

Madrid, 21 de noviembre de 2012

**Informativos Telecinco, Noticias Cuatro y los programas de actualidad de ambas cadenas ofrecerán todos los puntos de vista posibles sobre un tema concreto a la semana**

**EN UN MOMENTO CRUCIAL PARA NUESTRA SOCIEDAD MEDIASET ESPAÑA DA VOZ A LOS CIUDADANOS A TRAVÉS DE LA INICIATIVA “TOMA LA PALABRA”, UNA CAMPAÑA INSTITUCIONAL QUE RECOGERÁ LAS DENUNCIAS SOCIALES PARA ABORDARLAS EN ANTENA**

- La plataforma [www.tomalapalabra.es](http://www.tomalapalabra.es) nace como herramienta de conexión social, un instrumento de ayuda, un punto de partida para quienes no saben dónde acudir, un tablón donde compartir inquietudes, expresar ideas y tratar de construir soluciones entre todos
- El material subido por los usuarios será recogido por Informativos Telecinco y Noticias Cuatro, que junto a “El programa de Ana Rosa” y “Las mañanas de Cuatro” abordarán semanalmente los temas que más preocupan a la sociedad
- Como colofón, “El gran debate” se zambullirá cada sábado en el asunto semanal de la campaña recogiendo toda la información ofrecida por Telecinco y Cuatro durante los días previos
- La redacción de informativos y las direcciones de los programas de actualidad implicados en “Toma la palabra” se harán eco de los testimonios y las denuncias de los usuarios para tratar de humanizar y personalizar la crisis
- El problema de los desahucios constituye el tema central que abrirá este lunes la campaña. En las semanas siguientes, “Toma la palabra” abordará cuestiones destacadas como el paro, la Sanidad y la Educación
- Mediaset España complementa su iniciativa social “12 meses” con campañas institucionales destinadas a impulsar, apoyar, fomentar y concienciar sobre determinados asuntos con la fuerza y la responsabilidad que le confiere su liderazgo del sector audiovisual español

Consciente de las grandes dificultades que atraviesa nuestra sociedad fruto del agravamiento de la crisis económica que vive y de la creciente demanda de información que impera en la actualidad, **Mediaset España pone desde el próximo lunes al servicio de los espectadores todo su potencial como medio de comunicación a través de la campaña “Toma la palabra”, una iniciativa institucional que da voz a los ciudadanos y que pretende canalizar las principales demandas de la ciudadanía** con el objetivo de arrojar luz y despejar incógnitas sobre algunos de los asuntos de gran calado social que más preocupación generan en la sociedad.

Articulado en el *site* [www.tomalapalabra.es](http://www.tomalapalabra.es) como herramienta de conexión social y con el potencial difusor de **la redacción de Informativos Telecinco y Noticias Cuatro** y los programas de actualidad **“El programa de Ana Rosa”, “Las mañanas de Cuatro”** y **“El gran debate”**, “Toma la palabra” es un llamamiento a la población, un altavoz de denuncia, un buzón de esperanza, un catalizador de ayudas para aquellos que atraviesan situaciones límite con un único fin: ofrecer información de utilidad y construir soluciones entre todos.

*“En Mediaset España siempre nos hemos caracterizado por estar muy enchufados a la actualidad, al latido de lo que ocurre a nuestro alrededor. Hemos sido pioneros en todo lo que ha sido un gran acontecimiento dentro de las campañas sociales de televisión con nuestra multipremiada ‘12 meses, 12 causas’. Siempre sostenemos que lo que nos gusta hacer es abrir la televisión como si fuese una ventana y sensibilizar a los telespectadores que acuden a nuestra cita de lo que está ocurriendo a su alrededor. Siguiendo ese camino hemos decidido volver a abrir esas ventanas y a dar carta de naturaleza a todo lo que está sucediendo socialmente en nuestro entorno. Hay una palpación que nos llega a toda la sociedad, a todo el entorno de este país, y nosotros queremos poner los micrófonos y las cámaras ahí donde sucede. Es la hora de dar la palabra a los ciudadanos, por eso la campaña se llama ‘Toma la palabra’”* ha explicado hoy durante la presentación de la iniciativa a los medios **Manuel Villanueva**, director general de Contenidos de Mediaset España.

### **Tomalapalabra.es, una plataforma de conexión social para construir un presente mejor con la fuerza comunicadora de Mediaset España**



Los desahucios, el paro o los recortes en Sanidad y Educación constituyen, entre otros, algunos de los principales asuntos que más inquietan a los ciudadanos españoles. Mediaset España ha decidido centrar cada semana su atención en uno de los grandes problemas que nos acucian, abriendo para ello un centro de reunión ciudadana virtual, una plataforma *online* donde cualquiera puede exponer su caso particular y encontrar apoyo entre las personas que viven o conocen situaciones similares.

[www.tomalapalabra.es](http://www.tomalapalabra.es) nace como una herramienta social de ayuda, un tablón donde compartir inquietudes, expresar ideas y aportar alternativas para mejorar la situación. Un termómetro para la sociedad en general y para Mediaset España en particular para detectar cuáles son las verdaderas preocupaciones de los ciudadanos.

A través de esta *web* Mediaset España recogerá y ordenará por temas todos los **testimonios subidos por los usuarios**, ya sea en formato de texto o a través de fotografías y vídeos. Todo el material recibido será estudiado por la redacción de informativos y por las direcciones de los programas de actualidad implicados en la campaña para desarrollar en profundidad cada una de las problemáticas.

