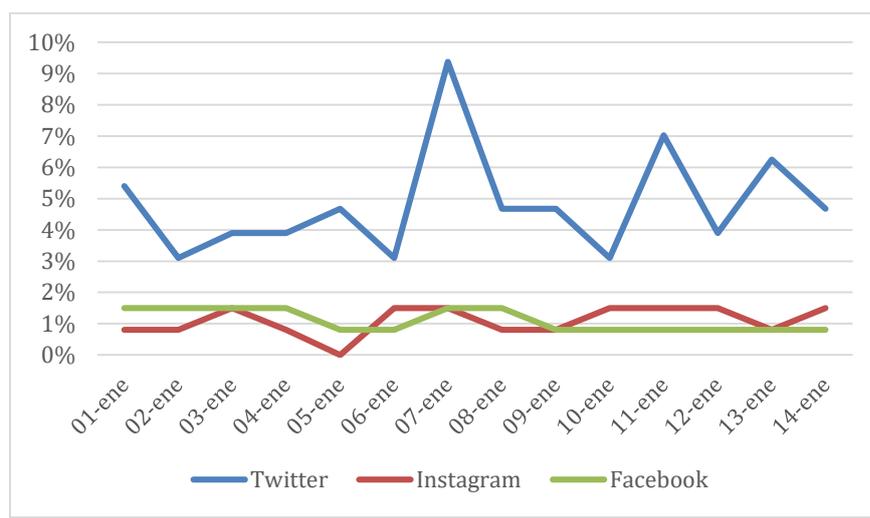
Número de enlaces	Si tienen enlaces.	0_ ausencia_ 1_ uno 2_ dos 3_ tres etc.
Tipo de enlaces	Los enlaces que se incluyen en las publicaciones.	0_ ausencia 1_ hboespana.com 2_ fueradeseries.com 3_ YouTube.com 4_ movistarplus.es 5_ FuegoYSangre.es 6_ fotogramas.es

5. Resultados

5.1 Netflix

Netflix, la primera plataforma analizada en esta investigación, cuenta con un total de 128 publicaciones en las tres redes, concretamente 89 en *Twitter*, 19 de *Instagram* y 20 en *Facebook*. La plataforma digital plantea una actividad en redes constante con una media de 6 publicaciones diarias. Existe una regularidad en la publicación tanto de *Facebook* como de *Instagram* pese a concentrar menor número de *posts* (16% y 14%), y en *Twitter* el número es más elevado (70%), pero con mayor irregularidad (Gráfico 1).

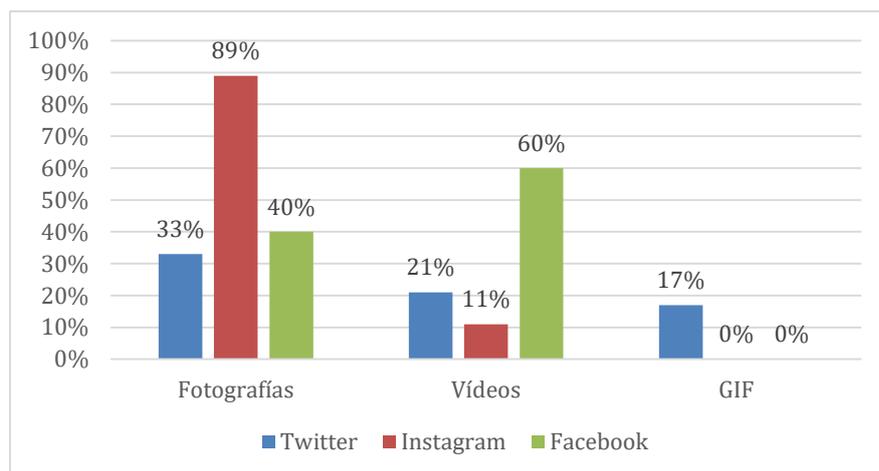
Gráfico 1. Porcentaje de frecuencia de publicación de *Netflix* en redes sociales.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los tipos de formatos tanto *Twitter* como *Instagram* utilizan prioritariamente la fotografía en sus *posts*. Concretamente en *Instagram* es donde la imagen cobra mayor importancia por las características propias del portal, contando el 89% de las publicaciones con fotografías y tan solo el 11% con materia audiovisual. Sin embargo en el caso de *Facebook* son los vídeos los que adquieren mayor protagonismo con el 60%. Mientras que el uso de GIF en el caso de *Netflix* es residual utilizándose en el 16% de los *posts* de *Twitter* y su totalidad son en clave de humor. Los *posts* con solo texto son solo el 30% de *Twitter*, prevaleciendo los formatos audiovisuales (fotografía o vídeo) en un 54% del total de contenidos compartidos por los perfiles oficiales en redes de la plataforma *Netflix* (Gráfico 2).

Gráfico 2. Porcentaje de publicaciones en redes de *Netflix* según formato del contenido.



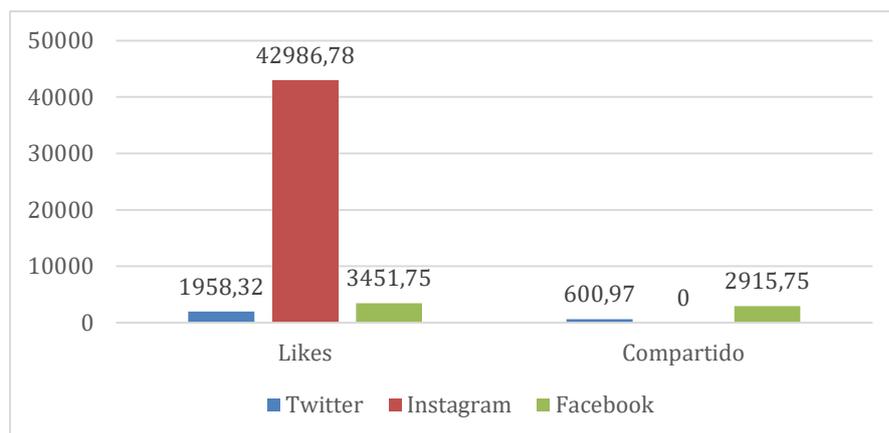
Fuente: Elaboración propia.

Se ha analizado el contenido de las imágenes en función de si trataban sobre partes de las propias producciones que se promocionan, de rodaje, informales o icónicas. En las tres redes sociales hay una preponderancia de las imágenes que proceden de las propias producciones (de escenas, teasers, trailers, etc.), siendo el 61% de las publicaciones de dicha plataforma, seguidas de las informales, donde entran las imágenes de entregas de premios, galas, ruedas de prensa y estrenos con un 10%. Las que menos relevancia tienen son las imágenes más íntimas de rodaje (2,3%), que encuentran su propio espacio en *Instagram* 10%, pero que no tienen ni un hueco en *Twitter* (0%) y *Facebook* (0%).

En cuanto al tipo de contenido publicado, en este caso, *Netflix* da prioridad a las series, ya que de 128 publicaciones que realiza la empresa en sus tres redes sociales, 90 son para este tipo de contenido, es decir, un 70% del total. A continuación, se sitúan las que informan sobre películas (un 16%), dejando el 14% de espacio restante para hablar de programas que contienen en su catálogo e información corporativa. Además, el título más repetido es el de la serie *You*, que forma el 15% del total de publicaciones de *Netflix*. Sin embargo, las publicaciones que promocionan esta serie no son las que más interacciones generan, ya que aunque se contabilice una media de 11.500 *likes* y 171 veces que se han compartido estas, los *posts* con más respuesta de los usuarios no son de un título en concreto.

En este análisis global de *Netflix*, cabe destacar que la clave de las redes sociales es la interacción. Toda red social corporativa que se precie busca que sus seguidores consuman, compartan y reaccionen a sus publicaciones. En el caso de *Netflix*, es evidente que sus seguidores están interesados en las publicaciones y mantienen una interactividad constante con sus perfiles activos. En este estudio se ha analizado la media de *likes* que obtienen, así como las veces que se han compartido (Gráfico 3), pero también los *hashtags* que se han utilizado y las menciones a otras cuentas externas.

Gráfico 3. Media de *likes* y de veces que se han compartido las publicaciones de las redes sociales de *Netflix*.



Fuente: Elaboración propia.

En la cuenta de *Instagram* es donde más *me gusta* recibe *Netflix*, con una media de 42.986 *likes*. Teniendo en cuenta que en esta red social los usuarios no pueden compartir de ninguna forma, es la red social en la que más reaccionan los seguidores, seguida de *Facebook*. En *Twitter* es donde menos interacción se observa, pero es importante señalar que es la red social más activa, como se ha explicado anteriormente.

Considerando las menciones a otras cuentas y los *hashtags*, *Netflix* hace un uso de estos recursos muy distinto dependiendo de la red social. De las 89 publicaciones en *Twitter*, solo menciona en el 30%, repitiéndose la que hacen a su misma cuenta, @netflixES (25%). Sin embargo, en *Instagram*, de 19 publicaciones se registran un total de 76% de menciones, aunque solo se repite una vez mención a @blanca_suarez, una de las actrices estrella de la empresa en España. Por otro lado, en la cuenta de *Facebook* no se menciona ninguna cuenta externa en los catorce días analizados.

Por otro lado, los *hashtags* se utilizan bastante en *Twitter* (56%). Los más repetidos, los de #GoldenGlobes (10%) y #SexEducation (4,5%). En *Instagram* (68%) es donde más utiliza *Netflix* las etiquetas, aunque no repite ninguna de estas excepto la de #YouNetflix, aunque solo está dos veces (10,5%). En *Facebook*, esta herramienta aparece de manera muy moderada (35%), y no se repite ninguno.

En un análisis más concreto de las tres redes sociales, *Twitter* es un caso muy específico de estudio en el que se puede observar que hay grandes diferencias entre el uso de unas y otras. Una de las características que distingue a este perfil del resto es que hay publicaciones en las que solo se incluye texto, sin la necesidad de incluir ningún elemento multimedia ni enlace, un formato que *Netflix* solo utiliza en esta red social. De hecho, este tipo de *tuits* forma el 29% del total, superando a aquellos que contienen vídeos o *GIF*. Por otro lado, es destacable que *Netflix* no usa los *GIF* en ninguna otra red social excepto *Twitter*.

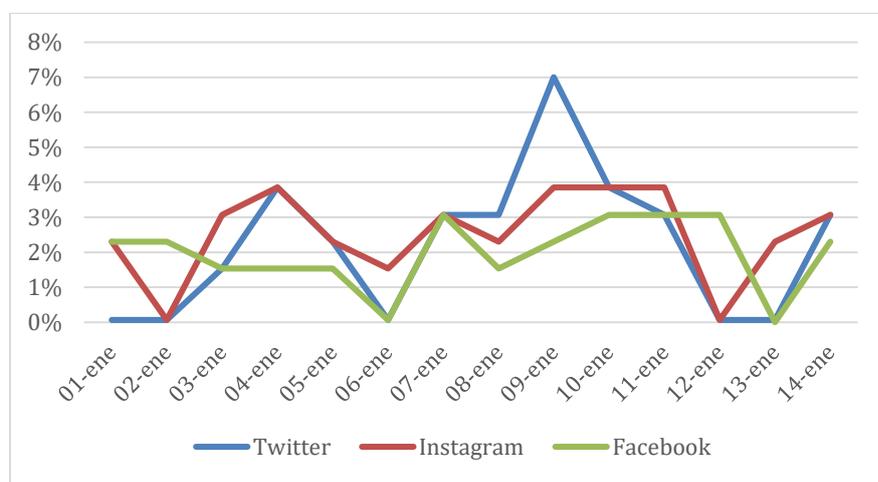
En cuanto al perfil de *Instagram* de *Netflix* España también tiene algunas concreciones. En primer lugar, porque solo hay publicadas fotografías y vídeos, dejando a un lado los *GIF*. Además, es una red social que solo permite contenido multimedia, por lo que no hay lugar para los *posts* de solo texto.

Por último, en el estudio a la cuenta de *Facebook*, llama la atención que en los catorce días de la muestra, no se menciona a ninguna cuenta externa. Sin embargo, es la única de las tres redes sociales observadas que publica más vídeos que fotografías, siendo un 60% del total frente a un 40%.

5.2 HBO

HBO es la segunda plataforma analizada en esta investigación. Con un total de 130 publicaciones en las tres redes, y en concreto 47 en *Twitter*, 48 de *Instagram* y 35 en *Facebook*. La actividad media diaria de esta plataforma en sus redes es de 9. La frecuencia es de una intensidad muy similar en las tres redes sociales, siendo un 36% en *Twitter*, 37% en *Instagram* y un 27% en *Facebook*, convirtiéndose en la red social de menos actividad. Por tanto, existe una regularidad en los perfiles de *HBO* (Gráfico 4).

Gráfico 4. Porcentaje de frecuencia de publicación de *HBO* en redes sociales.

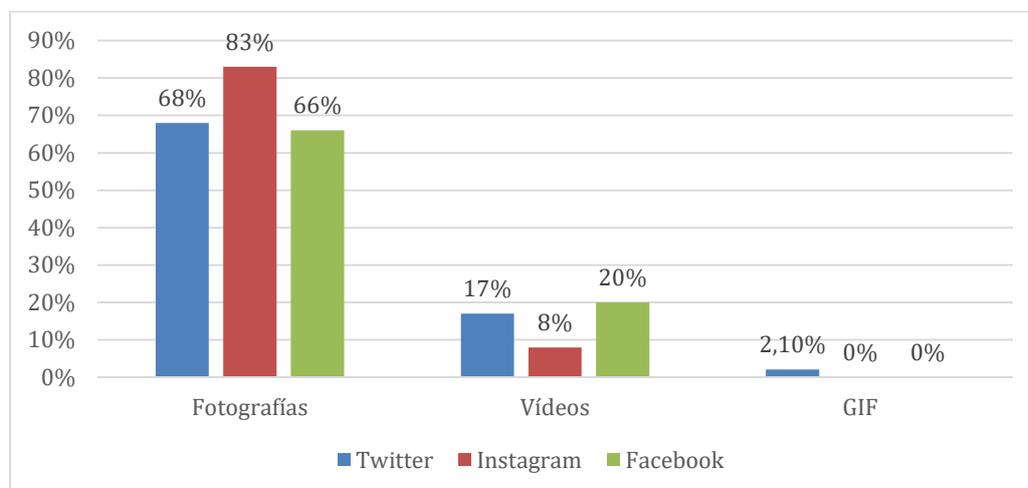


Fuente: Elaboración propia.

En lo referido a los tipos de formatos, sigue predominando el uso de las fotografías, especialmente en *Instagram* (83%), seguido de *Twitter* (68%) y de *Facebook* (67%). El vídeo es el segundo formato más aplicado y es muy similar entre *Twitter* con un 17% e *Instagram* con 16%, pero es levemente mayor en *Facebook* al ser un 20%. Además, aparecen nuevos tipos de formatos como el de solo fotografía en *Facebook* (3%) y la introducción de enlaces que acompañan al texto en *Twitter* (11%) y *Facebook* (9%). Por otro lado, el uso de los *GIF* es exclusivo y limitado de *Twitter* (2%) y su uso es humorístico.

Los posts con solo texto solo se encuentran en *Twitter* en un 2%, por lo que priman el formato audiovisual (fotografía o vídeo) en un 91% del total de contenidos publicados por los perfiles oficiales en redes de la plataforma *HBO*. (Gráfico 5).

Gráfico 5. Porcentaje de los tipos de formatos utilizados por las redes sociales de *HBO*.



Fuente: elaboración propia.

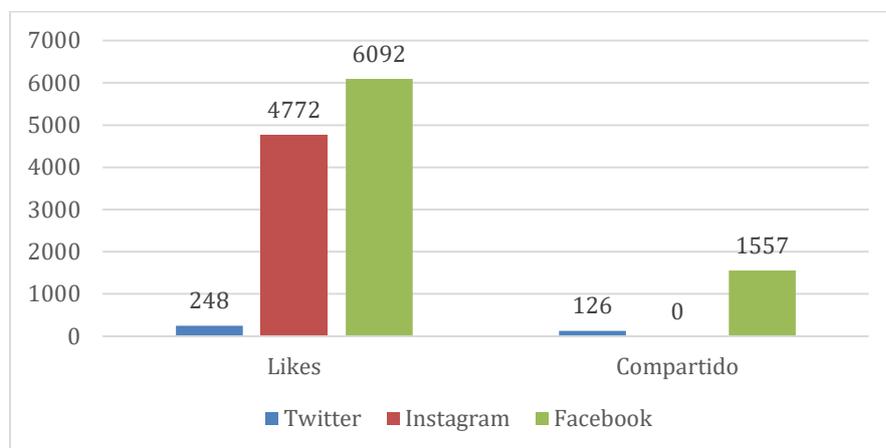
En relación al contenido de las imágenes según si son producciones, rodaje, informales o icónicas, hay superioridad de las de producciones por encima del resto (79%), siendo las de tipo icónico las que ocupan el segundo lugar (8,46%), seguida por las informales (6,1%) y las de rodaje (2,3%).

Respecto al tipo de contenido, las series ocupan el 82,3% de las publicaciones de la plataforma digital, superando con mucha distancia al resto de tipos de contenido. Los documentales (7,7%) obtienen mayor protagonismo en los perfiles de *HBO*. En *Instagram*, es superior el número de publicaciones que hablan de este tema que el de las películas (6,25% y 4,17%). El porcentaje global de posts que promocionan largometrajes en las tres redes sociales de *HBO* España es de 6,15%, mientras que los de información corporativa y programas son muy reducidos (2,3% y 1,5%). De hecho, en *Twitter* no se menciona en esas dos semanas a ningún programa de la plataforma.

Un contenido destacado de *HBO* es la serie *Juego de Tronos* (Gráfico 6). La plataforma informa constantemente de ella, y es por eso que forma el 20% del contenido total, y utilizando como portal principal su página de *Facebook* (28,5%). Además, la organización también da relevancia a la serie *True Detective* (12%) y la película *Brexit* (6,15%). Respecto a la interacción que estos tres contenidos reciben, en *HBO* tampoco existe una relación directa entre los títulos más repetidos y la respuesta de los seguidores, excepto en el caso de *Juego de Tronos*. Esta serie hace que se disparen el número de likes, con una media de 8.133 *me gusta*, superando la media, que será explicada posteriormente, y otra de 2718 veces que se compartieron esas publicaciones, también por encima de la media de toda la muestra de *HBO*.

En cuanto a las interacciones, se ha estudiado por un lado la media de *likes* que han recibido las publicaciones según la red social y las veces que se han compartido las mismas (Gráfico 6).

Gráfico 6. Media de *likes* y de veces que se han compartido las publicaciones de las redes sociales de *HBO*.



Fuente: Elaboración propia.

Las publicaciones de *Facebook* son las que más interacciones reciben, ya que obtienen una media de 6.092 *likes* por *post* y se comparten una media de 1.557 veces, y todo ello teniendo en cuenta que es la red social con menos actividad de la plataforma digital. Por otro lado, las publicaciones de *Instagram*, pese a no tener la opción de ser compartidas, son las segundas con más interacción en *HBO España*, con una media de 4.771 *me gusta* por *post*. En definitiva, *Twitter*, es la que genera menor respuesta de los usuarios, tanto por los *likes* (248) como por las veces que se comparten sus publicaciones (125).

Si se considera a las etiquetas o *hashtags* y las menciones a otras cuentas, *HBO* hace uso de estas herramientas dependiendo de la red social. Las menciones están presentes en el 30% de las publicaciones de *Twitter*, pero solo en un 6% en *Instagram* y no se utilizan en ninguna de las de *Facebook*. Sin embargo, las etiquetas están en el 89% de *Twitter* y tienen mayor relevancia en *Instagram*, donde se utilizan en todas las publicaciones de la muestra (100%). En *Facebook*, sin embargo, se utiliza solo un *hashtag* de manera puntual. Las etiquetas más utilizadas son las de #JuegoDeTronos (12% de todos los *posts*) y #TrueDetective (7%), que coincide con los títulos más repetidos por la plataforma, y la de #HBOEspaña, su *hashtag* corporativo, que está en un 20% de las publicaciones.

