



## Diálogo con la audiencia en el entorno online

**Atresmedia** es consciente de la importancia de mantener un diálogo abierto, fluido, y permanente con sus **audiencias** porque son ellas las que pueden aportar sugerencias, opiniones y recomendaciones que respondan a sus necesidades. Para el Grupo el entorno online y las redes sociales suponen una gran oportunidad para acercarse a sus grupos de interés, conocerles y hacerles partícipes de las acciones que desarrolla. El público valora muy positivamente esta invitación a interactuar, no sólo en los programas de entretenimiento sino también en las iniciativas de responsabilidad corporativa, tal y como lo demuestra el número de seguidores en Twitter y Facebook de **Ponle Freno**, **Hazte Eco** y **El Estirón**.

	Ponle Freno	Hazte Eco	EL ESTIRÓN
Seguidores Twitter (2012)	6.948	3.548	5.393
Fans Facebook (2012)	155.849	3.832	3.065

En un momento de auténtico auge de las redes sociales y la multiplataforma, **Atresmedia** ha incrementado sus esfuerzos para facilitar el uso de estas herramientas y ha puesto en marcha acciones específicas, que refuerzan el vínculo con el público y que le permiten interactuar con los contenidos que se emiten. A continuación se detallan las principales acciones:



## Smartphones

**Antena 3**, gracias a la nueva versión de la aplicación **ANT 3.0**, ha dado un salto cualitativo que favorece una mayor interactividad con la audiencia. **ANT 3.0** es una aplicación para IOS y Android que permite recibir de forma sencilla, directa, y respetuosa a contenidos extra de las series, vídeos no emitidos, *making of* de los programas, e información exclusiva adicional a los contenidos que se emiten en televisión. Además a través de la aplicación los usuarios pueden opinar y valorar los contenidos, lo que supone una vía directa e inmediata de comunicarse con la cadena. La primera versión de la aplicación alcanzó más de 2 millones de contenidos servidos y más de 200.000 descargas.

## Redes Sociales

- **Elaboración de Libro de Estilo para Redes Sociales.** En 2012 comenzó la elaboración de un Libro de Estilo para Redes Sociales. Se trata de una herramienta de autorregulación que compila normas y consejos para garantizar el uso seguro, respetuoso y responsable de estas plataformas de comunicación. Este documento responde al compromiso de **Atresmedia** de fomentar el respeto y la protección de todos los seguidores de sus canales oficiales. Está previsto que la elaboración de esta guía finalice en 2013, aunque se trata de un documento vivo que una vez lanzado irá creciendo y adaptándose a los nuevos usos y necesidades.
- **Creación de la Comunidad Fan Club de la serie de ficción *El Barco* en Facebook**, que permitió a los seguidores compartir opiniones sobre contenidos de la serie y obtener productos oficiales.
- **Interactuación con el programa *El Número Uno*:**
  - Los espectadores contaron con la **oportunidad pionera de elegir a los concursantes** del programa a través de las redes sociales. De esta manera, se involucró al público incluso antes de estrenar el espacio en televisión.
  - Rotulación en pantalla de los **hashtag del programa** durante la emisión del mismo. Esta iniciativa favorece la integración y el sentimiento de grupo de los espectadores, ya que pueden acceder a la información del concurso en tiempo real. La buena acogida de esta acción ha permitido que se extienda al resto de la parrilla de programación.
  - Los participantes del concurso asistieron a un **curso específico sobre el buen uso de sus perfiles personales**, una medida pionera con el objetivo de mostrar el compromiso de Atresmedia con la transparencia, la responsabilidad y el buen uso de estas herramientas por parte de todas aquellas personas vinculadas a la cadena.
- **Liderazgo en Facebook:** el perfil de **Antena 3** en Facebook mantiene su posición de liderazgo. Este perfil permite a los seguidores acceder a contenidos exclusivos, incluso a primicias.

[ El Libro de Estilo para Redes Sociales supone una iniciativa pionera en el sector, ya que refleja las pautas de actuación a seguir en las redes sociales. ]

[ Atresmedia Digital imparte un curso específico sobre buen uso de los perfiles en Facebook a los participantes del concurso *El Número Uno*. ]

## Internet

A finales de 2012 se impartió el **I Curso de Internet para Directivos**, una acción novedosa que pretende extender, unificar y fomentar el uso adecuado de la Red.