Juan Pedro Valentín, director general de Informativos de Mediaset España ha explicado que *“después de 5 o 6 años esta crisis se ha convertido en una especie de inundación gradual que empieza a afectar a capas de la pirámide de la población que otras crisis no habían afectado. Lo que en otras ocasiones ha sido visto como un problema de un sector marginal de la población, ahora empieza a afectar a una pirámide de la población mucho más amplia. Esa gente no está acostumbrada a vivir esta situación y no sabe dónde dirigirse, por lo que nosotros intentamos, desde la razón social de la televisión, abrirles esa posibilidad y ese camino”*.

Para hacer de esta iniciativa una acción 360° con presencia en antena, redes sociales e internet, la campaña tendrá un papel activo en las **redes sociales Facebook y Twitter**, así como en todas las **webs de Mediaset España**.

### **Piezas diarias en Informativos Telecinco y Noticias Cuatro, tratamientos específicos en los programas de actualidad y desarrollo principal en “El gran debate”**

Los equipos informativos de Telecinco y Cuatro abordarán semanalmente cada uno de los temas tratando de aportar todos los puntos de vista posibles. Para ello, **Informativos Telecinco y Noticias Cuatro abrirán una sección específica donde ofrecerán a diario diferentes reportajes** con los que tratarán de poner rostro a la crisis, humanizando cada caso y tratando de aportar soluciones.

*“Vamos a actuar de forma sistemática para servir de vehículo a las personas que quieren expresar sus preocupaciones y los momentos por los que están pasando. El lunes empezamos ya con el tema de desahucios. Cada día habrá un reportaje en el que se hable de personas que han sido desahuciadas o cómo algunas personas han conseguido llegar a un acuerdo con un banco determinado para la dación de pago. Irá todo acompañado del rótulo ‘Toma la palabra’ para que la gente tome conciencia de que, a través de nuestra web, de la redacción o de los programas, van a ser escuchados en un momento muy delicado para ellos y para todo el país”,* ha señalado Pedro Piqueras, director de Informativos Telecinco.

*“Daremos voz no sólo a los que sufren sino también a otros protagonistas como los propios bancos, los hospitales o los políticos para que expliquen también la razón de sus medidas y de alguna forma puedan comprenderse”,* ha añadido Juan Pedro Valentín.

A lo largo de la semana, el tema correspondiente será desarrollado de una forma más amplia en las cabeceras **“El programa de Ana Rosa”** y **“Las mañanas de Cuatro”**, con **invitados en plató, opiniones de expertos, declaraciones oficiales de los organismos públicos, debates y conexiones en directo** cada vez que el asunto a tratar desplace a la calle su foco de atención.

Como colofón, cada sábado **“El gran debate”** se zambullirá de lleno en el asunto semanal de la campaña, tal y como ha explicado la periodista Pilar García de la Granja, subdirectora del programa: *“los sábados en ‘El Gran Debate’ vamos a intentar aglutinar toda la información que se haya vertido a lo largo de la semana tanto en los servicios informativos como en los programas para destinar una parte de nuestro espacio a la gran entrevista, al debate sobre el tema o a las dos cosas. Con esta iniciativa también pretendemos mostrar cuáles son las posibilidades. En el caso del desahucio buscamos qué podemos hacer antes de que te llegue una orden judicial,*

*cuántos meses pasan antes de que te llegue esa carta a casa, qué tiene que pasar para que te desahucien, durante cuánto tiempo puedes estar sin pagar al banco, qué otras opciones hay, cómo se puede negociar o cómo no... porque hay fórmulas para negociar que la gente no conoce porque no se las han contado. El tema de los desahucios tiene un montón de prismas distintos: nos preguntamos cuántas casas vacías hay en España, qué se va a hacer con las viviendas vacías, si es lo mismo una vivienda vacía de segunda residencia que una vivienda de primera promoción sin vender, qué se está planteando el Gobierno con esas casas o las entidades financieras, cómo la gente puede acudir a organizaciones para obtener un alquiler social. En definitiva, este tipo de cuestiones que pueden dar respuesta a mucha gente”.*

### **Mediaset España, un grupo de comunicación al servicio de la sociedad y los espectadores**

El **compromiso social de Mediaset España** se ha articulado en numerosas ocasiones no sólo a través de la iniciativa solidaria “12 meses”, que en diciembre cumplirá 13 años, sino también mediante campañas institucionales concretas destinadas a impulsar, apoyar, fomentar y concienciar sobre determinados asuntos **con la fuerza y la responsabilidad que le confiere el hecho de ser el grupo audiovisual líder de nuestro país.**

Fue el caso de la campaña **“Pepino, estamos contigo”** en pro del consumo de pepinos españoles a raíz de la crisis sufrida por los agricultores al respecto; el apoyo y fomento del turismo nacional en defensa de la “marca España” mediante la iniciativa **“España sin ir más lejos”** o las distintas campañas desarrolladas en colaboración con Publiespaña a favor del consumo de productos de las principales marcas nacionales como forma de proteger los puestos de trabajo que generan.

Con “Toma la palabra” Mediaset España da un paso más en este compromiso, canalizando la demanda popular que trata de satisfacer la necesidad colectiva de respuestas. En este sentido, consciente de la necesidad de potenciar la información y el análisis **Telecinco se convirtió a principios de año en la primera televisión generalista en dedicar una de las noches de su programación a la emisión un debate sociopolítico como el ofrecido cada sábado por “El gran debate”**, duplicar recientemente los espacios de actualidad en Cuatro mediante el lanzamiento de “Las tardes de Cuatro” o estrenar próximamente el *magazine* vespertino “Te vas a enterar”.

GABINETE DE PRENSA

**MEDIASET**españa.