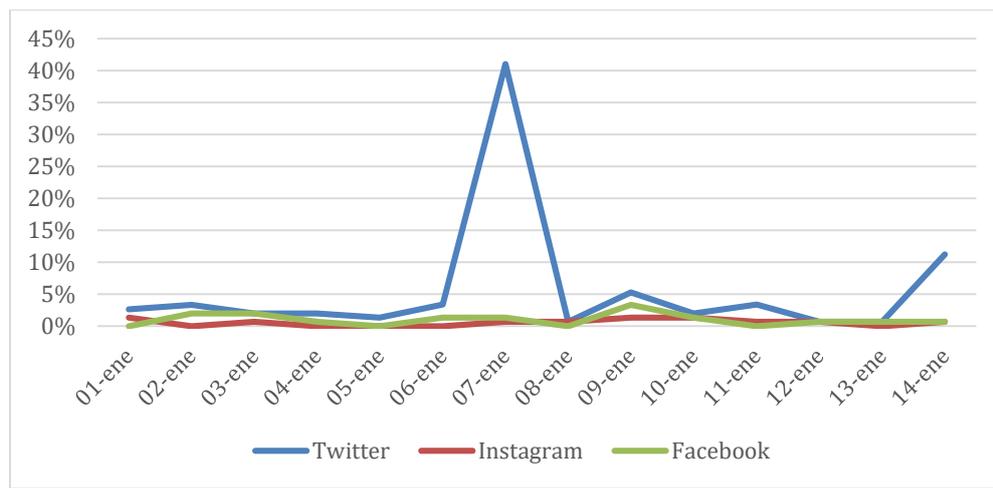
En general, los perfiles de las tres redes sociales de *HBO España* siguen un patrón muy similar, y por lo que no presentan especificaciones concretas.

5.3 Movistar Plus

Para comenzar con el análisis de *Movistar Plus*, se matiza que la plataforma compartió un total de 151 publicaciones, de las cuales 122 fueron en *Twitter*, 9 en *Instagram* y

20 en *Facebook*. Es importante destacar que la actividad en sus redes sociales es muy desigual, y siempre depende del día y de la red en concreto, pero se calcula una media de 11 publicaciones diarias. Aunque en general la red que más utilizan para promocionar su contenido es *Twitter* (81%), es destacable el uso que la plataforma hizo de esta red social la madrugada del día siete de enero, con la cobertura de la gala de los Globos de Oro, que ocupa el 41% del total de las publicaciones (Gráfico 7). *Facebook* forma el 13%, convirtiéndose *Instagram* en la red que menos utiliza *Movistar Plus* (6%).

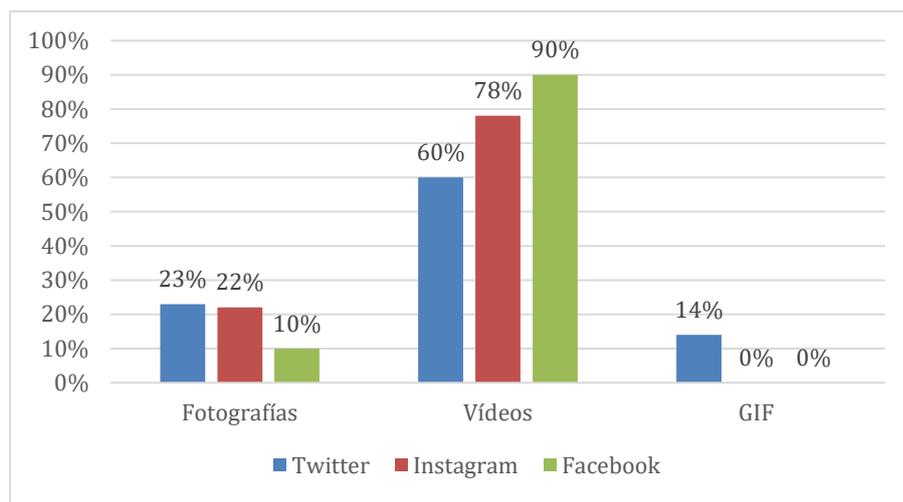
Gráfico 7. Porcentaje de frecuencia de publicación de *Movistar Plus* en redes sociales.



Fuente: Elaboración propia.

Movistar Plus da mucha importancia al formato vídeo. En *Facebook* estos son el 90% de las publicaciones, en *Instagram* el 77% y en *Twitter* el 60%. Por lo tanto, no solo son más utilizados, sino que hay una gran diferencia frente al segundo formato más usado, las fotografías (22%). En cuanto al resto de tipos de formatos, la empresa solo hace uso de los *GIF* (11% del total de publicaciones), y de los enlaces (2%) y ambos en *Twitter* (Gráfico 8). En los catorce días de muestra, no hay ningún post de solo texto.

Gráfico 8. Porcentaje de los tipos de formatos utilizados por las redes sociales de *Movistar Plus*.



Fuente: Elaboración propia.

Considerando que el siete de enero se publicó el 41% del total por la cobertura de la gala de los Globos de Oro en *Twitter* (Gráfico 8), este tipo de imágenes forma el 56% de las publicaciones de la plataforma, todo ello teniendo en cuenta que solo hay imágenes informales en la cuenta de *Twitter*. El segundo tipo más utilizado es el de las imágenes sacadas de las propias producciones (40%). Estas encuentran su lugar en *Facebook*, donde son el 100%. Sin embargo, se quedan atrás las de rodaje (1,3%) y las icónicas (3,3%).

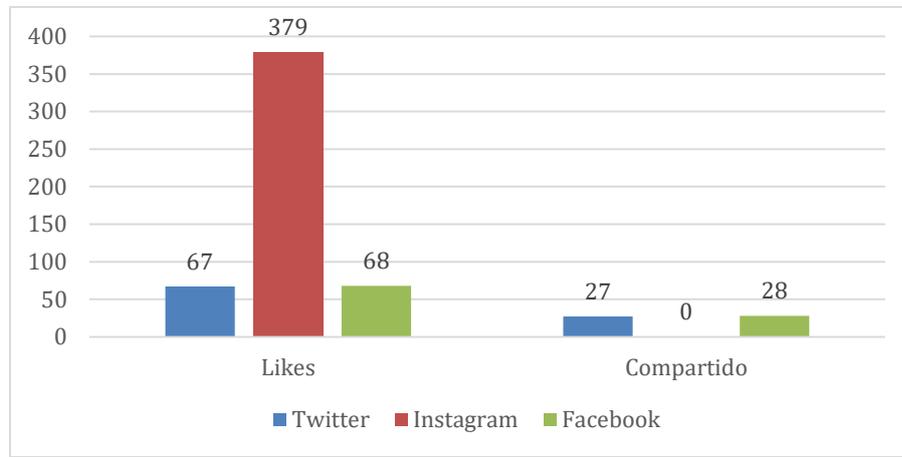
Dejando a un lado las herramientas multimedia, las redes sociales de la empresa siguen la tendencia de dedicarle más espacio a las series (41%), aunque existe una gran diferencia respecto a las otras plataformas, y es que las publicaciones que informan sobre programas son un 38,4%, siendo el 84% de estas en *Twitter*. El 11% del total hablan sobre películas (todas en *Twitter*) y el resto corresponde a la información corporativa (6%) y los documentales (0,66%).

Además del programa *The Script*, donde se hizo la cobertura de la gala de los Globos de Oro (32%), el contenido del que más se informa en las redes de *Movistar Plus* es la serie *El Embarcadero* (17%), cuyo estreno se produjo justo entre las dos semanas de la muestra. Por otro lado, *Movistar Plus*, que también emite *Juego de Tronos*, no da especial protagonismo a la serie (4%). El título más repetido, *The Script*, tiene una media de 50 *me gusta* en sus publicaciones, por lo que se considera que pese a ser el contenido con más protagonismo, no despierta un gran número de interacciones, de hecho está por debajo de la media. En cuanto a las veces que se compartieron estos *posts*, la media es de 13, por lo que tampoco es destacable.

Las redes sociales de *Movistar Plus* tienen una media de *likes* de 4301. Es destacable la media de *likes* de que tiene en *Instagram* (379 de media) frente al resto de redes, *Twitter* y *Facebook* (Gráfico 9), que no superan la media de 70 *likes* (67 y 68). Por

otro lado, la media de veces que los seguidores comparten las publicaciones es de 27, y es muy similar en *Twitter* y *Facebook* (27 y 28).

Gráfico 9. Media de *likes* y de veces que se han compartido las publicaciones de las redes sociales de *Movistar Plus*.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los *hashtags*, *Twitter* es la red que más utiliza esta herramienta, de hecho está en el 99% de sus publicaciones, especialmente en la madrugada de la gala de los Globos de Oro, ya que todos los *tuits* iban acompañados con las etiquetas #GoldenGlobes y #GlobosdeOro2019. En *Facebook* un 60% y en *Instagram* se utiliza bastante menos, de manera puntual (0,77%). Por último, las menciones a otras cuentas externas, que es un 25% en *Facebook* y un 0,4% en *Twitter*. En *Instagram* no se menciona a ninguna cuenta en los catorce días de muestra.

6. Conclusiones

En las conclusiones de este estudio se pueden observar las similitudes que se han extraído sobre la gestión de redes sociales de las tres empresas analizadas, pero también las diferencias que existen y que indican que tienen una serie de factores identificativos que los distinguen del resto de compañías.

Por un lado, *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus* coinciden en dedicar la mayoría del espacio a las series. Las tres plataformas le dan un espacio privilegiado a este tipo de contenidos. Sin embargo, el segundo puesto es más desigual: *Netflix* y *Movistar Plus* tienen claro que son las películas, pero *HBO* se despunta con los documentales, algo que puede suponer una declaración de intenciones por parte de la compañía: ser líderes en ese ámbito y conseguir marcar su sello, diferenciándose de las otras dos plataformas.

Las empresas estudiadas sí coinciden en que la red social que más utilizan es *Twitter* (*Netflix* 70%, *HBO* 36% y *Movistar Plus* 81%), algo que llama la atención porque es la red social que menos interacción genera (Gráfico 3 , Gráfico 6 y Gráfico 9), por lo que esta es una de las conclusiones que se pueden sacar del estudio. Respecto a la

actividad diaria, las RRSS generan una media de entre 6 y 11 publicaciones diarias en las tres empresas, lo que quiere decir que, exceptuando la cobertura que hizo *Movistar Plus* de la gala de los Globos de Oro que fue más amplia, las corporaciones estudiadas siguen un patrón de actividad muy similar. Sin embargo, la única que no publicó algún día fue *Movistar Plus*, el resto compartió información los catorce días de la muestra.

Movistar Plus también se desmarca de *Netflix* y *HBO* con el formato de sus publicaciones, ya que es la única que apuesta por promocionar sus servicios principalmente con vídeos, diferenciándose de la estrategia de las otras dos, que es elegir la fotografía como formato por excelencia para anunciar el lanzamiento de nuevo contenido o informar sobre algún aspecto de la empresa. Como se ha explicado anteriormente, el trío de empresas escogido tiene una competencia muy directa, por lo que toda estrategia que ayude a diferenciarse del resto es clave para llevar a cabo una correcta Comunicación Corporativa.

Un factor que fue clave para la elección de los días de la muestra fue la celebración de la gala de los Globos de Oro. En esta entrega de premios, que se celebra todos los años la primera semana de enero, se galardonan muchos de los contenidos que tienen estas plataformas, especialmente las series de producción propia. Es interesante observar que pese a que *HBO* y *Netflix* tenían mucho contenido nominado, fue solo *Movistar Plus*, el que con un programa especial, hizo una cobertura completa de la gala en *Twitter*. En esta se comentaron los momentos más importantes de la noche y se hizo mención de todos los premiados, estuvieran disponibles o no en su plataforma, y todo ello en directo.

Otro aspecto digno de mención es el protagonismo de las series estrella de cada plataforma, y en especial, de la serie *Juego de Tronos*. Esta mundialmente conocida serie se puede ver en España por dos vías distintas: en *HBO*, donde está el catálogo de toda la serie al completo, y en *Movistar Plus*, donde los espectadores pueden disfrutar de la última temporada que se haya emitido. Teniendo en cuenta la expectación que esta producción genera, no sería de extrañar que ambas plataformas le dieran un papel protagonista. Sin embargo, solo *HBO* aprovecha la estrategia comunicativa de utilizarla como reclamo, ya que le dedica un 20% de las publicaciones. *Movistar Plus* sí la menciona en alguna ocasión (4%), pero prefiere apostar por una producción propia como es la serie *El Embarcadero*, al que le dedica un 17%.

Haciendo un recuento de todo el contenido publicado por las tres empresas, hay un título concreto que prevalece por encima del resto, el de la serie *Juego de Tronos*. Esta, como se ha nombrado anteriormente, está disponible en dos de las plataformas estudiadas, *HBO* y *Movistar Plus*, por lo que supone el 8,5% del total de la muestra de esta investigación (Tabla 1). Sin embargo, el programa de televisión de *Movistar Plus* *The Script* supera esta estadística apareciendo únicamente en el perfil de *Twitter*

de esta plataforma, y es que fue el programa que emitió la gala de los Globos de Oro, y por tanto, la cobertura que ofreció la empresa hace que el programa se considere el 14% de la muestra total.

Por detrás de estos títulos, se sitúan *El Embarcadero* (8,7%) y *YOU* (6,3%), de *Movistar Plus* y *Netflix* respectivamente, dos contenidos propios que se promocionaron con más intensidad durante los días escogidos para la muestra porque su fecha de estreno era muy próxima, por lo que adquirieron protagonismo en sus plataformas de origen. La serie *True Detective*, de *HBO*, pertenece al ránking de los títulos más compartidos por estas plataformas con un 5% del total. En cuanto al resto de contenidos, fueron promocionados de manera más irregular y con menos intensidad por las tres empresas, que contienen un amplio abanico de posibilidades en cada una.

Tabla 1. Ránking de los cinco títulos más nombrados en el estudio.

Nombre	Empresa	Tipo de contenido	Porcentaje de repeticiones (del total de la muestra)
<i>The Script</i>	<i>Movistar Plus</i>	Programa	10%
<i>Juego de Tronos</i>	<i>HBO y Movistar Plus</i>	Serie	8,5%
<i>El Embarcadero</i>	<i>Movistar Plus</i>	Serie	6%
<i>YOU</i>	<i>Netflix</i>	Serie	5%
<i>True Detective</i>	<i>HBO</i>	Serie	4%

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a las estrategias comunicativas que emplean los *Community Managers* de estas empresas, destacan la utilización masiva del contenido multimedia y la utilización de un lenguaje sencillo, directo y coloquial. Esto se debe a que gracias a esta forma de comunicar, las empresas llegan a más públicos, ya que todo el mundo entiende el mensaje que transmiten. Por otro lado, utilizando el contenido multimedia, se crea una atracción de los públicos muy visual, que llama la atención y que invita a que estos a seguir consumiendo e interesándose por los servicios que la empresa ofrece.

Además, las tres corporaciones han utilizado en los catorce días de muestra el *storytelling*, explicado anteriormente, o bien en forma de hilos de *tuits* (una consecución de dos o más *tuits* con relación, que cuentan una historia) o con la publicación de varias fotografías en un mismo álbum de *Instagram*. Con esto, los seguidores se han visto más implicados en la información compartida porque suelen

tener referencias directas hacia ellos, o bien porque en los escritos se hablaba en segunda persona o porque se hacían referencias a temas sociales y de actualidad.

Por otro lado, también ha estado presente la narrativa transmedia. *Netflix*, por ejemplo, promocionó la serie *You* en la misma línea pero con formatos y lenguaje distinto en *Twitter* (texto, fotografías) e *Instagram* (memes).

En definitiva, lo que se ha concluido con este estudio es que *Netflix*, *HBO* y *Movistar Plus* utilizan sus perfiles de *Twitter*, *Instagram* y *Facebook* como herramienta fundamental para su Comunicación Corporativa, ya que la utilizan a diario. Además, se sirven de formatos y estrategias concretas para llegar a los públicos, pero también conseguir diferenciarse las unas de las otras en ciertos ámbitos concretos, como puede ser la especialización en documentales (*HBO*) o la publicación en formato vídeo (*Movistar Plus*).

7. Bibliografía

Aguado, E. y del Pino, C. (2012). "Internet, Televisión y Convergencia: nuevas pantallas y plataformas de contenido audiovisual en la era digital. El caso del mercado audiovisual online en España". *Observatorio (OBS*)*, [online] (4), pp.057-075. Disponible en: <http://obs.obercom.pt>

Aguilera, M., Sosa, A. y de Aguilera, R. (2018). "Comunicación, discursos, algoritmos, poder". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, [online] (40), pp.01-07. Disponible en: <https://institucionales.us.es/ambitos/comunicacion-discursos-algoritmos-poder/>

Alonso González, Marián (2015). "Las redes sociales como canal de comunicación de las marcas de moda españolas. El caso de Zara, Mango y El Corte Inglés". *Index.comunicación: revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 15 (1), 77-105. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/48886>

Alzate, J. and Orozco, J. (2017). "Stakeholders, actores estratégicos en la construcción de marca" *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, (32), pp.95-109. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6815724>

Asociación Española de Responsables de Comunidad Online (2015). *Gestión de comunidades virtuales*. Disponible en: <https://aercomunidad.org/wp-content/uploads/2015/07/AERCO-PSM-Gestión-de-comunidades-virtuales.pdf>

BrandManiac (2019) "¿Para qué sirven los influencers? 8 cosas que pueden hacer por tu marca". Disponible en: <https://www.brandmanic.com/influencers-de-marca/>

Caerols Mateo, R., Tapia Frade, A. y Carretero Soto, A. (2013). "Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado". *Revista de Comunicación Vivat Academia*, [online] (124), pp.68-78. Disponible en: <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/190>

Cabrera Cabrera, M. (2011). "La figura del DIRCOM y su posición estratégica en la empresa actual. Una mirada hacia España". *Alaic*. Disponible en: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT2-Ángeles-Cabrera-Cabrera.pdf>

Capriotti, P. (1999). "Comunicación Corporativa. Una estrategia de éxito a corto plazo". *Reporte C&D – Capacitación Y Desarrollo (Argentina)* 13, p. 3033. Disponible en: http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf

Cascajosa Virino, Concepción Carmen (2006). "No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO". *Revista Zer*, p. 23-33. Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3714>

Castelló Martínez, A. (2010). "Una nueva figura profesional: el Community Manager". *Revista Pangea*, 74-97. Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15229/1/EI%20Community%20Manager_Pangea.pdf

Castelló Martínez, A., Del Pino Romero C. y Ramos, I. "Twitter como canal de comunicación corporativa y publicitaria", *Communication & Society / Comunicación y Sociedad*, Vol. 27, n. 2, 2014, pp. 21-54. Disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=489

Cristófol, F., Segarra, J., y Cristófol, C. (2018). "La Comunicación Corporativa en Facebook de las marcas españolas de moda Zara y Mango" *Revista Prisma Social*, 24, 233-254. Disponible en: <http://revistaprismasocial.es/article/view/2808>

Coolican, Patrick (2008): "Obama goes gloves off, head-on", *Las Vegas Sun*, 14 de enero de 2008. Disponible en: <http://www.lasvegassun.com/news/2008/jan/14/obama-gloves-off>.