## www.antena3.com, un entorno online puntero e integrador

Como parte del compromiso de **Atresmedia** de ofrecer plataformas interactivas con las últimas tendencias que facilitan la navegación y la comunicación bidireccional con los usuarios, la Compañía ha desarrollado iniciativas innovadoras para hacer de la página web, [www.antena3.com](http://www.antena3.com), un entorno online puntero e integrador. Entre estas medidas cabe destacar las siguientes:

- Durante 2012 se ha iniciado el proceso para la **visualización de subtítulos en toda la parrilla** ofrecida a través de Internet. Cuando finalice este trabajo, los usuarios podrán acceder a los contenidos colgados en Internet con las mismas o con más facilidades de las que encuentran ahora en televisión.
- Integración de una **barra de grupo y una nueva estructura en el pie de página** para facilitar el acceso a los contenidos del grupo. Este proceso ha contado con una importante labor de diseño y adecuación de funcionalidades que permitan una navegación y acceso eficaz.
- Implantación interna del **sistema de gestión de calidad en el entorno multimedia**, que controla las incidencias registradas en los soportes online. Esta funcionalidad está siendo muy valorada por los internautas, ya que cada incidencia es registrada y analizada para evitar que vuelva a producirse.
- Creación de una zona de información para los usuarios del “Modo Salón” (plataforma para el visionado de capítulos completos), en la que los usuarios pueden comprobar las soluciones a sus problemas de acceso o consumo de contenidos.
- Puesta en servicio de una línea telefónica directa para la resolución de incidencias, así como un correo electrónico ([webmaster@atresmedia.com](mailto:webmaster@atresmedia.com)), a través del cual cualquier persona puede comunicar ilegalidades o irregularidades.

## Participación telefónica segura y solidaria

**Atresmedia** es consciente de la importancia de comunicarse con sus audiencias y por ello los diferentes programas que se emiten en los canales del Grupo disponen de medios específicos que les permiten interactuar e incrementar las sinergias con su público.

El auge las redes sociales y las nuevas tecnologías, que facilitan un sentido bidireccional de la comunicación, está desplazando gradualmente a los canales tradicionales de telefonía sobretarifada a la hora de recoger la participación de la audiencia.

De este modo, los perfiles de los programas en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, o incluso Tuenti) se están convirtiendo en el modo más dinámico, idóneo y flexible para que los espectadores interactúen con los espacios. Y una de las consecuencias de este avance virtual es la desaparición paulatina de mensajes de opinión en pantalla o la lectura de los mismos en la radio.

Sin embargo, los programas tipo “*talent show*” como **Tu Cara me Suena** o **El Número Uno** demandan un sistema potente de recepción de votaciones en un corto espacio de tiempo y para ello, los SMS o el sistema de televoto vía 905 siguen

“El cumplimiento de la responsabilidad social de un grupo de comunicación abarca el servicio y escucha de las necesidades y sugerencias de sus usuarios y consumidores de contenidos. En nuestra federación valoramos positivamente todas las acciones destinadas a lograr una mayor interactividad y participación en el desarrollo de los contenidos, así como el establecimiento de canales de comunicación y confianza real entre los responsables de la cadena y los usuarios. En este sentido, campañas como ‘Menos sillón y más sofá’, aplaudidas y recomendadas por varias de nuestras asociaciones, constituyen un primer paso positivo en la construcción de espacios de interactividad, confianza y respeto entre emisores de contenido, como vuestra cadena, y los usuarios.”



**María Tobalina**

Directora Ejecutiva  
Federación de  
Asociaciones de  
Consumidores y  
Usuarios de los Medios



siendo las fórmulas que mejor se adaptan a las necesidades de la audiencia. Estos dos sistemas son objeto de una intensa regulación para garantizar la protección al usuario.

Proyecto social de Banco de Alimentos.

El espectador puede suscribirse a la oferta de concursos televisivos del Grupo. Se facilita así la participación de la audiencia, que no debe enviar un mensaje cada vez que quiera participar. Asimismo, este servicio permite “democratizar” la participación telefónica en los concursos, evitando que los jugadores profesionales ganen más premios haciendo envíos masivos o en ciertos tramos horarios de SMS, o estudiando las bases de participación. Por otro lado, el envío de alertas al espectador de **Atresmedia Televisión** está limitado a 12 al mes, frente a los 30 que ofrecen las principales operadoras de telefonía.

En 2012, los números solidarios 28000 y 28020, con tarificación especial, han permitido a **Atresmedia** poner en marcha iniciativas de recaudación de fondos para diferentes proyectos sociales y entidades, como el Banco de Alimentos, ADENA o la **Fundación Antena 3**. Las llamadas y SMS de la audiencia a estos números ofreciendo donativos han logrado recaudar más de 250.000€.