

## **Silvio González pone el acento en LíderesResponsables de Fundación SERES en la necesidad de contar con estándares de medición en el mundo social**

- En este diálogo con Silvio González, consejero delegado de Atresmedia, conducido por Fernando Ruiz, presidente de Fundación SERES, se han abordado diferentes temas como la responsabilidad en la difusión de los contenidos y el compromiso social de las empresas.
- LíderesResponsables es un espacio promovido por la Fundación SERES desde casi dos años y que ha reunido a más de 50 directivos de las principales empresas españolas para reflexionar sobre el papel de la empresa y la alta dirección para una reconstrucción económica y social justa.
- Fundación SERES promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad. Hoy ya son unas 150 empresas, que representan alrededor del 70% de las compañías del IBEX 35 y, aproximadamente, el 30% del PIB.

**Madrid, 25 de enero de 2022.** Esta mañana se ha celebrado una nueva sesión con los diálogos de Alta Dirección de Fundación SERES: *LíderesResponsables*. Este espacio que desde 2020 ha congregado a más de 50 líderes empresariales en prácticamente una treintena de sesiones tiene como objetivo mostrar cómo dotar a las iniciativas y al tejido empresarial de esa conexión con lo social, elemento indispensable en un contexto de nuevas brechas y colectivos desfavorecidos tras la pandemia. Un nuevo mañana que exigirá poner el acento en la S de lo social y que podrá hacerlo a través de un liderazgo responsable y con propósito.

Hoy Fernando Ruiz, presidente de la Fundación SERES y Silvio González, consejero delegado de Atresmedia, han abordado en su conversación los retos y oportunidades de los modelos responsables en contenidos audiovisuales, los riesgos de las *fake news*, la necesidad de un compromiso social cada vez mayor por parte del tejido empresarial o la regulación para contenidos informativos y audiovisuales.

En palabras de Fernando Ruiz, que ha dado la bienvenida y ha abierto la sesión poniendo de relieve el papel del líder en el compromiso social de la empresa “el líder es una pieza clave en las empresas para apostar por nuevos modelos, empresas más comprometidas, que incluyen lo social dentro de su estrategia de negocio y que se preocupan por el impacto que tiene su actividad. *LíderesResponsables* es un espacio que pone el foco en diálogos de los principales líderes de las empresas españolas, cómo están abordando primero la crisis sanitaria y después la reconstrucción social y económica. En este espacio han participado más de 50 líderes, que se suman a este movimiento que busca impulsar la S, dentro de los criterios ESG, y que persigue un crecimiento económico con el impacto social en el centro. Hoy abordamos el papel esencial de los medios de comunicación en una reconstrucción económica y social justa.”

Silvio González ha resaltado: “hemos conseguido ser líderes con un modelo audiovisual responsable que cuenta con el respaldo de nuestro Consejo de Administración. Más allá del resultado económico y de audiencia, que es muy importante, estamos muy satisfechos de ser

referencia con un modelo con límites que además ayuda a que los ciudadanos sean críticos, libres e informados. Estamos muy orgullosos de nuestro papel. Los datos demuestran que nuestra manera de hacer televisión o radio tiene la respuesta positiva de la gente”.

Por otro lado, el consejero delegado de Atresmedia ha manifestado que “toda nuestra política de acción social se basa en aunar colectivos que persiguen los mismos intereses y poner a su disposición plataformas como *Ponle Freno* o *Constantes y Vitales* que quieren conseguir objetivos y mejoras como el fin de los accidentes de tráfico o que se destine el 2% del PIB a la ciencia”.

El consejero delegado de Atresmedia se ha referido a la importancia de la Fundación Atresmedia que ha evolucionado en sus objetivos situando su foco de actuación en la alfabetización mediática e informacional. Ha destacado que las iniciativas sociales por la que Atresmedia apuesta “tienen un largo recorrido. No abandonamos los proyectos porque creemos en ellos.” González ha hecho hincapié en que “es esencial dejar ver la importancia de este cambio hacia lo sostenible” pero que también “hay que explicar que en este proceso existen costes.”

Sobre el consumo de televisión en nuestro país, González ha señalado que en España “más del 95% de los españoles consume contenido de Atresmedia e incluso los jóvenes, que son los que menos consumen, ven en torno a una hora y media de televisión al día. La televisión es, con mucha diferencia, el gran objeto de consumo audiovisual”.

Preguntado por cómo se combaten las fake news, ha respondido: “con profesionalidad y contrastando las noticias. Los grandes medios tenemos que conseguir que a pesar de la rapidez en el mundo digital todo esté perfectamente contrastado. Sería peligroso que los ciudadanos aceptáramos que la verdad tiene menos valor”.

González ha denunciado “la situación de asimetría regulatoria de la televisión en abierto frente a las plataformas lleva a la paradoja de que estas últimas no tengan prácticamente ninguna limitación y nosotros tengamos una regulación muy estricta”. El consejero de Atresmedia ha puesto como ejemplo los contenidos para un colectivo especialmente vulnerable como los niños, cuya protección deberíamos regular por igual en todos los entornos audiovisuales.

“Estamos muy satisfechos de haber contribuido a que la pandemia fuera menos dura para los ciudadanos. Nuestros estudios nos dicen que les hemos ayudado a entender mejor la situación y les hemos transmitido valores de optimismo, reconociendo además a todos los colectivos que han sido esenciales durante esta crisis con campañas como *La televisión de un gran país*”, ha señalado González sobre el papel de Atresmedia durante la crisis de la COVID-19 que ha concluido señalando que en temas sociales se necesita una medición precisa con indicadores estándar.

Asimismo, Fernando Ruiz ha destacado la importancia del compromiso social y ha asegurado que “la agenda social en este año gira en gran medida hacia al liderazgo responsable y el compromiso empresarial como elemento central de decisión para los inversores en todo el mundo. La exigencia por parte de la sociedad hacia las empresas se extiende hacia sus líderes. No se concibe un líder que no sea socialmente responsable. Es un comportamiento que los líderes empresariales deben tener en la sociedad en general y en la empresa en particular.”

**Fundación SERES.**

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro, nacida hace más de 10 años, acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Su objetivo no es otro que posicionar el valor de lo social en las organizaciones.

Como movimiento pionero, con 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB y el 75% del IBEX 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación.

En SERES las empresas encuentran respuesta al desafío de liderar su impacto social. Para ello ha puesto en marcha RADARSERES, un espacio único donde las empresas que quieren asumir el liderazgo ante los principales problemas sociales se anticipan, reafirman el compromiso y comparten retos y mejores prácticas con otras empresas y agentes sociales. Para detectar estas mejores prácticas, la Fundación convoca anualmente los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa.

**Para más información:**

Sofía Martín

Fundación SERES

+34 91 575 84 48 [smartin@fundacionseres.org](mailto:smartin@fundacionseres.org)