

## #Trendingtopic la palabra de moda en Televisión

**Para muchos canales de televisión alcanzar la audiencia máxima del día y de la semana a través de sus diversos programas eran sus objetivos principales.**

Nota de: <http://www.brandchats.com>

En el 2012 todavía su objetivo es reinar en la pequeña pantalla pero su reinado se ha diversificado y se ha expandido a colonizar nuevos canales de comunicación para aumentar su share. La cuota de audiencia es un elemento clave para la inversión publicitaria en espacios.

El primer paso para los canales convencionales fue crear un portal web donde informa y facilita al usuario todas las novedades sobre la programación semanal y las noticias más relevantes del día. Otro aspecto a favor de la comunidad online fue el de poder ver los capítulos de nuestra serie favorita sin necesidad de estar atados a la televisión.

Como podemos comprobar, los medios evolucionan de forma continua y se adaptan a los nuevos tiempos donde la estaticidad significa morir.

En la actualidad todas las cadenas sean nacionales como autonómicas tienen portal web pero desde BrandChats nos preguntamos ¿La cosa termina aquí? ¿Cuál es el siguiente paso?

La evolución inevitable, el Social Media

Las redes sociales se han introducido de forma muy rápida en nuestras vidas e inevitablemente nos hemos acomodado y adaptado de forma casi inmediata. Esta introducción ha supuesto un cambio en nuestra conducta y costumbres.

La típica estampa de la familia viendo la televisión ha cambiado. Cada miembro tiene un ordenador portátil, smartphone o tablet, su momento de ocio y desconexión se centra en curiosear su vida social en facebook, leer los últimos tweets del día, consultar las páginas del día o ver algún vídeo divertido en youtube.

¿Cómo han actuado las cadenas y sus programas?

Como bien hemos mencionado antes los índices de audiencia hablan y el fenómeno social ha influido en sus cuotas. ¿Qué hacer para aumentar el share y

ser la novedad del día?

La respuesta es muy fácil. Echar mano de las redes sociales y aprovechar su usabilidad. Ahora una cadena no tiene tanto valor por el número de audiencia sino por su interacción e innovación.

La misma cadena invita al telespectador a seguirles de forma online y a través de sus redes sociales. Los programas les invitan a participar a través de sus perfiles.

#Trendingtopic la palabra de moda

En el telediario de las 15h de Antena 3 Mónica Carrillo, su presentadora, citaba así “El programa ‘ el Número uno’ ha sido el trending topic en twitter”.

Esto significa que el Hashtag o etiqueta del programa en este caso, #ElNumeroUno2 fue durante el lunes 2 de abril la más aclamada donde se generaron más de 20.000 tweets con picos de más de 100 tweets por segundo.

El programa generó 23 trending topic nacionales y 20 mundiales. ‘El Número Uno’ cuenta con cerca de 20.000 followers en Twitter.

Un pequeño ejemplo de la revolución del Social Media y su protagonismo en los índices de audiencia. En BrandChats estamos atentos a estos detalles y de la progresión de los medios convencionales hacia los medios online ahora también necesarios y obligatorios para la supervivencia mediática.

---