Fernández-Gómez, Erika; Martín-Quevedo, Juan (2018). "La estrategia de engagement de Netflix España en Twitter". *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1292-1302. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.12>

García Orosa, B. (2009). *Gabinetes de comunicación on line*. Sevilla: Comunicación social.

Guerrero Hueso, E. (2017). *Nuevas tendencias en el marketing de influencia: el caso de instagram*. Cartagena. Disponible en: <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6041/tfg-gue-nue.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

HBO. (2019). Disponible en: <https://es.hboespana.com/>

IAB España. (2019). *Estudio Anual de Redes Sociales 2018*. Disponible en: https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf

Izquierdo-Castillo, Jessica (2012). "Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de 3 modelos de negocio". *El profesional de la información*, 2012, julio-agosto, v. 21, n. 4, pp. 385-390. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul.09>

Izquierdo-Castillo, Jessica (2015). "El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español". *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, pp. 819-826. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>

Jaén Díaz, M., Lucero Moreno, L., Martín García, J., y Rubio Valdehita, S. (2006). "La comunicación interna como herramienta estratégica al servicio de las organizaciones". *Edupsykhé, revista de psicología y psicopedagogía*, 5(1), 3-31. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2010122>

Lasierra Pinto, Ignacio (2018). "Nuevos caminos en las estrategias narrativas de una serie dramática de televisión: The Wire (HBO, 2002-2008)". Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/34205/Pages%20from%201-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lejarza, M. (2012). El agua y las olas. En B. León (Ed.), "La televisión ante el desafío de internet". Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=677937>

Llorente Barroso, Carmen (2009). "Happing: Nativos Digitales al Servicio de la Imagen Corporativa de Coca-Cola". *Icono 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes* [en línea] 2009, 7 (Enero-Junio) : [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2019] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556590011>

Molina Cañabate, J. (2017). *Comunicación corporativa*. Madrid: Grupo 5.

Miquel- Segarra, S. y Aced, C. (2018). "El rol de la comunicación interna ante los desafíos de la digitalización". *Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies*, [online] (15), pp.27/41. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/330245271_El_rol_de_la_comunicacion_interna_ante_los_desafios_de_la_digitalizacion

Netflix Investors - Overview - Profile. (2019). Disponible en: <https://www.netflixinvestor.com/ir-overview/profile/default.aspx>

Paoli, A. (2011). "Comunicación e Información". *Comunicación E Información, Perspectivas Teórica*, 11-17.

Pino, C.d. y Aguado, E. (2012). "Comunicación y tendencias de futuro en el escenario digital: el universo "sisomo" y el caso de la plataforma *Netflix*" [online]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/36498>

Polo, M., Fondevila, J., y Miotto, G. (2018). "My Time: incidencia de la televisión a la carta en la evolución del prime time en España". *Revista Latina De Comunicación Social*. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1253/12es.html>

Ramírez, Vicente (2017). "House Of Cards o cómo Netflix usó el Big Data para crear un éxito", *Ecommerce News*, 17 de abril de 2017. Disponible en: <https://ecommerce-news.es/house-of-cards>

Rincón Quintero, Y. (2014). "Vinculación de relaciones públicas, comunicación corporativa, y logística en la organización". *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 12 (1), 47-59. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v12n1/v12n1a04.pdf>

Rivera, D. (2012). "¿Qué es *transmedia* y *storytelling*?" [online] Best | Agencia de comunicación. Disponible en: <https://agencia.best/blog/transmedia-y-storytelling>

Rivera, D. (2018). "¿La comunicación necesita entretener? *Tendencias marketing y comunicación digital para 2019: la generación que transforma la tecnología*" [online] pp.21-25. Disponible en: <http://tendencias2019.agencia.best/>

Ros-Martín, M. (2009). "Evolución de los servicios de redes sociales en internet". *El Profesional De La Informacion*, 18(5), 552-558. doi: 10.3145/epi.2009.sep.10

Sánchez Calero, M. "Desarrollo de la comunicación externa en la empresa". *Asociación De Egresados Y Graduados PUCP*.

Sanmartín Cuevas, X. (2013). "La nueva forma de ver la tele amenaza al "prime time" y abre la puerta al "my time."". Disponible en: <http://www.elcorreogallego.es/tendencias/ecg/nueva-forma-ver-teleamenaza-prime-time-abre-puerta-my-time/idEdicion-2013-02-09/idNoticia-790391/>

Sebastián Morillas, A.; Monfort, A.; López, B. (2018). "Análisis de las tendencias en contenidos y plataformas de comunicación de marca en España". *Doxa Comunicación*, 27, pp. 147-171. Disponible en: <http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/9812/1/Articulo%207%20%28ES%29%20print.pdf>

TapInfluence. (2018). *8 Things Influencers Can Do for Your Brand*. Disponible en: http://pages.tapinfluence.com/hs-fs/hub/256900/file-1656024201-pdf/TapInfluence_eBook_v11_Final.pdf?submissionGuid=b2c00610-2eed-4552-b723-7eb5fd2d3a9e

Vargas, Mario (2011): "Los dioses indiferentes", *El País*, Madrid, 23 de octubre de 2011. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/opinion/dioses/indiferentes/elpepiopi/20111023elpiopi_11/Tes.f

Vueling. (2012). *Vueling Air Gallery Making Of* [Video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=6tac7OUfU4Y>

8. Anexos

8.1 Netflix.

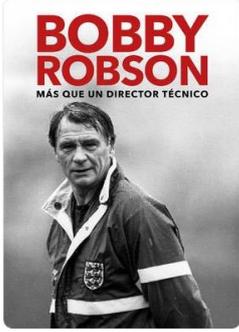
8.1.1 Twitter.



Netflix España retweeted

Carles Escolán @CarlesEscolan · 2 ene.

Por fin, ayer, puede ver el documental de @NetflixES sobre Bobby Robson. Un reportaje IMPERDIBLE para los amantes, o no, del fútbol. Especialmente chocante, por su aspecto, la aparición de Paul Gascoigne (un ídolo de mi juventud).
#mustwatch #must



4 23 114

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 1 ene.

En 2019 @NetflixES estrenará más de 90 películas en exclusiva. No podemos tener más ganas, así que os vamos a contar algunos detalles de 13 de ellas.

135 1.3K 6.2K

Netflix España retweeted

Javier Roca @JavixuRoca · 30 dic. 2018

Yo después de ver #BirdBox o #ACiegas en @NetflixES



0:17 47,8 mil reproducciones

13 288 887

Netflix España @NetflixES · 2 ene.

Cuando no le gusta tu comida favorita: todo bien.
Cuando no le gusta tu canción favorita: bueno, todo bien.
Cuando no le gusta tu serie favorita: tenemos que hablar.

24 662 2.7K

Netflix España @NetflixES · 2 ene.

Cómo terminar una discusión sobre qué película ver en familia:



Pago la suscripción de Netflix.

5 153 741

Netflix España @NetflixES · 2 ene.

Tú intentando buscar información de una serie sin comerte ningún spoiler.



39 1.2K 4.1K

Netflix España @NetflixES · 3 ene.

TEOTFW + Skins + x = #SexEducation llega el 11 de enero.



2:06 73,1 mil reproducciones

27 296 1.4K

Netflix España @NetflixES · 3 ene.

BoJack Horseman es un cuadro de serie. Literalmente 🐾
twitter.com/Valeriatt/stat...

Este Tweet no está disponible.

4 48 238

Netflix España @NetflixES · 3 ene.
Hay idiomas universales. En el colegio de Nuestra señora de la Inmaculada o en Las Encinas. #DerryGirls #Élite

11 106 729

Netflix España @NetflixES · 3 ene.
The Punisher vuelve el 18 de enero. Y Frank Castle no está nada contento, como es habitual.

The Punisher

76 836 2,2K

Netflix España @NetflixES · 3 ene.
😴 Que se duerma en mitad del episodio.
👁️ Que pare el capítulo para ir a la nevera.
🗣️ Que comente cada escena en alto.
🧠 Que no se acuerde de la temporada anterior, pregunte en alto cada cinco minutos y pare el episodio veinte veces para ubicarse.

150 1,1K 4,4K

Netflix España @NetflixES · 4 ene.
Mira la magia de mi melena. #Reputation

14 204 790

Netflix España @NetflixES · 4 ene.
Deseo para 2019: memorizar con la misma facilidad los nombres de personajes históricos que los de las series.

19 666 2,5K

Netflix España retweeted
Lupe @Lupe_ · 4 ene.
La pareja peleándose en lo de Marie Kondo:
- ¿TE DAN ALEGRÍA ESAS PERCHAS DEL GARAJE? ¿TE DAN PUTO ALEGRÍA?

13 94 301

Netflix España @NetflixES · 4 ene.
Decenas de padres indignados ante un incidente con los #ReyesMagos2019. @EqInvestigacion ya está investigando el caso.

1:55 | 219 mil reproducciones

119 2,9K 6,1K

Netflix España @NetflixES · 4 ene.
Tú esperando a que lleguen tus amigos para salir a perrear. #AmigosCaninos

5 56 424

Netflix España retweeted
SOFISTA @MasusanLovato · 2 ene.
Llevo 3 capis de una serie francesa en Netflix llamada "Amor Ocasional" que no me puede FLIPAR más. Enganchadísima.

14 30 313

Netflix España @NetflixES · 5 ene.
Una semana esperando a las Reinas puede hacerse más larga que un año esperando a los Reyes. Un nuevo episodio de #RuPaul All Stars 4 ya disponible.

6 34 332

Netflix España @NetflixES · 5 ene.
Esta noche no olvides dejarle agua a los camellos. #Narcos



21 399 1,6K

Netflix España @NetflixES · 5 ene.
Tú dándole a 'Ver siguiente episodio' sin dejar que termine la cuenta atrás de 3 segundos.



15 397 1,6K

Netflix España retweeted
Adrián Ledo @ledob · 5 ene.
¿Os gustó Bodyguard? Pues aquí os dejo otras 7 series inglesas fantásticas que podéis ver en @NetflixES:

- Happy Valley
- Broadchurch
- Line of Duty
- Luther
- La Caza
- River
- Doctora Foster



51 128 720

Netflix España retweeted
Paco García @DexertoPaco · 5 ene.
Anoche terminé de ver "A Series of Unfortunate Events" en @NetflixES.

Simplemente me parece increíble la serie en general y una adaptación de los libros de 10.

Sin hablar de la actuación espectacular del personaje de Olaf de @ActuallyNPH.

3 23 147

Netflix España retweeted
Noemí J. Furquet @noemijfurquet · 5 ene.
Menuda maratón nos hemos pegado estos días con Plan Coeur/Hookup Plan. Por fin @NetflixES saca una serie francesa que mola... Quiero más... 😍



10 13 123

Netflix España @NetflixES · 6 ene.
Los Reyes te han dejado 8 regalitos en nuestra casa. El 1 de febrero puedes pasar a recogerlos.



1.61 M reproducciones 0:34 / 0:34

3.1K 21K 50K

Netflix España @NetflixES · 6 ene.

¿Te imaginas abrir los regalos de Reyes y pedir ya los del año que viene? Pues lo mismo con las temporadas nuevas.

130 355 2.7K

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Michael Douglas ha ganado el Globo de Oro a Mejor Actor en una Serie de Comedia o Musical. Y sí, 'El método Kominsky' es la mejor serie que aún no has visto. #GoldenGlobes



11 91 547



7 230 835

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

ROMA ha ganado el Globo de Oro a Mejor Película Extranjera. Pensábamos que ya habíamos acabado de llorar con ella pero parece ser que no. #GoldenGlobes



2 50 205

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Hay personas que están destinadas a reescribir la Historia del Cine. @alfonsocuaron ha ganado el Globo de Oro a Mejor Dirección. ¡Enhorabuena! #GoldenGlobes



3 42 173

Netflix España @NetflixES · 6 ene.

Presentamos: La #GorraDelInvisibilidad de Joe.

Ahora le ves



Ahora no le ves



42 792 2.8K

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 6 ene.

Un sueño: que todos los lunes después de una gala de premios fueran festivos. #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019

6 110 442

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Muchas de las imágenes de 'American Crime Story: El asesinato de Gianni Versace' que siguen clavadas en nuestra memoria están protagonizadas por Darren Criss. Y acaba de ganar el Globo de Oro a Mejor Actor de Miniserie. #GoldenGlobes



1 77 352

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

'El método Kominsky' ha ganado el Globo de Oro a Mejor Serie de Comedia. Lo dicho:

Netflix España @NetflixES

Michael Douglas ha ganado el Globo de Oro a Mejor Actor en una Serie de Comedia o Musical. Y sí, 'El método Kominsky' es la mejor serie que aún no has visto. #GoldenGlobes

Mostrar este hilo

1 11 92

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Una gran historia, una gran serie, un gran mensaje. 'El asesinato de Gianni Versace: American Crime Story' ha ganado el Globo de Oro a Mejor Miniserie. [#GoldenGlobes](#)



4 36 207

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Y cerramos con el gif más importante de la noche. [#GoldenGlobes](#)



2 30 182

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Cuando ves que llegan los exámenes y, aunque habías planeado estudiar mucho estas navidades, elegiste otra aventura.



0:04 115 mil reproducciones

40 2.0K 5.4K

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 7 ene.

Si no te mata el trabajo, lo hará la jubilación. [#Polar](#) está basada en la novela gráfica del español Víctor Santos. Y será la nueva película de Mads Mikkelsen y Vanessa Hudgens.



2:26 64,9 mil reproducciones

12 226 815

Netflix España @NetflixES · 7 ene.

Love, Death & Robots. ¿Nos precipitamos si decimos que estamos ante el mejor nombre de serie del 2019? Una antología de animación de David Fincher y Tim Miller.



12 128 696

Netflix España retweeted

Mª Ángeles @M_AngelesPB90 · 7 ene.

Haciendo caso a las elecciones de los [#GoldenGlobes](#) viendo [#ElMetodoKominsky](#) @NetflixES 🍷🍷

4 6 77

Netflix España retweeted

Javi @srjaviolo · 8 ene.

Lo que queda de enero en [@NetflixES](#):

Día 11: Titans (S1)
 Día 18: The Punisher (S2), Carmen Sandiego (S1) y Star Trek Discovery (S2: capítulo semanal)
 Día 25: Kingdom (S1) y Polar



6 45 197

Netflix España @NetflixES · 8 ene.

Lloras de la risa y lloras a secas. [#ElMetodoKominsky](#) ha ganado el Globo de Oro a mejor serie de comedia y ya es un must.



2:23 20,1 mil reproducciones

5 46 262

Netflix España @NetflixES · 8 ene.
Tú cuando te metes en una discusión en la que no tienes nada que ver.



6 301 1,1K

Netflix España @NetflixES · 8 ene.
Ese momento en el que escuchas a alguien hablar de la serie que te encanta:



10 197 775

Netflix España retweeted
Gaspar Muñoz @gmuñozsoria · 8 ene.

Reconozco que no daba un duro por la serie 'You' de @NetflixES antes de verla pero me ha enganchado rápidamente y me ha sorprendido mucho. Espero segunda temporada! 🤔

21 63 522

Netflix España @NetflixES · 8 ene.
Parece que Joe tiene un stalker. #YouNetflix



62 1,3K 5,5K

Netflix España @NetflixES · 9 ene.
De 0 a Beyoncé. ¿cómo han sido tus primeros días de 2019?



25 193 902

Netflix España retweeted
WWF España @WWFespana · 9 ene.

Este año estrenamos una serie con @NetflixES que te dejará asombrado. El mejor contenido, la mayor calidad de producción y unas imágenes increíbles de un planeta maravilloso, que está vivo y nos une a todos. En abril empieza el espectáculo



9 160 480

Netflix España @NetflixES · 9 ene.
Chica de Fiji: La precuela. #YouNetflix



Ana Guerra / War
22 245 1,4K

Netflix España @NetflixES · 9 ene.
¿Te imaginas morir y revivir todas las noches mientras estás de fiesta? La serie #MuñecaRusa llega el 1 de febrero.



26 262 1,2K

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 9 ene.
 En todo lo que salga @AnthonyMackie estamos dentro. La película Ó llega el 18 de enero a @NetflixES.



2:05 | 24,5 mil reproducciones

4 67 244

Netflix España @NetflixES · 9 ene.
 Un día eres joven y al siguiente estás doblando hasta las pelusas por el Método #MarieKondo.

28 371 1,4K

Netflix España @NetflixES · 10 ene.
 Solos están rotos, juntos son #Titanes. Mañana.



56 474 1,6K

Netflix España @NetflixES · 10 ene.
 Creyendo en el cielo, viviendo en el infierno. El documental #ExamenDeConciencia, sobre los abusos sexuales en la Iglesia en España, llega el 25 de enero.



1:11 | 4,57 M reproducciones

15 260 603

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 10 ene.
 ¿Sabéis eso de "cuando el arte cobra vida"? Pues en 'Velvet Buzzsaw' es literal. La película llega el 1 de febrero y viene con Jake Gyllenhaal, Rene Russo, Toni Collette. @DaveedDiggs @NataliaDyer @BillyMagnussen y John Malkovich.



2:39 | 42,6 mil reproducciones

10 163 561

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 10 ene.
 'Elisa y Marcela', la nueva película de @Coixetsabel con @NataliaDeMolina y @gretafernandez, participará en la @Berlinale y "pausa por la emoción" no estás viendo ninguna lagrimita. #Berlinale2019



Natalia de Molina y a Greta Fernandez

5 102 318

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
 ¿Nos vemos en tu casa para ""estudiar""? #SexEducation ya disponible.



2:06 | 33,2 mil reproducciones

11 150 698

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
 Los #Titanes tienen poderes pero, ¿sabrán controlarlos? Todos los episodios ya disponibles.



2:01 | 40,9 mil reproducciones

21 263 903

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
Nuestro cerebro acaba de explotar.

Mari Carmen Nicolás @MariCarmenNI
Hola @NetflixES, me inquieta que #You sea el equivalente a pronunciar Joe en español. Es solo casualidad? Por cierto, la serie me ha encantado!

16 201 1,0K

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
Es imposible que se pueda mantener al margen. El 18 de enero, la segunda temporada de #ThePunisher.



2:18 22 mil reproducciones

20 99 383

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
Condragulations, ya tienes plan para el fin de semana (y un nuevo episodio de All Stars mañana) 🎉.

Zeus @ZeusLaand
¡Pero que @NetflixES nos ha puesto todas las temporadas de RuPaul's Drag Race 🙌🏻! 🙌🏻!

71 152 790

Netflix España @NetflixES · 11 ene.
Han llegado:
- Titanes
- Sex Education
- Solo
- Todas las temporadas de RuPaul
Y hay una ola de frío polar. ❄️

371 1,0K 7,6K

Lorena López @LorenaLofish · 11 ene.
Ha llegado el día. ¡Nuevo capítulo de The Good Place! Gracias. @NetflixES ❤️



0:00 55,7 mil reproducciones

12 50 401

Netflix España retweeted

Netflix Pelis España @NetflixPelis · 11 ene.
Este verano @hoahcent será nuestro novio. Bueno, al menos estará en nuestra peli #LaCitaPerfecta con @CamilaMendes y @Lauramarano.



144 793 5,1K

Netflix España retweeted

Miriam Roars @DoctorandaMia · 11 ene.
No conocía la estupenda 'Friends from college' hasta ayer... que me vi la primera temporada y hoy que me he visto la segunda de estreno 😍 @NetflixES

1 5 87

Netflix España retweeted

Little A @Andrea_ruiz96 · 12 ene.
Cuando te enteras de que @NetflixES ha puesto todas las temporadas de RuPaul Drag Race ❤️



7 52 289

Netflix España @NetflixES · 12 ene.
Lo que te estás preguntando ahora mismo si anoche saliste.

