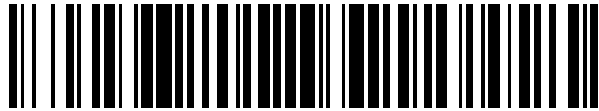


19



OFICINA ESPAÑOLA DE  
PATENTES Y MARCAS

ESPAÑA



11 Número de publicación: **2 523 976**

51 Int. Cl.:

<b>G06Q 30/02</b>	(2012.01)	<b>H04N 21/4782</b>	(2011.01)
<b>H04N 21/2543</b>	(2011.01)	<b>H04N 21/4784</b>	(2011.01)
<b>H04N 21/258</b>	(2011.01)	<b>H04N 21/81</b>	(2011.01)
<b>H04N 21/422</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/435</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/442</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/45</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/454</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/462</b>	(2011.01)		
<b>H04N 21/4725</b>	(2011.01)		

12

TRADUCCIÓN DE PATENTE EUROPEA

T3

96 Fecha de presentación y número de la solicitud europea: **13.03.2002 E 02721441 (0)**

97 Fecha y número de publicación de la concesión europea: **17.09.2014 EP 1380168**

54 Título: **Marketing de afinidad para sistemas de medios de comunicación interactivos**

30 Prioridad:

**13.03.2001 US 275295 P**  
**26.10.2001 US 46618**

45 Fecha de publicación y mención en BOPI de la traducción de la patente:  
**03.12.2014**

73 Titular/es:

**OPENTV, INC. (100.0%)**  
**275 Sacramento Street**  
**San Francisco, CA 94111, US**

72 Inventor/es:

**MARKEL, STEVEN O.**

74 Agente/Representante:

**TOMAS GIL, Tesifonte Enrique**

**ES 2 523 976 T3**

Aviso: En el plazo de nueve meses a contar desde la fecha de publicación en el Boletín europeo de patentes, de la mención de concesión de la patente europea, cualquier persona podrá oponerse ante la Oficina Europea de Patentes a la patente concedida. La oposición deberá formularse por escrito y estar motivada; sólo se considerará como formulada una vez que se haya realizado el pago de la tasa de oposición (art. 99.1 del Convenio sobre concesión de Patentes Europeas).

**DESCRIPCIÓN**

Marketing de afinidad para sistemas de medios de comunicación interactivos

5 Antecedentes de la invención

a. Campo de la invención

10 [0001] La presente invención pertenece a los sistemas de medios de comunicación por televisión y por difusión y más específicamente a un sistema y método para aumentar la audiencia en programas y anuncios publicitarios.

b. Descripción de los antecedentes

15 [0002] La televisión por cable, la difusión terrestre, por satélite y los sistemas de Internet ofrecen a los espectadores una gran extensión de materiales de programa. Siguen apareciendo canales y programas nuevos, incluyendo contenido educativo, extranjero y local. Con una gama de contenido siempre en aumento, las emisoras se esfuerzan para atraer a nuevos espectadores para generar así ingresos de publicidad. Como tal, el desafío de las emisoras es el de atraer a una audiencia, mantener la fidelidad por parte de esta audiencia, y proporcionar una métrica de audiencia que pueda utilizarse para atraer anunciantes así como establecer también índices publicitarios.

20 [0003] Con el objetivo de atraer nuevos espectadores, las emisoras pueden introducir nuevos géneros de programación como por ejemplo los "realities" que incluyen concursos de trivialidades con grandes premios monetarios o concursos de supervivencia. Si un género nuevo se populariza con una notable audiencia, otras emisoras pueden duplicar el nuevo género, potencialmente reduciendo el tamaño de la audiencia en programas de competencia, o, con el tiempo la novedad se va reduciendo, requiriendo una nueva programación para atraer a los espectadores. Las emisoras también puede emplear métodos para atraer espectadores a ver nuevos programas tal como la organización de un nuevo programa dentro de un entorno con programas de gran audiencia. Si un programa nuevo logra una audiencia significativa, se le puede cambiar la hora de programación. Las emisoras también emitir promociones para sus nuevos programas con la intención de atraer espectadores. Estas promociones pueden contener avisos y recortes para atraer a los espectadores a que vean los programas.

