

# Comunicación

## La era del presentador 2.0

La nueva televisión demanda profesionales que se integren en las redes sociales

N. Molanes - Madrid

Con una pieza clave para que un programa se haga con un porcentaje respetable en el reñido reparto de esa suculenta tarta que se divide en fracciones de «share» y millones de espectadores; y, a partir de ahora, también se convertirán en uno de los principales activos de las cadenas en la transición hacia el nuevo modelo de televisión social. De los presentadores dependerá en gran medida que el producto catódico conquiste esa quimera en la que se ha convertido la audiencia, que cada vez juega un papel más activo en la industria de la pequeña pantalla. «Los espectadores tradicionales, que se limitan a ver la televisión, son un segmento de la población envejecido. El nuevo consumidor no se conforma con un visionado pasivo, busca otras vías y contenidos alternativos», asegura Francisco Segado, profesor de la Universidad Internacional de La Rioja y responsable del primer Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital.

Entre los cambios inherentes que promueve el modelo de televisión social se encuen-

tra una mayor interacción con la audiencia, lo que no sólo implica la adaptación de las cadenas a esa comunidad de usuarios, también demanda la existencia de los llamados «presentadores 2.0». «No basta con tener un perfil en Facebook o una cuenta en Twitter; el profesional 2.0 usa las redes para avanzar y promover contenidos, así como para fomentar la intervención de los espectadores y conocer el «feedback» con el público: qué opinan de los

temas emitidos, qué quieren saber a continuación, etc.», asegura Segado. «Es una herramienta fundamental para tomar el pulso a la audiencia sobre el contenido social que lidera», añade.

Pero no se trata de una figura futura, es ya el presente en varios de los espacios televisivos más exitosos de la pequeña pantalla. De hecho, los expertos señalan como «paradigmas del presentador 2.0» a Jordi Évole y Susanna Griso, aunque

también destacan otros nombres, como el de la periodista Ana Pastor y el de varios locutores radiofónicos. «En su propia naturaleza, la radio ha tenido mucho más presente que la televisión la interacción con la audiencia», aclara Segado.

### Fidelizar a la audiencia

La clave en las redes sociales está en ofrecer «contenidos y dinamismo» para beneficiarse de sus ventajas. «Salvados», por ejemplo, según los expertos, fue el primer espacio en «crear un hashtag propio para cada emisión». Además, consigue elevar a trending topic sus contenidos y mantenerlos horas después de que finalice el programa. «Son capaces de generar debate», destaca Segado. El uso de las redes sociales repercute en el éxito del programa y en la propia cadena. «Desde una serie a un informativo, se trata de un vehículo perfecto para fidelizar a la audiencia, crear expectativas, y aumentar el conocimiento y la participación», comenta el profesor. Aunque es una estrategia efectiva, no se demanda un perfil de «especialista en redes sociales», sino a alguien que «integra a éstas como un aspecto más de su vida cotidiana», asegura.



JORDI ÉVOLE

**Programa:** «Salvados»  
**Seguidores:** 925.010

**En clave de tuit:** es uno de los presentadores con mayor influencia y da notoriedad al programa



SUSANNA GRISO

**Programa:** «Espejo Público»  
**Seguidores:** 238.571

**En clave de tuit:** Griso quintuplica en su cuenta personal el número de seguidores del programa en Twitter

## Anne Igartiburu regresa a su emblemático «Corazón»

N. M. - Madrid

Poco han tardado en despejarse las dudas sobre el futuro profesional de Anne Igartiburu tras conocerse que «+Gente», el programa que conduce en la actualidad, desaparecerá de la parrilla el 17 de mayo. Televisión Española, que considera a la presentadora como uno de los rostros emblemáticos de la cadena –no en vano ha sido imagen de las Campanadas en ocho ocasiones–, confirmó ayer que Igartiburu, tras finalizar su etapa en el malogrado magacín, regresará a su clásico «Corazón», el espacio de crónica social que presentó durante quince años.

### Elena Sánchez, a las tardes

Su vuelta supone un nuevo reto profesional para la actual presentadora, Elena Sánchez, que según la pública, pasará a conducir un nuevo espacio en la franja de las tardes aunque ya no será bajo la marca «Gente», que llevaba en emisión dieciocho años. Este nuevo proyecto, todavía por definir, vendría a completar la reforma que la pública ha iniciado en este hueco de su parrilla. El serial «Gran Reserva. El origen» –protagonizado por Verónica Sánchez, Víctor Clavijo, Pastora Vega y Jesús Olmedo, entre otros–, y el concurso «Letris», presentado por Carlos Latre, son las dos grandes bazas que La 1 prepara para mejorar los flojos resultados de sus tardes.

### SANTANDER SEGUROS Y REASEGUROS, COMPAÑÍA ASEGURADORA, S.A. SANTANDER VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.

#### Anuncio de información pública de asegurados y tomadores

A efectos de lo dispuesto en el artículo 70.2 del Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados, se hace constar que la Directora General de Seguros y Fondos de Pensiones ha emitido la siguiente resolución:

“Las entidades SANTANDER SEGUROS Y REASEGUROS, COMPAÑÍA ASEGURADORA, S.A. (en adelante Santander Seguros) y SANTANDER VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. (en adelante Santander Vida) han presentado ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones solicitud de autorización administrativa para la cesión parcial de cartera por la que Santander Seguros cede a Santander Vida la cartera de pólizas de seguro de vida riesgo puro individual que hayan sido suscritas desde el 1 de junio de 2012 (nueva producción) a través de la red de distribución en España de Banco Santander S.A, de Banco Español de Crédito, S. A., o de Open Bank, S.A., con la mediación de Santander Mediación Operador de Banca-Seguros Vinculado, S.A.

A la vista de la documentación aportada, y en aplicación de lo dispuesto en el artículo 70.2 del Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados, aprobado por Real Decreto 2486/1998, de 20 de noviembre, he resuelto:

Acordar la apertura del periodo de información pública, en los términos del artículo 86 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, autorizando a la entidad interesada a publicar anuncios en uno de los diarios de mayor circulación de la provincia donde la cedente tenga su domicilio social, y en otro diario de ámbito nacional, dando a conocer el proyecto de cesión y advirtiendo a los tomadores de su derecho a comunicar a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, en el plazo de un mes desde la última publicación, las razones que en su caso pudieran tener para estar disconformes con la cesión.”

Madrid, 26 de abril de 2013.

### EN BREVE

## Más de la mitad de las series que se emiten por la noche en España son de EE UU

Según un estudio de la consultora Eurodata TV Worldwide, el 53% de las series emitidas en los principales canales españoles durante el «acces prime time» y el horario estelar –es decir, entre las 20:00 y las 24:00 horas– son producciones estadounidenses (en la imagen, la exitosa «Homeland», que se emite en Cuatro). El informe, que tiene como objetivo analizar la competitividad que afrontan las productoras cuando intentan vender sus series más allá de sus fronteras, destaca que en La 1, Antena 3 y Telecinco el volumen de producciones españolas –que resultan más costosas que las de EE UU– representa el 80% de las series emitidas el año pasado.