8 74 658

Netflix España retweeted
Aleks @alekssoye · 12 ene.
Ultrarecomendada Derry Girls en @NetflixES Quiero más de esta mierda. Son buenísimas 🤩

21 81 467

Netflix España @NetflixES · 12 ene.
¿Rodeos para quedar con alguien? Un trquito. #SexEducation

18 206 968

Netflix España @NetflixES · 12 ene.
Ojalá un capítulo en el que se encontrasen:

12 257 1,0K

Netflix España @NetflixES · 13 ene.
Tú entre todas tus posesiones después de ver un episodio de #MarieKondo.

3 120 550

Netflix España retweeted
mario dazza @mariodazza · 13 ene.
Muy bien, @NetflixES, ahora mi mujer no deja de llamarme 'Mario Kondo' cada vez que me pongo a recoger. Gracias 😊

5 45 645

Netflix España retweeted
Ignacio Verniere @IVerniere · 13 ene.
#ElMétodoKominsky en @NetflixES transmite carisma en cada plano. Creada por Chuck Lorre, cuenta con unos excelentes Michael Douglas y Alan Arkin. Y aunque el argumento es humorístico, el piloto es super dramático. Otro ejemplo de buena televisión.

El método Kominsky
2018 13+ 1 temporada
El profesor de interpretación Sandy Kominsky y su mejor amigo Norman Newlander tienen la mejor arma para enfrentarse juntos al hecho de hacerse mayores: el buen humor.

4 29 169

Netflix España @NetflixES · 13 ene.
Joe y la eterna duda: ¿quieres o no quieres que Beck lo pille? #YouNetfix

25 134 692

Netflix España retweeted

Chim @MyChimyK · 13 ene.

Oye, Sex Education es muy buena, ¿eh? Es como que empieza de cachondeito y cuando te quieres dar cuenta está tratando temas importantísimos y de la mejor forma posible. Bravo, @NetflixES.

29 892 3.1K

Netflix España retweeted

Rosa Asensio @Rosita_Corner · 13 ene.

Nuevas series de @NetflixES para 2019 que merecen muy mucho la pena:

- 1.- Bad Blood, para amantes del mundo gangster e intriga bien pensada.
- 2.- Sex Education, mucho más que la típica serie para adolescentes. El tratamiento de ciertos temas es de lo más realista y motivador.

9 52 428

Netflix España retweeted

dante @dante70793406 · 13 ene.

Domingo tarde de @NetflixES con #Titans #Invierno sofá y manta, buen plan ! 😊

2 6 103

Netflix España @NetflixES · 13 ene.

Hay tres maneras de ver una serie:

1. No saber qué ver
2. Seguir viendo la temporada
3. Ver un episodio de Friends

185 3,6K 11K

Netflix España @NetflixES · 14 ene.

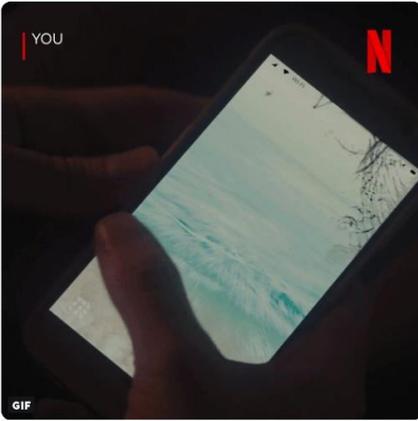
Que piense en ti es AMOR. Que repita tu nombre más de 20 veces durante el primer episodio es una OBSESIÓN.



14 124 525

Netflix España @NetflixES · 14 ene.

Pedirle su número de teléfono es AMOR. Robarle su teléfono es OBSESIÓN.



4 33 165

Netflix España @NetflixES · 14 ene.

Preguntar dónde vive es AMOR. Espiar por su ventana es OBSESIÓN.



4 43 213

Netflix España @NetflixES · 14 ene.

Proponerle una ducha juntos es AMOR. Meterte en su ducha sin que ella lo sepa es OBSESIÓN. #YouNetflix



7 40 240

Netflix España @NetflixES · 14 ene.
Tener una madre sexóloga puede ser una ventaja. O bastante incómodo.
#SexEducation

Me he dado cuenta de que finges que te masturbas,
GIF

21 75 448

Netflix España @NetflixES · 14 ene.
Nosotros intentando no comentar el teaser de Juego de Tronos.

FRIENDS
GIF

92 2,0K 7,3K

8.1.2 Instagram.

Le gusta a **nch.prz** y **80.078 personas más**

netflixes El de este año va a ser el mejor verano de nuestras vidas. #StrangerThings3
Ver los 2.189 comentarios

lallamada_ Imagínate a #MariaCasado en Hawkins... @netflixes! 🤩🤩

1 de enero

Le gusta a **turespiracion** y **24.096 personas más**

netflixes DREAM TEAM: #APesarDeTodo. La peli llega este año.

@blanca_suarez
Ver los 53 comentarios

2 de enero



1/8



Le gusta a **tu respiracion** y **22.797 personas más**

netflixes TEOTFW + Skins + 🍷 x ❤️ = #SexEducation llega el 11 de enero.

Ver los 151 comentarios
3 de enero



Le gusta a **itsaso.a.j** y **46.627 personas más**

netflixes Situación sentimental: en un crush con @mariapedraza_ y @ester_exposito

Ver los 164 comentarios
ester_exposito 🐱

3 de enero

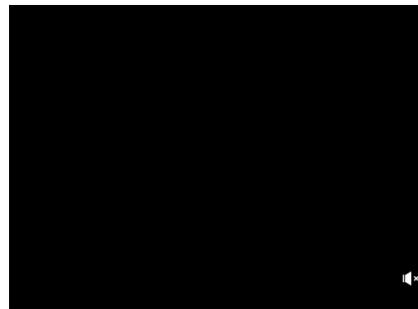
Mira la magia de mi melena 🧙💙



292.127 reproducciones • Le gusta a **vicenteausina**

netflixes El concierto #Reputation de @taylorswift ya disponible.

Ver los 362 comentarios
4 de enero



571.902 reproducciones • Le gusta a **vicentmartinez_ y r3mora**

netflixes Los Reyes te han dejado 8 regalitos en nuestra casa. El 1 de febrero puedes pasar a recogerlos.

Ver los 12.520 comentarios

dannapaola 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌

anniset ❤️😭 Muero. ¡Nunca son suficientes maratones de Harry Potter!

6 de enero

Ahora le ves

1/2



Le gusta a nopierdaslasonrisa y 71.383 personas más

netfixes #GorraDelInvisibilidad #YouNetflix

Ver los 2.089 comentarios

6 de enero



Le gusta a marespadaarzo y 72.623 personas más

netfixes Está el patio como para repetir curso.

@omarayuso

Ver los 532 comentarios

omarayuso uuuuu

omarayuso @christianvlc93 pues si

7 de enero

Thank u, next



Le gusta a vicenteausina y 38.849 personas más

netfixes Ubícate, Joe. #YouNetflix

Ver los 369 comentarios

7 de enero · Ver traducción



Le gusta a nch.prz y 26.714 personas más

netfixes @kiernanshipka le llama Timmy, pero call him by his new name: Enrique V de Inglaterra. @tchalamet protagonizará "The King" este año.

Ver los 67 comentarios

8 de enero



Le gusta a **vicenteausina** y **17.913 personas más**

netflixes La típica foto con cara de buena que le enseñas a tu madre. #DerryGirls

@nicolacoughlan

Ver los 83 comentarios

9 de enero



Le gusta a **nch.prz** y **24.670 personas más**

netflixes Una obra de arte. Y el cuadro también parece interesante. 😊

@ursulolita

Ver los 72 comentarios

10 de enero



Le gusta a **nopierdaslasonrisa** y **54.815 personas más**

netflixes Joe y la eterna duda: ¿quieres o no quieres que lo pille Beck? #YouNetflix

Ver los 769 comentarios

10 de enero



Ojalá mi madre fuera una gurú del sexo.



Le gusta a **vicenteausina** y **10.051 personas más**

netflixes ¿Aún te da vergüenza ver una escena de sexo con tus padres? Pues toma dos tazas. #SexEducation ya disponible.

Ver los 73 comentarios

11 de enero

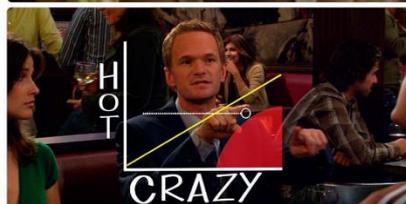


Le gusta a [itsaso.a.j](#) y **50.080 personas más**

netfixes Este verano [@ncentineo](#) será nuestro novio. Otra vez. Bueno, al menos estará en la peli [#LaCitaPerfecta](#) con [@camimendes](#) y [@lauramarano](#).

Ver los 1.171 comentarios

11 de enero



Le gusta a [nopierdaslasonrisa](#) y **37.521 personas más**

netfixes No es fácil superar la escala de Barney, pero Joe está a punto de romperla. [#YouNetflix](#) [#HIMYM](#)

Ver los 384 comentarios

12 de enero



Le gusta a [tuinspiracion](#) y **36.757 personas más**

netfixes Todos tenemos nuestro punto débil, ¿no? [#SexEducation](#)

Ver los 464 comentarios

12 de enero



Le gusta a [nopierdaslasonrisa](#) y **67.693 personas más**

netfixes Las cuatro chicas del cable empiezan a rodar la cuarta temporada. Un momento... ¿Cuatro? ¿DÓNDE ESTÁ CARLOTA?

.

.

[@blanca_suarez](#)

Ver los 1.188 comentarios

13 de enero



Le gusta a **tu respiracion** y **30.205** personas más

netfixes La tirita de de Clay y Otis o cómo diferenciar a los tipos buenos del instituto.
#Por13Razones #SexEducation

Ver los 179 comentarios

14 de enero

8.1.3 Facebook.





Netfix

Medio de comunicación/noticias

Enviar mensaje

264

31 comentarios 11 veces compartido

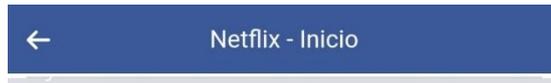


Bruce Springsteen se desnuda. Vale, no literal, pero te va a emocionar igual.



347

83 comentarios 84 veces compartido



Netfix

3 de enero a las 17:59

The Punisher vuelve el 18 de enero. Y Frank Castle no está nada contento, como es habitual.



7589

944 comentarios 2146 veces compartido

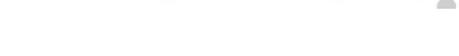


Decenas de padres indignados ante un incidente con los #ReyesMagos2019.



11 mil

3547 comentarios 7188 veces compartido





Netflix

9 de enero a las 18:30 · 🌐



Salva la Tierra o abandónala. La película **ÍO**, con Anthony Mackie, llega el 18 de enero.



552

117 comentarios 183 veces compartido



Creando en el cielo, viviendo en el infierno. El documental **#ExamenDeConciencia**, sobre los abusos sexuales en la Iglesia en España, llega el 25 de enero.



319

94 comentarios 375 veces compartido



Es imposible que se pueda mantener al margen. El 18 de enero, la segunda temporada de #ThePunisher.



👍❤️😱 451
75 comentarios 129 veces compartido

¿Sabéis eso de "cuando el arte cobra vida"? Pues en #VelvetBuzsaw es literal. La película llega el 1 de febrero.



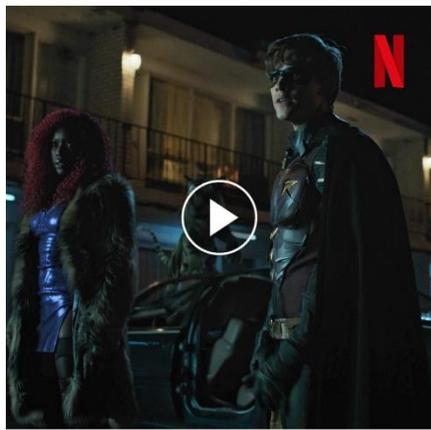
👍❤️😱 1081
289 comentarios 328 veces compartido

Ojalá un capítulo en el que se encontrasen.



👍😂❤️ 296
24 comentarios 21 veces compartido

Los #Titanes tienen poderes pero, ¿sabrán controlarlos? Todos los episodios ya disponibles.



👍❤️😱 674
178 comentarios 184 veces compartido

← Netflix - Inicio

Netflix
8 de enero a las 20:10 · 🌐

#MarieKondo

Tú cuando te metes en una discusión en la que no tienes nada que ver.



I'm so excited because I love mess.

👍👍👍 222
7 comentarios 26 veces compartido

← Netflix - Inicio

Netflix
8 de enero a las 17:49 · 🌐

Presentamos: La gorra de la invisibilidad de Joe.
#YouNetflix

Ahora le ves Ahora no le ves



Netflix
Medio de comunicación/noticias

👍👍👍 1732
526 comentarios 159 veces compartido

Enviar mensaje

← Netflix - Inicio

Netflix
7 de enero a las 20:33 · 🌐

Love, Death & Robots. ¿Nos precipitamos si decimos que estamos ante el mejor nombre de serie del 2019? Una antología de animación de David Fincher y Tim Miller.



👍👍👍 125
11 comentarios 16 veces compartido

← Netflix - Inicio

Si no te mata el trabajo, lo hará la jubilación. #Polar está basada en la novela gráfica del español Víctor Santos. Y será la nueva película de Mads Mikkelsen y Vanessa Hudgens.



👍👍👍 792
91 comentarios 267 veces compartido

← Netflix - Inicio

Los Reyes te han dejado 8 regalitos en nuestra casa. El 1 de febrero puedes pasar a recogerlos.



👍👍👍 38 mil
45 mil comentarios
45 mil veces compartido

← Netflix - Inicio



Narcos 5 de enero a las 12:21 · 🌐

Esta noche no olvides dejarle agua a los camellos.

👍👍👍 403
24 comentarios 51 veces compartido

8.2 HBO

8.2.1 Twitter

HBO España @HBO_ES · 1 ene.
Es un año que no vamos a olvidar. #JuegoDeTronos



36 1,5K 3,1K

HBO España @HBO_ES · 1 ene.
2014. Isabel Carrasco, presidenta de la diputación de León por el Partido Popular, muere tiroteada.
¿Cuál fue el motivo de su asesinato?
Muerte en León ya está disponible en hboespans.com



15 49

HBO España retweetó **Fuera de Series** @fueraadeseries · 2 ene.
Comenzamos el día con energía. @HBO_ES rescata la brillante #MuerteEnLeón, la serie documental que trata el asesinato de Isabel Carrasco. ¡No os la podéis perder!

Aquí os dejamos la crítica de @MaritxuOlazabat:

Crítica: HBO España rescata la brillante 'Muerte en...
La serie documental que trata el asesinato de Isabel Carrasco vuelve con más ganas que nunca fueraadeseries.com

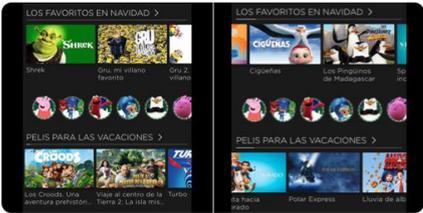
3 8 22

HBO España retweetó **Fuera de Series** @fueraadeseries · 3 ene.
La nueva temporada de #TrueDetective llega el 14 de enero a @HBO_ES. Una vuelta a los orígenes...



14 39

HBO España @HBO_ES · 3 ene.
Si, están en la sección Kids, y sí, tú también quieres verlas. #HBOEspaña.



4 4 26

HBO España @HBO_ES · 4 ene.
1 asesinato a plena luz. 3 acusadas.
#MuerteenLeón te espera en #HBOEspaña.

Muerte en León | Tráiler | HBO España
La verdad del crimen que conmocionó a todo el país. El 1 de enero disfruta de la serie documental, Muerte en León. Solamente en HBO España - Las mejores seri... youtube.com

6 12

HBO España @HBO_ES · 4 ene.
Esta es la historia sobre cómo ocurrió todo. #Brexit

8 de enero en #HBOEspaña.

2 16 74

HBO España @HBO_ES · 4 ene.
#FutureMan vuelve y sube de nivel.

La temporada 2 llega el 12 de enero.
Temporada 1 ya disponible en hboespana.com

4 32

HBO España @HBO_ES · 4 ene.
¿Fueron felices y comieron perdices?

#TellMeAStory

5 27

HBO España retweeted

Lorenzo Mejino @lmejino · 4 ene.
He podido ver completo el próximo estreno original del próximo domingo en @HBO_ES la miniserie croata #Success dirigida por el oscarizado Danis Tanovic y os puedo adelantar que es de lo mejor que ha hecho la rama europea de HBO. Muy intensa y gran tensión

7 16 78

HBO España @HBO_ES · 5 ene.
Más pistas, más confusión.

#Manifest vuelve el martes con un nuevo episodio.

2 3 39

HBO España retweeted

Fuera de Series @fueraadeseries · 5 ene.
#Pose se ha convertido en un pequeño fenómeno en @HBO_ES y ha conseguido colocarse en la lista de nominadas a mejor serie en los #GlobosDeOro2019. Aquí os dejamos nuestra crítica:

fdseri.es/2K3SPBN

3 7

HBO España @HBO_ES · 5 ene.
Ya vienen los Reyes, y no son los de siempre #JuegoDeTronos



3 129 275

HBO España @HBO_ES · 6 ene.
No os atragantéis con el roscón.

#ReyesMagos2019 #JuegoDeTronos



2 206 518

HBO España @HBO_ES · 7 ene.
Todo empieza aquí, 2019 en #HBOEspaña



4 67 225

HBO España @HBO_ES · 7 ene.
La cuenta atrás ha empezado #BigLittleLies



Reese Witherspoon, Zoe Isabella Kravitz y Laura Dern

11 221 573

HBO España @HBO_ES · 8 ene.
Atención pasajeros del vuelo 828: un nuevo episodio de #Manifest ha aterrizado en #HBOEspaña



4 8 30

HBO España retweeted **Yonomeaburro** @Yonomeaburro · 7 ene.
#Success, la nueva serie de @HBO_ES ambientada en el Zagreb, es canela fina. Comienza con el encuentro de cuatro desconocidos en una situación que se les irá de las manos. Denuncia social implacable, magnífica puesta en escena y personajes con chicha. Cuidado que engancha.

3 9 66

HBO España retweeted

Mundoplus.tv @mundoplustv · 7 ene.

Estaba cantado!!! Sandra Oh se lleva el premio a mejor actriz en serie dramática por su papel en "Killing Eve" #GlobosDeOro #series @HBO_ES



1 6 11

HBO España @HBO_ES · 8 ene.

¿Quién estuvo en las sombras del #Brexit?

Brexit ya disponible en #HBOEspaña.



1 12 19

HBO España @HBO_ES · 8 ene.

Un cuervo recién llegado de Invernia nos trae nueva información sobre la precuela de Juego de Tronos.

Hollywood Reporter @THR

#GameOfThrones Prequel Casts 8 Rising Stars
bit.ly/2AzPZCV



3 29 86

HBO España retweeted

Lu @luciaguitangar · 8 ene.

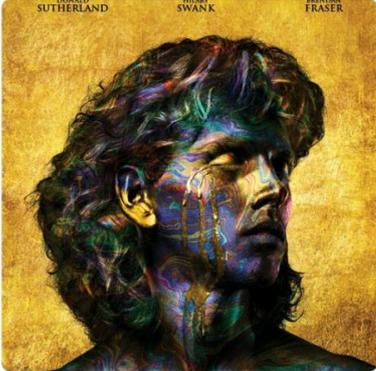
Menuda joyita la última obra de Benedict Cumberbatch en #BrexitTheUncivilWar para @HBO_ES



2 18

HBO España retweeted

Things Hunter @thingshunter · 9 ene.
Acabo de terminar de ver 'Trust' en @HBO_ES
Es increíble. Qué historia... Al final parece que sí, que la realidad siempre supera la ficción.



3 5 38

HBO España @HBO_ES · 9 ene.
"Todo el mundo sabe quién ganó, pero no todos saben cómo"
[#Brexit](#) en [hboespana.com](#)

Nacho Lorente @nacholorente
'Brexit' en @HBO_ES es un películón sobre la estratégica campaña del #Brexit que muchos han cuestionado. Hoy he escrito sobre ella en @elconfidencial. Además solo por disfrutar del gran Benedict Cumberbatch hay que verla...

1 5 18

HBO España @HBO_ES · 9 ene.
Así comienza [#MuerteenLeón](#).
Lo que sigue es la historia del asesinato de Isabel Carrasco.
Ya disponible en [hboespana.com](#)



1:01 3.112 reproducciones

8 17 29

HBO España @HBO_ES · 9 ene.
Nuevo caso. nuevo detective.

La temporada 3 de True Detective, protagonizada por Mahershala Ali y Stephen Dorff, se estrena con dos episodios el 14 de enero en [hboespana.com](#)



1 14 69

HBO España retweeted

Victor Sala @vsalaf · 9 ene.

A les 21h un serón en pantalla gegant. La preestrena de #TrueDetective3! Oh yeah @SZSfest i @HBO_ES!



Phenomina experience

1 7 49

HBO España retweeted

SERIELIZADOS @SERIELIZADOS · 9 ene.

La cola para ver el preestreno de la 3a temporada de #TrueDetective en el @PhenominaExp ya llega hasta la esquina.

¡Dentro de nada, @SZSfest y @HBO_ES ofrecerán en exclusiva el primer capítulo de la temporada a todos estos afortunados! #SZSPremieres



1 5 35

HBO España retweeted

Javier Pérez Alarcón @javipalarcon · 9 ene.

Ya tenéis en @HBO_ES #ClaseLetal (#DeadlyClass), traducida para doblaje y ajustada por mí y con subtítulos adaptados de mi traducción. Un proyecto que estoy disfrutando muchísimo que adapta los cómics de Rick @Remender y que tiene detrás a gente como @Paco_Cabezas y los Russo.



9 22 98

HBO España retweeted

SERIELIZADOS @SERIELIZADOS · 9 ene.

"¿Os ha gustado?"

"¡Síiiii!"

Termina el episodio y la respuesta es unánime. Se viene temporada de #TrueDetective en @HBO_ES.



3 6 22

HBO España @HBO_ES · 10 ene.

Su historia no ha terminado.

La temporada 2 de #KillingEve llega el 8 de abril a #HBOEspaña.



4 45 141

HBO España @HBO_ES · 10 ene.
 #TalDiaComoHoy hace exactamente 20 años que conocimos a Los Soprano.



soprano
 "AL FINAL, TUS AMIGOS VAN A DECEPCIONARTE. LA FAMILIA ES LO ÚNICO EN LO QUE PUEDES CONFÍAR."
 20 ANIVERSARIO
 HBO ESPAÑA

2 55 91

HBO España @HBO_ES · 10 ene.
 Ellos te lo cuentan todo.
 #JuegodeTronos: Camino a la temporada final - Los personajes en #HBOEspaña.



0:06 7.161 reproducciones
 HBO ESPAÑA

2 31 116

HBO España @HBO_ES · 10 ene.
 Es un buen día para empezar a ver #LosSopranos.
 #Sopranos20



Los Soprano
 "NO TIENES QUE QUERERME, PERO VAS A RESPETARME."
 20 ANIVERSARIO
 HBO ESPAÑA

2 35 85

HBO España @HBO_ES · 11 ene.
 Un evento violento unirá sus vidas para siempre.
 Todos los episodios de Success, la primera serie croata de HBO Europe del oscarizado Danis Tanović, están en #HBOEspaña.



SUCCESS
 SAFE TO OPEN YOUR EYES SAFE TO SPEAK UP SAFE TO DEFY SAFE TO FIGHT BACK
 HBO ESPAÑA

1 2 9

HBO España rebotted
Sebas Naranjo @NoBombardeenLJIO · 10 ene.
 Tony of the House Sopranos, the First of his Name, Boss of New Jersey, the Di Meo and the Made Guys, Lord of Satriale's and Protector of the Bada Bing, Roman Emperor of Newark, Terror of the Apriles, Cifaretto and Leotardos, Breaker of Teeth, and Dreamer of Ducks.
 #Sopranos20
 Traducir Tweet




HBO Latinoamérica, **HBO España**, HBO y 5 más
 7 102 228

HBO España @HBO_ES · 11 ene.
 Nuevo año, nuevos retos.
 El episodio 4 de #IntoTheDark te espera.



0:08 3.295 reproducciones Pronto será un nuevo año.
 HBO ESPAÑA

1 1 10

HBO España @HBO_ES · 11 ene.
 Este finde ya sabes lo que toca ver ❄️ #friopolar #JuegodeTronos



GIF
 HBO ESPAÑA

3 21 102





8.2.2 Instagram.



Le gusta a **laragonza** y **53.116 personas más**

hbo_es Es un año que no vamos a olvidar.
#JuegodeTronos
 Ver los 1.050 comentarios

alvaarolopez @albalpzm me lo mando cristina :)

aguus.machadoo @agusrodtcher siiiii vuelveeeee

1 de enero



403 Me gusta
hbo_es Cuando Isabel Carrasco, presidenta de la diputación de León por el Partido Popular, murió tiroteada en 2014, dos mujeres fueron detenidas como presuntas autoras del crimen.

La investigación apuntaba a una venganza como móvil del asesinato.

#MuerteenLeón ya está disponible en hboespana.com
 Ver los 5 comentarios

1 de enero



521 Me gusta

[hbo_es](#) #FionaShaw en nuestro #PaseodelaFamaHBOEs

Ver los 7 comentarios

1 de enero



[herrero_gilabert](#)



839 Me gusta

[hbo_es](#) #TrueDetective por [@herrero_gilabert](#)

...

Usa hashtag #HBOEspañaFanArt en tu #fanart o etiquétanos en tus obras. 🎨

Ver los 12 comentarios

2 de enero



409 Me gusta

[hbo_es](#) #CaityLotz en el #PaseodelaFamaHBOEs

Ver 1 comentario

3 de enero

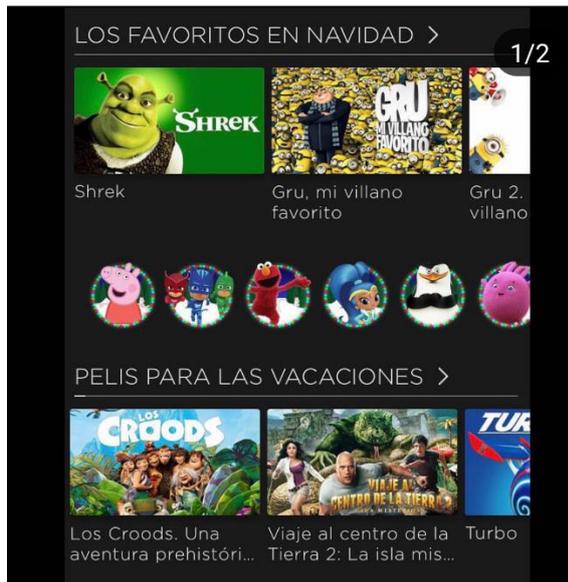


334 Me gusta

[hbo_es](#) ¿Eres uno de nosotros, o eres uno de "ellos"? Sigue #Counterpart en #HBOEspaña.

Ver los 5 comentarios

3 de enero



469 Me gusta

hbo_es Sí, están en la sección Kids, y sí, tú también quieres verlas. [#HBOEspaña](#).

Ver los 8 comentarios

3 de enero



6.189 reproducciones

hbo_es Esta es la historia que nadie conoce. [#Brexit](#) llega el 8 de enero.

Ver los 4 comentarios

4 de enero



562 Me gusta

hbo_es #MuerteenLeón es la historia del asesinato de Isabel Carrasco, Presidenta de la Diputación de León.

Ya disponible en #HBOEspaña.

Ver los 22 comentarios

4 de enero



571 Me gusta

hbo_es ¿Fueron felices y comieron perdices?

#TellMeAStory

Ver los 15 comentarios

4 de enero



146.896 reproducciones • Le gusta a **r3mora** y **coooooo_96**

hbo_es Y ya están preparados para recibirte #JuegodeTronos.

Ver los 421 comentarios

bhony_lorenzo @dianita_cl OMG mierdaaaaa

penalvamarina Ansiedad 100%

4 de enero



519 Me gusta

hbo_es Por fin conocemos toda la verdad. Todos los episodios en #HBOEspaña

Ver los 7 comentarios

4 de enero



424 Me gusta

[hbo_es](#) [#FutureMan](#) vuelve más alocada que nunca.

Temporada 2 -> 12 de enero.

Ver los 4 comentarios

5 de enero



657 Me gusta

[hbo_es](#) [#DeanNorris](#) en nuestro [#PaseodelaFamaHBOEs](#)

Ver los 16 comentarios

5 de enero



559 Me gusta

[hbo_es](#) Más pistas, más confusión.

[#Manifest](#) vuelve el martes con un nuevo episodio.

Ver los 13 comentarios

5 de enero



1.749 Me gusta

[hbo_es](#) No os atragantéis con el roscón... .

.

.

.

.

.

.

[#ReyesMagos](#)

[#JuegodeTronos](#)

Ver los 23 comentarios

6 de enero

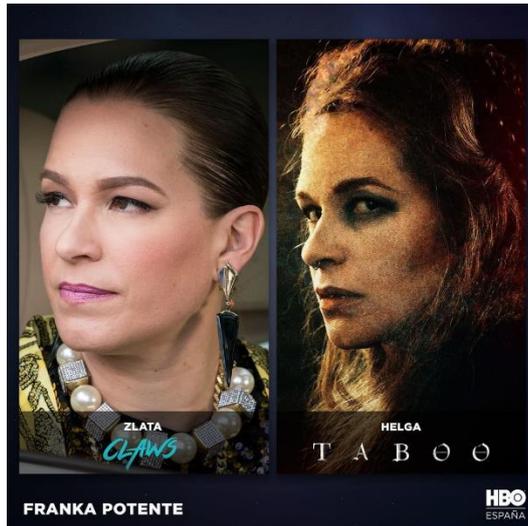


318 Me gusta

hbo_es Un evento violento unirá sus vidas para siempre.

Todos los episodios de Success, la primera serie croata de HBO Europe del oscarizado Danis Tanović, están en hboespana.com

6 de enero



FRANKA POTENTE



304 Me gusta

hbo_es #FrankaPotente en Claws y Taboo #PaseodelaFamaHBOEs

Ver 1 comentario

7 de enero



1/2



630 Me gusta

hbo_es Ganadores de los #GlobosdeOro 2019 que puedes ver en #HBOEspaña. ¿Cuál recomiendas?

Ver los 9 comentarios

7 de enero



246.546 reproducciones

hbo_es Todo empieza aquí. 2019 en #HBOEspaña

Ver los 91 comentarios

rocioss92 @pateraa46 ahora mismo no me caes bien

anita__0011 Canción?

7 de enero

Ç



2.582 Me gusta

hbo_es La cuenta atrás ha empezado #BigLittleLies

Ver los 120 comentarios

7 de enero



493 Me gusta

hbo_es Todos sabemos que consiguieron lo que querían, ¿pero cómo lo hicieron? #Brexit, película protagonizada por #BenedictCumberbatch, ya disponible en #HBOEspaña.

Ver los 5 comentarios

8 de enero



Le gusta a laucampos13 y 42.327 personas más

hbo_es Atención pasajeros del vuelo 828: un nuevo episodio de #Manifest ha aterrizado en #HBOEspaña

Ver los 82 comentarios

cristina.nez @jose_olivares si pues tiene segunda temporada y no se sabe ni cuando la sacarán 😊

cristina.nez @aaroacruz la primera tiene 10

8 de enero



331 Me gusta

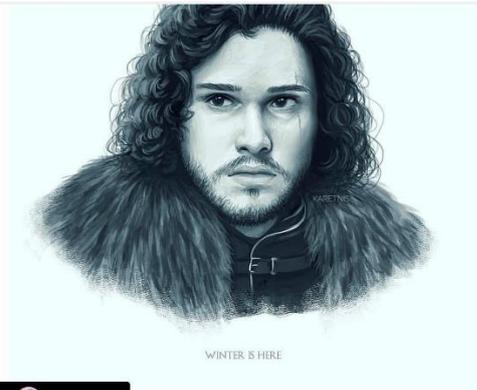
hbo_es En el tercer episodio de #TheShop NAS, Mary J. Blige, Lena Waithe, Ice Cube, Jimmy Kimmel, Chris Bosh y Todd Gurley se unen a LeBron James y Maverick Carter.

Ver los 8 comentarios

fredy_wimender Hola,tengo un problema con mi cuenta HBO necesitó solución YA!!!! RESPONDERME

hbo_es @fredy_wimender escribenos a contacto@hboespana.com

8 de enero



karetnis



1.030 Me gusta

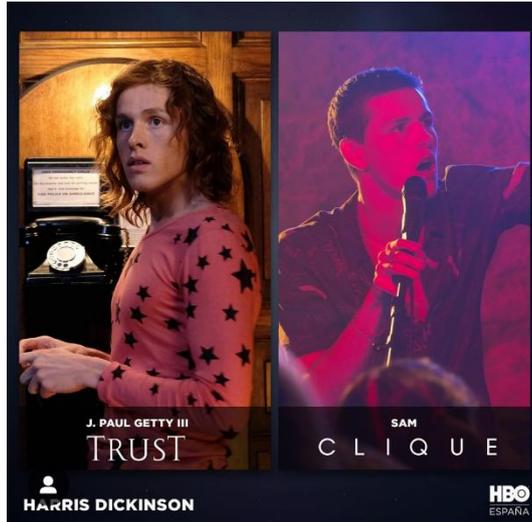
hbo_es #JonNieve por @karetnis
#JuegodeTronos

...

Usa hashtag #HBOEspañaFanArt en tu #fanart o etiquétanos en tus obras. 🎨

Ver los 3 comentarios

9 de enero



258 Me gusta

hbo_es #HarrisDickinson
#PaseodelaFamaHBOEs

Ver los 8 comentarios

9 de enero



340.264 reproducciones

hbo_es Así comienza #MuerteenLeón.

Lo que sigue es la historia del asesinato de Isabel Carrasco.

Ya disponible en #HBOEspaña.

Ver los 102 comentarios

nurita_di_namita @alejandroo_1943

ehhhh echa el freno Magdaleno!!! En qué momento de mi comentario te he llamado ETARRA????? Anda bonito vuelve a leer y luego hablas, o te diriges a mi xq s [...]

bielcasas @romanollion sisi lo tengo super pendiente

9 de enero



854 Me gusta

hbo_es ¿Y si el amor de tu vida fuese un extraterrestre?

Ver los 49 comentarios

9 de enero



611 Me gusta

hbo_es Unos pocos afortunados están viendo el preestreno de #TrueDetective3 en pantalla grande en el #SerializadosFest 🍿 😊

Ver los 8 comentarios

9 de enero



539 Me gusta

hbo_es Nuevo caso, nuevo detective. La temporada 3 de #TrueDetective, protagonizada por #MahershalaAli y #StephenDorff, se estrena con dos episodios el 14 de enero en #HBOEspaña.

Ver los 21 comentarios

10 de enero



916 Me gusta

hbo_es Su historia no ha terminado.

La temporada 2 de #KillingEve llega el 8 de abril a #HBOEspaña.

Ver los 50 comentarios

10 de enero



559 Me gusta

hbo_es Hace exactamente 20 años que conocimos a #LosSoprano. ¿Ya has visto la serie que lo cambió todo?

Todos los episodios están en #HBOEspaña. #Sopranos20

Ver los 7 comentarios

10 de enero



9.434 reproducciones

hbo_es Ellos te lo cuentan todo.
#JuegodeTronos: Camino a la temporada final
- Los personajes en #HBOEspaña.

Ver los 5 comentarios

10 de enero

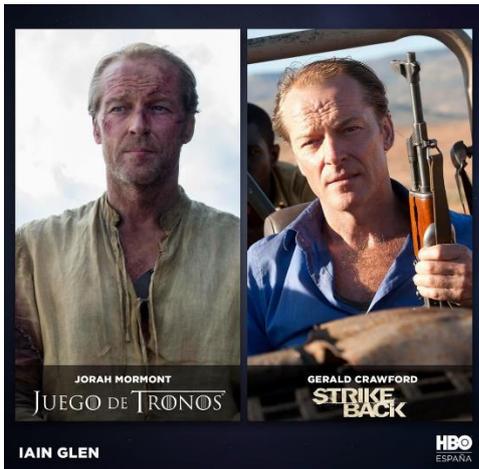


403 Me gusta

hbo_es La familia cumple 20 años.
#Sopranos20 #LosSoprano

Ver los 4 comentarios

10 de enero



752 Me gusta

hbo_es #IainGlen en #JuegodeTronos y
#StrikeBack
#PaseodelaFamaHBOEs

Ver los 6 comentarios

11 de enero



Sebas Naranjo @NoBombarde... · 19h

Tony of the House Sopranos, the First of his Name, Boss of New Jersey, the Di Meo and the Made Guys, Lord of Satriale's and Protector of the Bada Bing, Roman Emperor of Newark, Terror of the Apriles, Cifaretto and Leotardos, Breaker of Teeth, and Dreamer of Ducks.
#Sopranos20

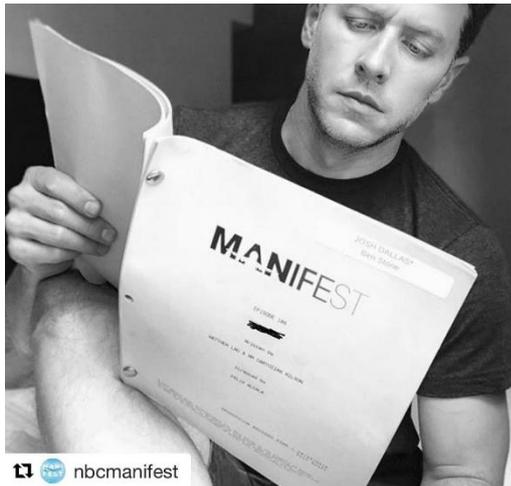


722 Me gusta

hbo_es Largo sea su reinado #Sopranos20
#JuegodeTronos

Ver los 14 comentarios

11 de enero



nbcmmanifest

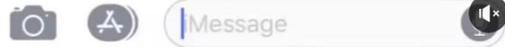
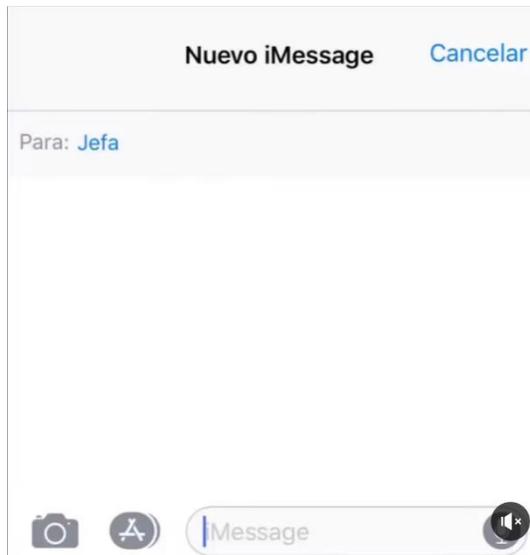


1.095 Me gusta

hbo_es Todo está conectado 🛩️ Ponte al día con los episodios 1-10 de #Manifest solo en #HBOEspaña.

Ver los 15 comentarios

11 de enero

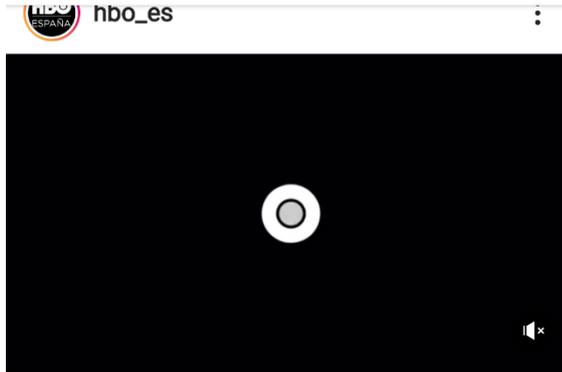


8.470 reproducciones

hbo_es Preguntando cosillas #PorElTrono

Ver los 18 comentarios

11 de enero



5.139 reproducciones

hbo_es Una estrella de las redes sociales celebra fin de año con sus amigos de la infancia, pero un divertido juego se convierte en una aterradora lucha por sobrevivir. El episodio 4 de #IntoTheDark ya está disponible.

Ver los 2 comentarios

11 de enero



393 Me gusta

hbo_es Josh, Tiger y Wolf te necesitan para su nueva misión.

Todos los episodios de la temporada 2 de #FutureMan acaban de llegar a #HBOEspaña

Ver 1 comentario

12 de enero



602 Me gusta

hbo_es #KimCattral en el #PaseodelaFamaHBOEs

Ver los 6 comentarios

13 de enero



971 Me gusta

hbo_es Un asesino a sueldo tiene que transportar un cadáver durante la noche de #Halloween, pero todo el mundo elogia lo que creen que es su disfraz. #IntoTheDark

Ver los 25 comentarios

13 de enero



850 Me gusta

hbo_es No tiene miedo del lobo feroz. #TellMeAStory

Ver los 12 comentarios

13 de enero



Le gusta a **alvaromartinez** y **73.290** personas más

hbo_es 15 de abril. #PorelTrono

Ver los 1.811 comentarios

bemisscatalyst @mariclimber 🍷

juliagomarmascarell @ivan_marexat

14 de enero

EPISODIOS 1 Y 2
YA DISPONIBLES

HBO
ESPAÑA



10.859 Me gusta

hbo_es Hay que encontrar las piezas que faltan.

Los episodios 1 y 2 de la nueva temporada de [#TrueDetective](#) ya están disponibles en [#HBOEspaña](#).

Ver los 39 comentarios

jose_olivares Superar a la segunda temporada no debería de ser muy complicado, ya que estaba muy por debajo de la primera y fué una gran decepción, esperemos que esta tercera [...]

emmacuriel78 De momento, si... Con esa línea de la primera, me está encantando. Yo la segunda no la menosprecio, también me gustó mucho, diferente obvio, lo que me costó al principio bastante y se me [...]

14 de enero



3.522 Me gusta

hbo_es "No sabes nada, Jon Nieve"

Es hora de que los "no iniciados" descubran por qué [#JuegoDeTronos](#) es LA SERIE. Recuérdales que tienen tres meses para ponerse al día en [#HBOEspaña](#) antes del estreno de la temporada final.

Ver los 79 comentarios

14 de enero



423 Me gusta

hbo_es No olvides tu cita esta noche con [#MahersalaAli](#).

Los dos primeros episodios de la temporada 3 de [#TrueDetective](#) están en [#HBOEspaña](#).

Ver los 11 comentarios

vodafone_es 🍕👀

14 de enero

8.2.3 Facebook.

Hay que encontrar las piezas que faltan.

Los episodios 1 y 2 de la nueva temporada de True Detective ya están disponibles en hboespana.com



6421
288 comentarios 253 veces compartido



HBO España
14 de enero a las 3:01 · 🌐

15 de abril. El principio del fin. En hboespana.com



Mónica Guardia Martín y 47 mil personas más
10 mil comentarios
33 mil veces compartido



Lara González Asensi y 1117 personas más
85 comentarios 43 veces compartido

viernes.
Legacies – Parón



1834
213 comentarios 96 veces compartido

Volver a casa no siempre es la mejor opción.
Todos los episodios de Heridas Abiertas están en hboespana.com



181
36 comentarios 12 veces compartido

Todos los episodios de la temporada 2 de Future Man acaban de llegar a hboespana.com



1909
87 comentarios 95 veces compartido



Mahershala Ali y Stephen Dorff, se estrena con dos episodios el 14 de enero en hboespana.com



6629
368 comentarios 432 veces compartido



538
118 comentarios 139 veces compartido



HBO España ha actualizado su foto de portada.

10 de enero a las 15:21 · 🌐



58 9 comentarios 5 veces compartido



HBO España

10 de enero a las 10:00 · 🌐



La historia de Eve y Villanelle no ha terminado. La temporada 2 de Killing Eve llega el 8 de abril.

Ponte al día con la temporada 1 en hboespana.com y descubre el papel por el que Sandra Oh ha ganado un Globo de Oro.



HBO España

10 de enero a las 12:19 · 🌐



Hace exactamente 20 años que conocimos a Los Soprano.

¿Ya has visto la serie que lo cambió todo?

Todos los episodios están en hboespana.com



👍❤️😄 2700

232 comentarios 335 veces compartido



hboespana.com



3694
130 comentarios 329 veces compartido

HBO España
9 de enero a las 10:06

Un cuervo recién llegado de Invernalía nos trae nueva información sobre la precuela de Juego de Tronos. ¿A cuál de los actores y actrices tienes más ganas de ver, y qué tipo de personaje quieres que interpreten?



FOTOGRAMAS.ES
La precuela de 'Juego de tronos' ficha a actores de 'Star Wars IX', 'Black Mirror' y 'Las crónicas de Narnia'

Lara González Asensi y 1529 personas más
196 comentarios 305 veces compartido

Ponte al día con todas las temporadas solo en hboespana.com



Daniela Guillem y 8589 personas más
637 comentarios 53 veces compartido

HBO España
8 de enero a las 13:00

Así se tejó el entramado del Brexit.

Brexit, la nueva película protagonizada por Benedict Cumberbatch, ya está disponible en hboespana.com



796
118 comentarios 299 veces compartido



HBO ESPAÑA HBO España
7 de enero a las 15:52 · 🌐

Todo empieza aquí. 2019 en hboespana.com.



👍❤️😂 11 mil
701 comentarios 600 veces compartido

👍❤️😂 1152
86 comentarios 191 veces compartido

HBO ESPAÑA HBO España
7 de enero a las 13:30 · 🌐

Por fin conocemos toda la verdad.
La temporada completa de La Verdad te espera en hboespana.com



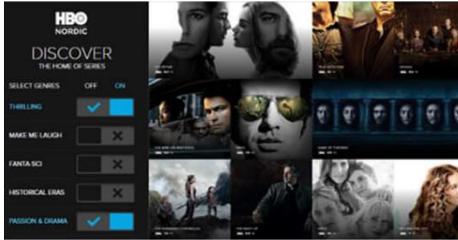
👍❤️😂 2226
80 comentarios 25 veces compartido



👍❤️😂 2320
135 comentarios 78 veces compartido

HBO España
6 de enero a las 23:00 · 🌐

¿Empacho de roscón, de regalos, de todo?
Túmbate en el sofá y elige tu próxima serie favorita:



DESCUBRE.HBOESPANA.COM
HBO España Descubre
Echa un vistazo a HBO España Descubre. Una nueva forma d...

👍❤️😂 1407
54 comentarios 94 veces compartido
el fin de semana en hboespana.com



👍❤️😂 567
73 comentarios 132 veces compartido



👍❤️😂 3195
147 comentarios 261 veces compartido

HBO España
6 de enero a las 13:00 · 🌐

Un evento violento unirá sus vidas para siempre.
Todos los episodios de Success, la primera serie croata de HBO Europe del oscarizado Danis Tanović, están en hboespana.com



HBO España
5 de enero a las 11:00 · 🌐

Ya vienen los Reyes... 🎵🎶



👍❤️😂 4833
552 comentarios 2655 veces compartido



👍❤️😂 2844
126 comentarios 89 veces compartido



3121
1307 comentarios 307 veces compartido



HBO España

2 de enero a las 16:00

Seguimos buscando amantes de las series a los que hacer regalos.

Haz nuestro test y demuestra cuánto sabes.



HBOEUROPE.LEADFAMILY.COM
Test de navidad - HBO España

590
38 comentarios 15 veces compartido

Brexit, película protagonizada por Benedict Cumberbatch, llega el 8 de enero a hboespana.com



6504
823 comentarios 682 veces compartido

en hboespana.com



247
61 comentarios 65 veces compartido

¿Cuál de nuestros estrenos de enero tienes más ganas de ver?



👍❤️👤 Daniela Guillem y 8500 personas más
513 comentarios 71 veces compartido

ESPAÑA 1 de enero a las 10:00 · 🌐

Cuando Isabel Carrasco, presidenta de la diputación de León por el Partido Popular, murió tiroteada en 2014, dos mujeres fueron detenidas como presuntas autoras del crimen.

La investigación apuntaba a una venganza como móvil del asesinato.

Muerte en León ya está disponible en hboespana.com



👍👀❤️ 388
118 comentarios 187 veces compartido



👍👀👤 2584
435 comentarios 670 veces compartido



👍❤️👤 Nerea Moreno Guardia y 38 mil
personas más
1691 comentarios 8343 veces compartido

8.3. Movistar Plus.

8.3.1 Twitter.

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
"En #ElEmbarcadero los personajes femeninos mueven la acción y no están creados para contentar al público" - Verónica Sánchez.
#ElEmbarcaderoEnRambleta



0:10 · 1.802 reproducciones

🗨️ 5 ❤️ 9 ✉️

Movistar+ retwiteó

Rambleta @La_Rambleta · 14 ene.
¡¡#ElEmbarcaderoEnRambleta trending topic!! @movistar_es @MovistarPlus @elembarcadero

Traducir Tweet



Mariola Cubells Paví, Irene Arcos y Alvaro Morte

🗨️ 1 ❤️ 9 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
"Todos los personajes de #ElEmbarcadero tienen una capacidad de empatía tremenda y cuando la estás viendo lo sientes. Óscar (@AlvaroMorte), consigue blanquear lo inblanqueable, ser polígamo" - Álex Pina (@LaCasaDePapel), #ElEmbarcaderoenRambleta



Alvaro Morte, Irene Arcos, Vancouver Media y 2 más

🗨️ 2 ❤️ 8 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
"Me encantan los riesgos a la hora de ser un personaje. Soy muy amante de los saltos al vacío, un papel que te haga transformarte. Esa parte camaleónica de los actores me encanta..." - @AlvaroMorte, #ElEmbarcadero #ElEmbarcaderoenRambleta



Alvaro Morte, Irene Arcos, Vancouver Media y 3 más

🗨️ 1 ❤️ 14 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
"¿Qué pasa si el amor no se limita solo a una persona?" - @IreneArcoss, #ElEmbarcaderoenRambleta #ElEmbarcadero



0:42 · 1.899 reproducciones

🗨️ 1 🔄 2 ❤️ 10 ✉️

Movistar+ retwiteó

C @Laura49319347 · 14 ene.
 #ElEmbarcaderoenRambleta ¡Qué bien me lo estoy pasando! 😊
 Directores y actores 🎬



Movistar+ y a El Embarcadero en Movistar+

1 16

M+ Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 "No tener prejuicios es muy complicado y tuvimos que salirnos de ellos". "Parece una serie femenina pero va a gustar tanto a hombres como a mujeres."
 #ElEmbarcadero habla de la emotividad que tiene todo ser humano', Esther Martínez Lobato. #ElEmbarcaderoenRambleta



1:35 1.543 reproducciones

2 11

Movistar+ retwiteó

Telefónica Mediterráneo @TelefonicaMED · 14 ene.
 Factoría #Rambleta: @mariolacubells charla con los creadores y los actores protagonistas de #ElEmbarcadero, la nueva serie de @MovistarPlus que se estrena el viernes: los castings, los personajes, la trama, el rodaje en Valencia y L'Albufera... #ElEmbarcaderoenRambleta – en Espai Rambleta



El Embarcadero en Movistar+, Movistar+, Irene Arcos y 2 más

11 32

M+ Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 "A la hora de interpretar a Óscar Me resultó muy difícil entender como se puede querer a dos mujeres a la vez" @AlvaroMorte. #ElEmbarcadero #ElEmbarcaderoenRambleta



0:42 2.171 reproducciones

5 25

Movistar+ retwiteó

Rambleta @La_Rambleta · 14 ene.
 .@IreneArcoss defiende que los tres personajes de @elEmbarcadero son "buenas personas" que "cometen errores" y que la historia replantea los límites del amor. @movistar_es @MovistarPlus #ElEmbarcaderoEnRambleta



Mariola Cubells Pavi

4 11

M+ Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 .@IreneArcoss ya había trabajado con los creadores en ocasiones anteriores pero es la primera vez que obtiene un papel protagonista 🎬 #ElEmbarcadero #ElEmbarcaderoEnRambleta



1:30 1.021 reproducciones

3 14

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 "Alejandra y Verónica descubrirán que tienen más cosas en común de las que creen" @AlvaroMorte #ElEmbarcaderoEnRambleta – en Espai Rambleta



024 1.300 reproducciones

2 11

Movistar+ rebiteó **Rambleta** @La_Rambleta · 14 ene.
 #ElEmbarcaderoEnRambleta: @AlvaroMorte, @IreneArcoss y Verónica Sánchez hablan del proceso de casting y aseguran que la grabación de @elEmbarcadero ha sido "un regalo". @movistar_es @MovistarPlus



Mariola Cubells Paví

7 17

Movistar+ rebiteó **Telefónica Mediterráneo** @TelefonicaMED_ · 14 ene.
 Avui a #València els protagonistes de #ElEmbarcadero, la nova sèrie de @MovistarPlus, parlen amb @APuntdirecte sobre l'experiència de rodar a L'Albufera. – en Espai Rambleta

Traducir Tweet



El Embarcadero en Movistar+, Movistar+, Irene Arcos y 3 más

1 2 21

Movistar+ rebiteó **Rambleta** @La_Rambleta · 14 ene.
 ;En unos momentos arranca una #Factoría muy esperada con el equipo de @elEmbarcadero#ElEmbarcaderoEnRambleta @MovistarPlus @movistar_es



2 12

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 Ya estamos listos para que comience la factoría de #ElEmbarcaderoEnRambleta 🎬 Los creadores Álex Pina, Esther Martínez Lobato y los protagonistas @AlvaroMorte, @IreneArcoss y Verónica Sánchez, nos adelantarán algunas claves de la serie 🍷 #ElEmbarcadero – en Espai Rambleta



Vancouver Media, Rambleta, Irene Arcos y Alvaro Morte

7 24

Movistar+ @MovistarPlus · 14 ene.
 El invierno ha llegado
 #JuegoDeTronos
 Temporada final
 14 de Abril 2019
 #VivePoniente 🌱



1:30 64.5 mil reproducciones

Juego de Tronos | Temporada final | Teaser "Cripta"
 Movistar+ estrenará el 14 de abril de 2019 la temporada final de 'Juego de Tronos', la serie ganadora de un Globo de Oro, 47 Premios Emmy y más de 200 galardones internacionales.

48 1.0K 1.7K

Movistar+ retweeted **Movistar+ Cine** @MovistarCine · 13 ene.
Cine en Movistar+ #Documentales 📺 | Fue la gran rival de Warhol en los 60. Sus problemas mentales la llevaron a vivir en una institución desde hace 30 años donde continúa creando arte. #KusamaInfinito, disponible en Menú>Documentales y en Movistar CineDoc&Roll, 22.00h. #estrenodelola 🌟



2:12 2.676 reproducciones

Estreno: 'Kusama. Infinito' en Menú>Documentales

5 17

Movistar+ @MovistarPlus · 12 ene.
 Sin duda, la ficción original solo puede ir a más. 😊

#ElEmbarcadero, viernes 18 de enero estreno de la temporada completa solo en Movistar+.

Late Motiv en Movistar+



0:44 3.939 reproducciones

"El Embarcadero" | Late Motiv | #0 | Movistar+

1 7 25

Movistar+ @MovistarPlus · 11 ene.
 "Ponte una chaquetilla que va a refrescar". #FrioPolar
 #JuegoDeTronos
 Temporada final
 Abril 2019
 #VivePoniente 🌱



0:15 9.664 reproducciones

Juego de Tronos | Temporada final
 Movistar+ estrenará en abril de 2019 la temporada final de Juego de Tronos, la serie ganadora de un Globo de Oro, 47 Premios Emmy y más de 200 galardones internacionales.

4 24 96

Movistar+ @MovistarPlus · 11 ene.
 - ¿De quién no te esperarías una traición?
 - ¿Eres esclavo de tus secretos?
 - ¿Conocerías al amante de tu pareja?

#ElEmbarcadero, estreno el viernes 18 de enero solo en Movistar+.



El Embarcadero, estreno el viernes 18 de enero solo en Movistar+

3 13 34

Movistar+ retweeted **#Vamos de Movistar+** @vamos · 11 ene.
#Vamos de Movistar+ Cuando los Bulls de Jordan se fijaron en Roberto Dueñas. Miércoles 16, a las 22.30h. #VivirASietePies



Los Otros: Vivir a siete pies

2 66 297

Movistar+ retweetó

#0 de Movistar+ @cer0 · 11 ene.

#LaChicaDelTambor, un thriller totalmente adictivo. Desde hoy en #0 😄



0:48 8.991 reproducciones

La chica del tambor | #0

Estreno viernes 11 de enero en #0 (dial 7) de Movistar+. También disponible bajo demanda. Cada viernes, estreno de un nuevo episodio.

4 16

Movistar+ @MovistarPlus · 11 ene.

"Para interpretar a este personaje he tenido que hacer un viaje tremendo" @AlvaroMorte. #LateMotiv

#ElEmbarcadero, el viernes 18 estreno solo en Movistar+

Late Motiv en Movistar+



1:37 5.173 reproducciones

"El Embarcadero" | Late Motiv | #0 | Movistar+

1 8

Movistar+ retweetó

Cine en Movistar+ @MovistarCine · 11 ene.

¡Por fin es viernes y este es el calendario semanal de los #estrenodeldía gracias a #LaScriptenMovistar

- J10 'Normandía al desnudo'
- V11 #Deadpool2
- S12 #Disobediencia
- D13 #ElFútbolOYo y #KusamalNfinito
- L14 Marguerite Duras. París 1944
- M15 La fábrica de nada
- X16 Inédita: #TheDark



1:38 3.726 reproducciones

Estrenos de la semana en Movistar CineDoc&Roll y Movistar Estrenos

Todos los días, un estreno: de jueves a domingo en Movistar Estrenos (dial 30) y de lunes a miércoles en Movistar CineDoc&Roll (dial 31).

1 8 28

Movistar+ retweetó

Late Motiv en Movistar+ @LateMotivCero · 10 ene.

Llega @elembarcadero a @MovistarPlus. Y lo mejor, sus protagonistas a #LateMotiv.



VERÓNICA SÁNCHEZ, ALVARO MORTE e IRENE ARCOS

JUEVES, 10 de ENERO - 23:00h. en #0

Alvaro Morte, Irene Arcos, #0 de Movistar+ y 3 más

4 18 53

Movistar+ retweetó

NBA en Movistar+ @MovistarNBA · 10 ene.

'Tenías tanto que aprender, y yo tanto que demostrar... Por un instante, la eternidad'

El homenaje de @PitiHurtado a la final de la NCAA que enfrentó a Larry Bird y a Magic Johnson. #domíresdecobardes



2:22 35,4 mil reproducciones

La Pittipedia

20 291 693

Movistar+ @MovistarPlus · 10 ene.

Quedan 8 días... #ElEmbarcadero 18.01.19



0:25 8.988 reproducciones

'El Embarcadero', estreno el 18 de enero en Movistar+

Creada por Álex Pina y Esther Martínez Lobato (@LaCasaDePapel), es una serie original de Movistar+ en colaboración con Vancouver Media y Atramedia Studios.

4 28 87

Movistar+ retweeted

Series en Movistar+ @MovistarSeries · 9 ene.

Un Globo de Oro que reconoce el ENORME trabajo de Patricia Arquette. ¿Quieres verlo con tus propios ojos? #FugaEnDannemora, la serie completa, cuando quieras, en el servicio de vídeo bajo demanda de @movistarplus! ver.movistarplus.es/ficha/fuga-en-...



7 25

Movistar+ @MovistarPlus · 9 ene.

¿Cuántos años llevas diciendo "este año sí lo hago"? #Propósitos2019



0:07 3.350 reproducciones

Propósitos 2019

4 15

Movistar+ @MovistarPlus · 9 ene.

¿Os habéis enterado ya? #FamaABailar vuelve el 1 de febrero a #0 🎉🎉 Y desde el lunes 28 los cuatro programas de casting. 📺📺

#0 de Movistar+



0:07 6.891 reproducciones

Vuelve 'FAMA a bailar' a #0

1 6 13

Movistar+ retweeted

Series en Movistar+ @MovistarSeries · 9 ene.

Hay crímenes que ni la memoria más frágil puede olvidar... ¡El lunes 14 estrenamos la T3 de #TrueDetective!



0:31 16,9 mil reproducciones ¿Sin volver a mirar atrás?

True Detective. T3

Movistar+ estrenará la madrugada del 13 al 14 de enero, al mismo tiempo que su lanzamiento en EE UU, la tercera temporada de esta serie de HBO.

4 35 35

Movistar+ @MovistarPlus · 9 ene.

Este "próximamente" está más cerca de lo que imaginas 🌟🌟 #MiraLoQueHasHecho



0:30 3.470 reproducciones

Mira lo que has hecho: Segunda temporada | Movistar+

1 17

Movistar+ retweeted

#0 de Movistar+ @cero · 9 ene.

#LosDosMil llega a #0 🎉🎉

Tom Hanks, Gary Goetzman y Mark Herzog producen esta serie de CNN que explora los cambios sociales, culturales, políticos y económicos en la época de Facebook, Apple y Obama.



Los dos mil | #0

Estreno el sábado 12 de enero a las 20:10h en #0 (dial 7) de Movistar+. Episodios disponibles bajo demanda cada semana.

5 22

Movistar+ retweeted

Series en Movistar+ @MovistarSeries · 9 ene.

¡AVISO A NAVEGANTES! Tenemos fecha de estreno de la versión doblada al castellano de la T6 de #TheBlacklist. Desde el domingo 13 de enero, los dos primeros episodios, y después, ¡un nuevo episodio cada domingo! 📺📺



3 15 44

Movistar+ @MovistarPlus · 9 ene.

Pioneros de nuestro deporte antes de las medallas y los éxitos. Hoy, a las 22:30h #CuandoFuimosLosPeores

#Vamos de Movistar+



1:18 3.025 reproducciones

1 9

Movistar+ @MovistarPlus · 8 ene.

Espías
 Suspense
 Misterio
 #LaChicaDelTambor, en @cero

#0 de Movistar+



0:48 8.991 reproducciones

La chica del tambor | #0
 Estreno viernes 11 de enero en #0 (dial 7) de Movistar+. También disponible bajo demanda. Cada viernes, estreno de un nuevo episodio.

6 20

Movistar+ retweetó

#0 de Movistar+ @cero · 8 ene.

Traer niños al mundo es un proceso natural pero muy extraordinario, con dificultades, alegrías, emociones... Esta noche @manuelburque y @quiquepeinado intentarán averiguar qué lleva a la gente a tener hijos en un nuevo programa de #RadioGaga.



Radio Gaga: Maternidad | #0
 Estreno esta noche a las 22.00h en #0, (dial 7) de Movistar+

19 44

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.

⚡ ¡Ya conocemos todos los ganadores de los #GlobosDeOro2019! Y nos ha dejado momentazos como estos. ¿Quieres saber lo que ha dado de sí los #GoldenGlobes?

Globos de oro 2019

Movistar+ @MovistarPlus

Glamour, emoción ¡y mucho cine y televisión! Así ha sido la edición número 76 de los premios de la Asociación de Prensa Extranjera de Hollywood. ¡Aquí os dejamos algunos momentazos!

Moments

3 15 33

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.

Video-resumen con los mejores momentos de la 76ª edición de los #GlobosDeOro en la que #BohemianRhapsody, #GreenBook, #Roma, #TheAmericans y #ElAsesinatoDeGianniVersace han sido las grandes triunfadoras. #GlobosdeOro2019 #GoldenGlobes



1:39 3.568 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

2 31 49

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 ¡Estos han sido los ganadores en las categorías de cine! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:01 · 1.760 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

8 22

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 ¡Estos han sido los ganadores en las categorías de series! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



0:58 · 1.848 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

9 18

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Gracias a #Queen. A Brian y Roger por garantizar que la autenticidad y la inclusividad existan en el mundo de la música y en nuestro mundo. Gracias a Freddie por darme la alegría de mi vida. Esto es para ti y gracias a ti". Rami Malek. Mejor actor de drama por #BohemianRhapsody



Video
 Powered by SnappyTV

5 315 668

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 ¡Momentazo! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



GIF

2 130 489

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"El poder del cine es que nos aúna. Queen lo hizo tan bien a través de la música... Y a Freddie Mercury, gracias por mostrarnos el poder de abrazarnos a todos. Esto va por ti". #BohemianRhapsody · , Mejor Película de Drama #GlobosDeOro2019



0:44 · 3.766 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

🗨️ 27 ❤️ 64 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"Tenemos que conseguir nuestra realización personal. Yo puedo hacer eso y se me debería permitir hacer eso". Gran discurso de una Glenn Close muy emocionada. Mejor Actriz de Drama por #LaBuenaEsposa #GlobosDeOro2019



3:21 · 10,2 mil reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

🗨️ 5 🔄 107 ❤️ 200 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
Nicole supports Glenn. #GlobosdeOro2019



GIF

🗨️ 4 ❤️ 15 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"Nos lo hemos pasado tan bien. Espero que esto no se acabe. Ha significado mucho para mí". Olivia Colman, Mejor Actriz de Comedia por #LaFavorita #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:28 · 1.041 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"Se nos dice que tenemos que tener miedo a los que somos distintos y que tenemos que construir muros nuestro alrededor. Tenemos que presentar resistencia en nuestro día a día, en la calle y en las urnas". #ElAsesinatoDeGianniVersace, Mejor miniserie #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:28 · 1.289 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

🗨️ 7 ❤️ 17 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
ESE momento en el que no te da tiempo a terminar tu discurso de agradecimiento 😂 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



GIF

🗨️ 1 ❤️ 8 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
Momentazo de la noche de los #GlobosDeOro2019. Todo el mundo en pie para recibir al gran Dick van Dyke. 🌟🌟🌟🌟🌟



Video
Powered by SnappyTV

🗨️ 52 ❤️ 135 ✉️

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"No sé qué decir. Me gana la vida con las palabras y estoy aquí temblando como una hoja. Gracias a Michael Douglas y Alan Arkin. Sin ellos, el guion sería insulso". #ChuckLorre, creador de #ElMétodoKominsky, ganadora del #GlobosDeOro a Mejor serie de comedia. #GlobosdeOro2019



Video
Powered by SnappyTV

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Nuestro pueblo es un patriarcalo liderado por Amy Sherman Palladino, tenemos mujeres en muchos puestos de liderazgo", Rachel Brosnahan, Mejor Actriz de Comedia por #MarvelousMrsMaise! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



6 20

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "La alegría de este premio se debe enteramente a las actrices que dan a luz a es película en la pantalla. Una parte de mí me dice que esta película la dirigieron n madre y mi familia", Alfonso Cuarón, Mejor director por #Roma. #GlobosdeOro2019 #GoldenGlobes



1:46 2.622 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

2 23 56

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Damas y caballeros, Starman en carne y hueso". Toda la platea en pie para recibir a Jeff Bridges, Premio Cecil B. DeMille #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



0:36 1.248 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

9 18

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Vídeo-homenaje a #JeffBridges, premio Cecil B. DeMille a toda una trayectoria. #StarMan #ElNota #Lightfoot #RoosterCogburn #PrestonTucker #JackLucas #ErnieMunger #JackBaker #GlobosdeOro2019



Video
 Powered by SnappyTV

17 39

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Denzel, ¿cuántas veces te hemos dicho que no hay que repasar a última hora antes del examen?. #GlobosDeOro2019



GIF

2 9

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Sigue creciendo. Darren Criss, Mejor Actor de Serie limitada por #ElAsesinatoDeGianniVersace #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



14 28

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "El cine en la mejor de su expresión cruza puentes y derriba muros. A través de él podemos llegar a entender lo que puede parecer extraño". @alfonsocuaron, director de @ROMACuaron, ganadora del #GlobodeOro a Mejor película de habla no inglesa. #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



1:56 2.297 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

59

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Amy, te debo tantísimo... Y a ti también, Jean-Marc (Vallée). Me exigiste de todo excepto sexo, que es exactamente como debería en esta industria", Patricia Clarkson, Mejor actriz de reparto de una serie, serie limitada o película tv por #HeridasAbiertas. #GlobosdeOro2019



27 91

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Nos ganamos la vida haciendo lo que nos encanta, eso es extraordinario".
 Christian Bale, Mejor Actor de Comedia por #Vice #GlobosDeOro2019
 #GoldenGlobes



Video
 Powered by SnappyTV

27 78

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Cuando tratas de disimular la emoción 😊 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



GIF

14

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Gracias a todo el equipo y en especial a Mahershala Ali, un genio que interpreta a un genio". Nick Vallelonga, Brian Hayes Currie y Peter Farrelly, ganadores del premio a Mejor guion original por #GreenBook. #GoldenGlobes



SCRIPPLAY - MOTION PICTURE
 NICK VALLELONGA, BRIAN CURRIE, PETER FARRELLY
 GREEN BOOK

2 11

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Gracias a mi madre, a mi abuela y a mi mujer. No podría estar aquí sin vosotras".
 Mahershala Ali, Mejor Actor de Reparto por #GreenBook #GlobosDeOro2019
 #GoldenGlobes



6 30

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 - Amy, eres el amor de mi vida. ¿Te casarás conmigo?
 - Sí, sí, y mil veces sí.
 Así se presenta el #GlobosDeOro a Mejor guion.
 #GoldenGlobes



GIF

8 17

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Cuando no puedes disimular tu alegría... #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



GIF

6 17

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 ¿Quién ganará el premio #CarolBurnett, Antonio Banderas o... Carol Burnett? 🤔
 #GlobosdeOro2019 #GoldenGlobes



1:11 1,960 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

3 13

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Emocionante discurso de la copresentadora de la gala Sandra Oh, ganadora del Globo de Oro a Mejor actriz en serie dramática por #KillingEve.
 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:11 1,960 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

18 54

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Tenemos la oportunidad de hablar delante de mucha gente. Todo lo que produzca en los próximos dos años tendrá un 50% de mujeres y reto a los que están en posiciones de poder a apoyarnos". Regina King, Mejor Actriz de Reparto por #IfBealeStreetCouldTalk #GlobosDeOro2019



1:18 1,708 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

15 37

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "La BSO puede llegar ser muy inoportuna y Damien Chazelle ha encontrado el sitio adecuado para que suene en todo momento". Justin Hurwitz - Mejor banda sonora por #FirstMan



3 6 23

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Sea cual sea el medio, me fascinaba cómo las estrellas de la pantalla hacían que las personas rieran o lloraran y soñaba con tener la oportunidad de hacer lo mismo. Y esos sueños de la infancia se hicieron realidad"- Carol Burnett #GlobosDeOro2019



3:37 881 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

6 12

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Estaba cantado 😊. 'Shallow', Mejor Canción #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



0:57 2,465 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

20 51

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Adoro a Ben Stiller. Si eres actriz y puedes trabajar con él, es un placer total" - Patricia Arquette. Mejor actriz de serie limitada o película televisiva por #FugaEnDannemora. #GlobosdeOro2019 #GoldenGlobes



Video
 Powered by SnappyTV

9 33

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Tengo que agradecerlo a Hugh Grant por encima del resto, ha sido un placer contemplarlo. Y dedicar el premio al hombre al que he tenido el placer de interpretar. Un héroe para mí" - Ben Whishaw, Mejor Actor de Reparto en Serie limitada por #AVeryEnglishScandal #GlobosDeOro2019



1:18 1.031 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

10 16

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Ese momento en el que te pillan llegando del WC. 😂 #Ricky&Pe #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



GIF

1 4 16

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Bazinga! 😂 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



GIF

1 4 25

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "El mejor equipo del universo. Habéis creado y cuidado de esta serie. Gracias"
 #TheAmericans, Mejor Serie Dramática #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:04 1.163 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

7 19

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Richard Madden, Mejor actor de serie dramática por #Bodyguard.
 #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019 #ElReyEnELNorte #JuegodeTronos



1:07 8.837 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

3 57 180

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Teleprónter: SONREID
 #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019

Traducir Tweet



9 18

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Cualquiera puede estar detrás de la máscara de #SpiderMan", 'Spider-Man: Un nuevo universo'. #GlobosDeOro2019 a Mejor película de animación.



12 28

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "Todo esto se lo debo a una persona que está ahí, Chuck Lorre. El hacerse viejo es divertido. Gracias por tu trabajo tan exquisito"- Michael Douglas, Mejor Actor de Comedia de una Serie por #ElMetodokominsky #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:37 2.130 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

1 15 49

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Wakanda Forever! #BlackPanther #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



14 30

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Jim Carrey, cómo no, protagonizó el primer momentazo de la noche de los #GlobosDeOro2019 al ser EXPULSADO de la zona de cine a la zona de series. #Kidding #GoldenGlobes



1:38 4.121 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

4 39 98

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Are you #kidding me? 😂 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



5 29

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Cuando crees que puede ser tu noche 😂 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



2 9 42

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 Os presentamos a Jeff, el bibliotecario de la Asociación de la Prensa Extranjera. #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



1 9 21

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 "You are HOT!". 🥵🥵🥵🥵 #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019

Traducir Tweet



1 4 18

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
 ¡Ya estamos con Sandra Oh y Andy Samberg, presentadores de los #GlobosDeOro2019! ¡Comienza la gala de los #GoldenGlobes!



1 5 13

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.

"Es bastante incómodo como papel para mí, pero tengo un reparto excelente y un director fantástico que ha estado conmigo mucho tiempo, Michel Gondry, que siempre se asegura de que lo pase fatal". ¡Jim Carrey está de vuelta!
 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:38 2.309 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

🗨️ 5 ❤️ 20 📧

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.

Ha llegado una estrella 🌟🌟🌟🌟 #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



🗨️ 3 🔄 5 ❤️ 26 📧

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.

"Leí el guion de #Tully justo cuando tuve a mi segundo hijo y me impactó en seguida. Es una historia muy auténtica sobre la dificultad de la maternidad. Todas las madres pueden entender muy bien los aspectos que trata la película". Charlize Theron #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



2:18 2.741 reproducciones

Video
 Powered by SnappyTV

🗨️ 7 ❤️ 30 📧

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
¡Nuestra Penélope Cruz ya ha llegado a la Alfombra Roja de los #GlobosDeOro2019! ¿Se llevará el premio? #GoldenGlobes



5 4 28

La Script @LaScript · 7 ene.
Recuerda que puedes ver todos los detalles de la alfombra roja de los #GlobosDeOro2019 en @cero de @MovistarPlus Acaba de llegar también @ItsRamiMalek, nominado a Mejor Actor por 'Bohemian Rhapsody'



6 32

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"No tuve ni que bajar de una chimenea este año". Dick Van Dyke, GENIO #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1:05 3.440 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

14 41

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"En este negocio hay personas que pueden ocultar un poco la realidad. Yo conté la verdad, ensayé mucho y es la única manera en la que pudo hacerse". Rami Malek #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



0:52 3.507 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

3 23 59

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"Cuando mi marido me vio en #Destroyer dijo '¿Y esa quién es?' Es un duro proceso en el que trabajas con director, maquilladores y vestuario. Un verdadero esfuerzo de equipo". Nicole Kidman #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



2:20 2.574 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

1 5 23

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
"Es una alegría haber podido interpretar a #MaryPoppins, un personaje excéntrico y lleno de magia. ¡Me leí todos los libros!". Emily Blunt #GoldenGlobes #GlobosDeOro2019



1:36 1.533 reproducciones

Video
Powered by SnappyTV

5 14

Movistar+ @MovistarPlus · 7 ene.
¡Conectamos con el show de la Alfombra Roja! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



1 7

Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
Ese momento en el que te enteras de que tus favoritos no están nominados a los #GlobosDeOro2019... ¿A quiénes echarás de menos? Por aquí te damos algunos ejemplos... #GoldenGlobes



Video
Powered by SnappyTV

4 21

Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
Según los medios especializados, estos son los grandes favoritos en las candidaturas de series. ¿Estáis de acuerdo? #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes



Video
Powered by SnappyTV

1 4 21

Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
¡Aquí resumimos las películas nominadas a los #GlobosDeOro2019! ¿Quién será la triunfadora de la noche? #GoldenGlobes



Video
Powered by SnappyTV

7 21

Movistar+ retweeteó

La Script @LaScript · 6 ene.
Nos encanta nuestra casita de #LaScriptEnMovistar pero el plató que nos han dejado en @MovistarPlus para los #GlobosDeOro2019 no está mal... ¿Qué os parece?
Puedes vernos ya en @cero, Doc&Roll (#31) y Seriesmanía (#12)
Más contenidos detrás de las cámaras en RRSS - en Movistar+



3 24

Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
¡Ya estamos en directo con la previsual! Ha quedado una buena noche para disfrutar de los #GlobosDeOro2019. ¿Preparados? #GoldenGlobes



2 8 31

Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
¡El Rey en el Norte de la Alfombra Roja! #GlobosDeOro2019 #GoldenGlobes
#JuegodeTronos #VivePoniente



6 39 186

Movistar+ retweetó



La Script @LaScript · 6 ene.
Menos de media hora para que empiecen los #GlobosDeOro2019 en @MovistarPlus y @maguerram y @pepablanes así...
A a las 00:30h en @cerro, @MovistarCine Doc&Roll (dial 31) y @MovistarSeries, Seriesmanía (dial 12)
¡Os esperamos!
#GoldenGlobes #LaScriptEnMovistar – en Movistar+



2 8 59

Movistar+ retweetó
La Script @LaScript · 6 ene.
Ya estamos! A las 00:30 empezamos en @cerro y @MovistarPlus #goldenglobes #globosdeoro2019



María Guerra y a pepa blancas

5 8 49



Movistar+ @MovistarPlus · 6 ene.
Esta madrugada llega la primera gran cita del año. Los #GlobosDeOro2019, en exclusiva en Movistar+.
movistarplus.es/globosdeoro



0:41 11,4 mil reproducciones

La noche de los Globos de Oro en Movistar+
Movistar+ emite en exclusiva la 76ª edición de los Globos de Oro, los galardonados con los que la Asociación de la Prensa Extranjera reconoce el trabajo de los profesionales del cine y la televisión

10 45 97



Movistar+ @MovistarPlus · 5 ene.
¡No queda nada para los #GlobosDeOro2019! ¿Qué sabemos de la ceremonia de este año? ¿Cuáles son las favoritas? Nos cuenta los últimos datos @Elena_Neira. ¿Quiénes serán las ganadoras de la noche? ¡Lo podrás ver en Movistar+ en la madrugada del 6 al 7 de enero!



2:34 5.158 reproducciones

Globos de Oro. Elena Neira
La ceremonia, en la madrugada del 6 al 7 de enero, en Movistar+

1 14 44



Movistar+ @MovistarPlus · 5 ene.
Como regalo anticipado de Reyes podéis disfrutar de más de 10 cabeceras nuevas de @cartoonnetwork en Menú>Infantil>Cartoon Network



3 5 16

Movistar+ @MovistarPlus · 4 ene.

Hemos preparado un rincón para los fans de @canaltcm en Menú>Cine>TCM con películas como Frances Ha, Take Shelter, Una chica divertida, Doña Clara y muchísimas más.



1 3 18

Movistar+ @MovistarPlus · 4 ene.

Quedan menos de tres días para la celebración de los #GlobosDeOro2019. ¿Todavía no sabéis qué vamos a emitir y en qué canales? Nuestras chicas de @LaScript en Movistar+, @maguerram y @pepablanes, nos lo cuentan con meridiana claridad. ¡Os esperamos! #GoldenGlobes



0:34 7.534 reproducciones

Globos de Oro 2019 | Horarios y retransmisiones

Movistar+ emite en exclusiva la 76ª edición de los Globos de Oro, los galardones con los que la Asociación de la Prensa Extranjera reconoce el trabajo de los profesionales del cine y la televisión.

1 17 47

Movistar+ retweeted

Movistar+ @MovistarSeries · 4 ene.

Ya no juegan en el mismo equipo. ¡Ten cuidado, Red! Liz va a por ti. Y esta vez no está sola. El juego del gato y el ratón empieza de nuevo. #TheBlacklist T6, estreno VOS en doble episodio el sábado 5 a las 22:15h. Y el 13 de enero, estreno en dual movistarplus.es/theblacklist



The Blacklist
4ª Temporada
Todos los sábados nuevo episodio
Pegado a EEUU
0:31 4.876 reproducciones

The Blacklist T6 | Estreno en Movistar Series

The Blacklist es una adrenalítica serie protagonizada por el ganador de tres Emmys James Spader y consolidada como uno de los mejores thrillers de acción de EE UU con audiencias de más de 17 millones.

1 12 44

Movistar+ @MovistarPlus · 3 ene.

Este año harás nuevas amistades. Conocerás gente que habla como tú. Que, aunque no lo parezca, siente como tú. No tengas miedo y ábreles tu corazón. 2019 será un año en el que la ficción original de Movistar+ seguirá dando mucho que hablar.



1:33 7.038 reproducciones

Ficción original en Movistar+

'Instinto', 'El embarcadero', 'La peste' T2, 'Mira lo que has hecho' T2, 'Justo antes de Cristo', 'Gigantes' T2 y 'Déjate llevar' serán los Originales Movistar+ que nos acompañarán en 2019.

6 29 57

Movistar+ retweeted

Movistar+ @MovistarSeries · 3 ene.

Tendrás temporadas enteras para elegir quién quieres ser. Puede que te veas inmerso en múltiples luchas de poder. Te adentrarás en terrenos oscuros, misteriosos, peligrosos... y te precipitarás hacia un inesperado final. #VivePoniente



1:36 10,3 mil reproducciones

Las series de 2019 en Movistar+

Juego de Tronos T8, 'True Detective' T3, 'The Good Fight' T3, 'Billions' T4, 'Jane The Virgin' T5, 'Black Monday', 'The Blacklist' T6 y 'Tin Star' T2 son algunas de las series que te esperan en 2019.

2 18 72

Movistar+ @MovistarPlus · 3 ene.

Tus series favoritas de @canaltnt, agrupadas en un mismo lugar. Encuéntralas en Menú>Series>TNT



3 9 27

Movistar+ retweetó

Serías en Movistar+ @MovistarSeries · 2 ene.

¿#Kidding o #LaMaravillosaSraMaisei? ¿#Bodyguard o #TheAmericans? ¿#ElAlienista o #FugaEnDannemora? @Elena_Neira analiza las series candidatas los #GlobosDeOro2019. ¿Cuál es tu favorita? ¡VOTA! 🗳️

movistarplus.es/globosdeoro/vo...



3:49 5.764 reproducciones

Globos de Oro 2019 | Las principales candidatas

Movistar+ emite en exclusiva la 76ª edición de los Globos de Oro, los galardones con los que la Asociación de la Prensa Extranjera reconoce el trabajo de los profesionales del cine y la televisión.

3 12 33

Cine en Movistar+ @MovistarCine · 2 ene.

Nuestras chicas de @LaScript, @lportaceli y Cristina Teva ya se están preparando para la noche de los #GlobosdeOro2019. ¿Ya tenéis vosotros todo preparado? Os esperamos la madrugada del 6 al 7 de enero, en @Movistarplus.



0:52 7.229 reproducciones

Globos de Oro 2019 | Movistar+

Las chicas de La Script en Movistar+, María Guerra y Pepa Blanes, retransmitirán los Globos de Oro más gamberros ayudadas por Cristina Teva, Laia Portaceli, Elena Neira y Anabel Vázquez.

1 12 44

Movistar+ @MovistarPlus · 2 ene.

Si estás pensando regalar un perrito... no compréis, adoptad. 🐶🐶🐶

#VivePoniente



0:21 4.633 reproducciones

Felices últimas Navidades Sangrientas

22 33

Movistar+ @MovistarPlus · 2 ene.

En estas fechas nos gusta reencontrarnos con los amigos. #SkamEspaña ya disponible completa bajo demanda.



0:20 6.450 reproducciones

Skam España: Temporada completa

4 27 93

Movistar+ @MovistarPlus · 2 ene.

¡Llega #AXNNow a Movistar+! Más de 1.000 horas de contenido al año entre estrenos exclusivos y temporadas completas de las series de éxito de @AXN_Espana. 📺



AXN Now

3 20 33



8.3.2 Instagram.





4.179 reproducciones
movistarplus No podrás escapar. Te perseguirán. Todo el año. #Propósitos2019
 Ver los 4 comentarios
 9 de enero



5.979 reproducciones
movistarplus Este "próximamente" está más cerca de lo que imaginas **
 #MiraLoQueHasHecho
 Ver los 13 comentarios
 9 de enero



366 Me gusta
movistarplus ¿Qué te depara el destino para 2019? Elige tu carta 🃏
 Ver los 6 comentarios
 8 de enero



313 Me gusta
movistarplus ¡Ya conocemos a los ganadores de los #GlobosDeOro2019! Una noche llena de emoción, momentazos, ¡y mucho cine y televisión! Aquí tenéis un resumen de los premios en cada categoría 😊
 7 de enero



5.017 reproducciones
movistarplus Este año harás nuevas amistades. Conocerás a gente que habla y siente como tú. No tengas miedo y ábreles tu corazón.
 Ver los 7 comentarios
 3 de enero



2.483 reproducciones
movistarplus Coronas y los excesos navideños os desean #FelizAño. #VivePoniente
 Ver los 2 comentarios
 1 de enero



10.241 reproducciones

movistarplus Que en este 2019 se cumplan vuestros deseos. ¡Feliz #SkamEspaña!

Ver los 16 comentarios

1 de enero

8.3.3 Facebook.



Movistar+

14 de enero a las 3:02 · 🌐



El invierno ha llegado
 Juego de Tronos
 Temporada final
 Madrugada del 14 al 15 de abril
 #VivePoniente 🍷



👍❤️😱 353

105 comentarios 304 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir



Movistar+

12 de enero a las 16:40 · 🌐



- ¿De quién no te esperarías una traición?
 - ¿Eres esclavo de tus secretos?
 - ¿Conocerías al amante de tu pareja?
 #ElEmbarcadero, estreno el viernes 18 de enero solo en Movistar+.



👍❤️😱 55

6 comentarios 7 veces compartido



Movistar+

11 de enero a las 13:21 · 🌐



Estar al día de todas las películas y series, no perderse ningún estreno, controlar el mando a distancia, son algunas de las cosas que puedes hacer solo con tu voz. Di "OK Aura" y descubre cómo a través de... Más



👍❤️😬 14

15 comentarios

11 de enero a las 13:00 · 🌐

¿Cuántos años llevas diciendo "este año sí lo hago"?
#Propósitos2019



👍😬❤️ 327

9 comentarios · 150 veces compartido



Movistar+

10 de enero a las 11:17 · 🌐



Quedan 8 días... #ElEmbarcadero 18.01.19



👍❤️😬 71

16 comentarios · 16 veces compartido



Movistar+

9 de enero a las 20:01 · 🌐



¿Os habéis enterado ya? #FamaABailar vuelve el 1 de febrero a #0 🙌🙌🙌
Además desde el lunes 28 hasta el jueves 31 podremos disfrutar de los cuatro programas de casting.



👍❤️😬 19

2 comentarios · 6 veces compartido



Movistar+

9 de enero a las 17:00 · 🌐



Este “próximamente” está más cerca de lo que imaginas 👁️ #MiraLoQueHasHecho



76

4 comentarios 11 veces compartido





Movistar+

9 de enero a las 13:12 · 🌐



- A nivel internacional, ¿qué palmarés tienes?
- Amigo de todos, pero siempre último.

Pioneros de nuestro deporte antes de las medallas y los éxitos. #CuandoFuimosLosPeores, en #Vamos de Movistar+.



Movistar+ ha actualizado su foto de portada.

9 de enero a las 13:53 · 🌐



#ElEmbarcadero 18.01.19



43



5 comentarios



3 veces compartido



10



2 comentarios



1 vez compartido



Movistar+

7 de enero a las 15:29 · 🌐



¡Estos han sido los ganadores en las categorías de series en la 76ª edición de los Globos de Oro!



Movistar+

7 de enero a las 17:27 · 🌐



¡Estos han sido los ganadores en las categorías de cine en la 76ª edición de los Globos de Oro!



11



14 comentarios



8



5 comentarios



Movistar+

6 de enero a las 17:32 · 🌐



Movistar+ emite en directo esta madrugada la 76ª edición de los Globos de Oro:

- Previa: de 00:30h a 01:00h (Movistar CineDoc&Roll (dial 31), Movistar Seriesmanía (dial 12) y #0 (dial 7)).
- Alfombra roja: de... Más



27



11 comentarios



8 veces compartido



Movistar+

6 de enero a las 13:00 · 🌐



Años y años currándote los regalos... para esto.



90



4 comentarios



11 veces compartido



Movistar+
4 de enero a las 13:02 · 🌐

Quedan menos de tres días para la celebración de los #GlobosDeOro2019. ¿Todavía no sabéis qué vamos a emitir y en qué canales? Nuestras chicas de La Script en Movistar+ nos lo cuentan con meridiana claridad
-... Más



8 21 comentarios 1 vez compartido
Me gusta Comentar Compartir

Movistar+
3 de enero a las 13:54 · 🌐

Este año harás nuevas amistades. Conocerás gente que habla como tú. Que, aunque no lo parezca, siente como tú. No tengas miedo y ábreles tu corazón. 2019 será un año en el que la ficción original de Movistar+ seguirá dando mucho que hablar.



15 8 comentarios 2 veces compartido

Movistar+
2 de enero a las 18:33 · 🌐

Elena Neira analiza las principales películas y series candidatas en la 76ª edición de los #GlobosDeOro que se emitirá en exclusiva en Movistar+ la madrugada del 6 al 7 de enero.



16 6 comentarios 6 veces compartido

Movistar+
3 de enero a las 16:39 · 🌐

Si estáis pensando regalar un perrito, no compréis, adoptad. 🐶🐶🐶 #VivePoniente



66 22 comentarios 25 veces compartido

Movistar+
3 de enero a las 11:18 · 🌐

Tendrás temporadas enteras para elegir quién quieres ser. Puede que te veas inmerso en múltiples luchas de poder. Te adentrarás en terrenos oscuros, misteriosos, peligrosos... y te precipitarás hacia un... Más



20 9 comentarios 1 vez compartido

Movistar+
2 de enero a las 12:37 · 🌐

Duelo de faltadas.



85 8 comentarios 9 veces compartido

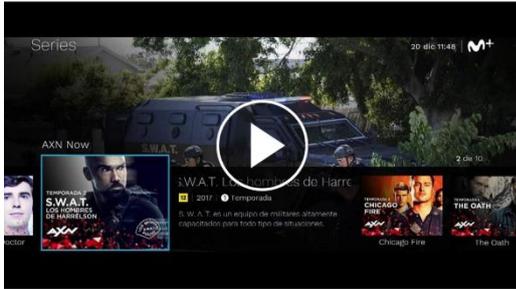


Movistar+

2 de enero a las 11:35 · 🌐



¡Llega #AXNNow a Movistar+! Más de 1.000 horas de contenido al año entre estrenos exclusivos y temporadas completas de las series de éxito de AXN España. 📺



👍❤️ 36 7 comentarios 7 veces compartido 🧑🏻

FINAL DEGREE PROYECT



**An analysis of the Corporate Comunication of
Netflix, HBO and Movistar Plus**

**Author: Sara Moreno Guardia
Tutora: Nadia Viounnikoff Benet**

PE0932: FINAL DEGREE PROYECT 2018-2019
INITIATION TO SCIENTIFIC RESEARCH
JOURNALISM

8. Resumen ejecutivo.

Nowadays, the communication sector is fundamental for the society, because thanks to it, people are informed and updated of everything that happens. But communication not only serves to inform, but also to convey ideas, concepts, values, and sensations. Paoli (1983) defines communication as the act of relationship between two or more subjects, through which a meaning is evoked in common, so that a sender and a receiver exchange a common message. Today, the receiver must be as many people as possible and the sender can be any agent of society, so the communicative act is more complex and needs specialties and specific strategies for each issue.

Companies know this and use communicative tools to obtain benefits and achieve the objectives that are proposed. Therefore, the strategies that serve companies to communicate and project an image abroad are Corporate Communication.

Corporate Communication transmits to the public the intangibles of a company to as many people as possible to achieve a solid image and reputation. Capriotti (1999) says that the Corporate Communication of an entity is all that the company says about itself. In addition, Corporate Communication is divided into internal communication and external communication. The first one is aimed at the public that works in the company. On the other hand, external communication is aimed at audiences that do not belong to the company but need it.

One of the best means to do the extern communication is social networks, since they are present in all areas of society and reach very different groups of people. Social networks are important to reach the largest number of people quickly and easily, and in the words of Castro (2007), these are currently the best way to reach a community.

According to the Annual Study of Social Networks 2018, conducted by IAB Spain, 25.5 million people use social networks in Spain, 85% of Internet users. According to this same study, 81% of these people declare to be a fan or follow different brands through their social networks. In addition, 27% say that the fact that a brand has a profile on social networks generates more confidence. Companies have realized how important social networks are today for their business and have profiles in many of them, especially on Twitter, Instagram and Facebook, which according to this same study, are the most used by the Spanish people.

Community Managers work there, and they are the responsible for all the relationships that the company has in the digital field. These workers apply techniques such as **storytelling**, which is to raise a story with a focus and a plot thread, or **transmedia narrative**, which is based on the fractioning of content and its dissemination through different platforms.

For all this, analyzing the social networks of the three most important streaming content companies in Spain (Netflix, HBO and Movistar Plus) helps to identify the techniques and strategies used by companies to communicate with their audiences.

Netflix was created in the United States in 1997 as a company to sell and rent DVDs over the Internet. It was evolving until in 2007 it included the viewing of these in streaming, with a subscription. In addition, in 2013 he began to create his own original

content. In 2015, the company arrived in Spain, and currently has around 130 million subscribers in 190 countries.

On the other hand, **HBO** was created much earlier, in 1972, as a pay-TV channel and was characterized by exclusive content. In the nineties, he created some of the most important series in history, such as *Sex and The City*, *The Sopranos* and *The Wire*. In 2016 it arrived in Spain, and nowadays the HBO channel and the subscription service reach more than 60 countries, and the contents are present in 150 countries around the world.

Movistar Plus is the only Spanish company chosen in this study. This company was created in 2015 with the union of Movistar TV and Canal +, and is only in Spain and Andorra. In 2018, it began to produce its own content, such as *La Peste* and *El Embarcadero*. Today, it is the platform of subscription television with the most subscribers in Spain, with 4 090 032, equivalent to 60% of the market, according to the *Comisión Nacional del Mercado de la Competencia* (CNMC).

For this study, there were analyzed all the publications of the first fourteen days of the year 2019 of Netflix, HBO and Movistar Plus in the profiles of the three most important social networks: **Twitter**, **Instagram** and **Facebook**. The analysed sample is 298 publications and the methodology used has been designed to perform a quantitative and qualitative analysis of the content.

The first hypothesis was that the series like *Game of Thrones* or *House of Cards*, the most famous of two of the three platforms chosen, were going to be the most used tool as a claim for their company.

On the other hand, the second hypothesis of the study is that the three companies will use similar communication strategies among them, and also among their profiles of the three social networks chosen. For example, using a lot of audiovisual material.

To do so, the publication format was analyzed first, to calculate if companies use more text or audiovisual content, and in that case, to know what audiovisual content is most used (photographs, video or GIF).

On the other hand, the most present type of content was calculated, separating the series, films, programs and corporate information. In this analysis, it was also interesting to discover which were the series with more prominence in the different platforms.

Interaction has also been taken into account, which is why it is counted the hastags, the mentions to other accounts, the number of *likes* and the times that the publications have been shared. Thanks to that, it has been possible to know what content is the greatest interest for users.

For this, a study has been done with *Excel 2016*, to quantify the number of publications that have been made, the days, if the format was only text or audiviosual, if it contained hastags or mentions, if the content was about series, films, documentaries or programs, how many times those publications have been shared by other users and how many likes they recieve.

The results confirm that audiovisual material is the most used format by the three companies, especially photographs and videos. For Netflix and HBO, photographs are used especially on Instagram (89% and 83%), while for Movistar Plus it is the most used on Twitter (23%). On the other hand, Netflix, HBO and Movistar Plus publish more videos on Facebook (60%, 20% and 90%), so it could be said that it is the favorite social network to include this type of format.

As for Twitter, it is the social network where most of the three companies publish. For Netflix, it is 70% of the sample analyzed, and for Movistar Plus it is 81%, since it covered live the Golden Globes gala on the night of January 7, in this social network. For HBO it is the second most used social network, 36%, only behind Instagram (which is 37% of the total).

The study also analyzed the daily activity of these companies in their social networks. Netflix records an average of six daily publications, on HBO nine and Movistar Plus eleven and the only one that did not publish things every day was Movistar Plus.

The conclusions of this analysis are that there are many similarities between the chosen companies, such as the use of multimedia content or the role played by the series themselves, but also great differences. For example, regarding multimedia content, Movistar Plus prefers to publish videos to photographs, differing from the other two companies. In addition, only Movistar Plus covered the live Golden Globes, even though the three platforms had nominated and awarded content.

Regarding the communication strategies used by the Community Managers of these companies, the massive use of multimedia content and the use of simple, direct and colloquial language stand out. This is because thanks to this way of communicating, companies reach more audiences, since everyone understands the message they convey. On the other hand, using multimedia content, it creates a very visual attraction for the public, which attracts attention and invites them to continue to consume and be interested in the services offered by the companies.

In addition, the three corporations have used in the fourteen days of sample the storytelling, explained above, either in the form of threads of tweets (an achievement of two or more related tweets, that tell a story) or with the publication of several photographs in the same Instagram album. With this, the followers have been more involved in shared information because they tend to have direct references to them.

On the other hand, transmedia narrative has also been present. Netflix, for example, promoted the *You* series on the same line but with different formats and language on Twitter (text, photos) and Instagram (memes).