35 [0004] Una vez el programa ha consolidado su audiencia, la emisora lucha para conseguir la fidelidad del espectador así como mantener o incrementar la audiencia. El tamaño de la audiencia y la fidelidad del espectador afectan a los ingresos que una emisora puede obtener de los anuncios publicitarios expuestos conjuntamente durante el programa. Lo ideal es lograr la fidelidad del espectador a través de la calidad y el contenido del programa. Mejorar un programa con información adicional o contenido interactivo puede fortalecer la fidelidad del espectador. Un evento deportivo puede mejorarse ofreciendo información adicional como por ejemplo la biografía del jugador o la estadística detallada de sus goles; esto por ejemplo, puede ser visualizado por espectadores que tengan una televisión habilitada con decodificador de señales digitales, televisión interactiva, receptor de satélite, ordenador, o algún sistema similar. Las mejoras en estos tipos de programa pueden proporcionar información a los jugadores, o permitir al espectador jugar a lo largo del programa como un concursante "virtual". Este método ha sido exitosamente utilizado con un gran número de programas triviales. Una de las limitaciones de este método es que el espectador utiliza una televisión equipada con un decodificador o un entorno con ventanas de visualización. A causa del crecimiento de la base de decodificadores, especialmente con el despliegue de la emisión digital, la necesidad de un decodificador para algunas formas de mejora es atenuada. La mejora también puede utilizar la visualización de webs de información en sincronía con el contenido de emisión. Esta información de mejora se puede ver, por ejemplo, en un ordenador portátil durante un programa, o con el programa en un solo monitor. Un método exitoso para atraer espectadores es ofrecer un concurso o un sorteo durante el programa. La participación en el concurso o sorteo puede exigir que el espectador tenga que llamar a un número de teléfono específico o enviar una carta a una dirección en concreto. En la gran mayoría de los casos, no se proporciona ningún tipo de respuesta al espectador después de su participación en el concurso o sorteo. Aunque las emisoras utilicen varios métodos para atraer espectadores, estos espectadores pueden silenciar el televisor o bien ver otro programa cuando aparecen los anuncios publicitarios. Además, algunos equipos de grabación, como las grabadoras de vídeo digitales, por ejemplo, permiten la eliminación de los anuncios publicitarios. Una encuesta hecha por un fabricante de grabadoras digitales indica que un 84 por ciento de los clientes omiten los anuncios publicitarios.

55 [0005] Las emisoras emplean métricas para saber cuántos espectadores ven cada programa para atraer a publicistas y ajustar índices publicitarios. A diferencia de los periódicos o revistas, en los programas es difícil establecer un número exacto de espectadores.

60 [0006] Un servicio de información utilizado de forma común son las valoraciones de Nielsen de Nielsen Media Research, Inc con sede en Park Avenue, 299 en Nueva York, 10171 Nueva York. Nielsen Media Research suele pedir a los espectadores algunos de sus hábitos en una pequeña muestra de aproximadamente 5000 hogares. A partir de esta muestra; Nielsen crea una idea sobre cuánta gente ha visto algún programa o anuncio publicitario en particular.

65 [0007] Los métodos anteriores de atracción y retención de espectadores y el hecho de proporcionar una idea sobre el tamaño de la audiencia tiene limitaciones, especialmente en el aforo de anuncios publicitarios.

[0008] Por lo tanto se necesita un nuevo método para atraer espectadores y medir el tamaño de la audiencia.

[0009] El documento EP 0 921 696 describe un dispositivo y método para premiar al usuario televisivo por el hecho de ver anuncios publicitarios. Cuando se visualiza un programa de emisión comercial en una pantalla (7A), se pide al usuario televisivo que mande una serie de respuestas. Cuando el usuario quiere responder a la solicitud, el usuario opera con una de las diez teclas (32) de un controlador remoto (31). Cuando el usuario responde correspondientemente a la solicitud de respuesta del programa comercial, se añade un punto a una tarjeta inteligente (10). Para ver y escuchar un programa de televisión de prepago el usuario podrá utilizar los puntos registrados en esta tarjeta (10).

[0010] El documento WO 00/38427 describe un método y acuerdo para la distribución de una selección variada de secuencias de señales en canales multimedia (11,12) en conexión con la radiodifusión de una selección fija (12) de secuencias de señal sobre los canales (11). Va dirigida a grupos receptores (1, 2, 3, 4, 5) que han sido divididos según diferentes selecciones de varias secuencias de señales. Un centro (10) emite una y la misma selección fija de secuencias de señal en diferentes versiones según las varias selecciones de secuencias de señal sobre canales (11,12) en una red con dos formas de comunicación (25). Cada una de las versiones se destinan a ser recibidas por un grupo específico de receptores (2). Los individuos dentro de los respectivos grupos de receptores son libres de confirmar (19) a través de las dos formas de comunicación (25) sobre un canal que ellos han visto o nombrado como secuencia de señales. Las confirmaciones (19) se almacenan en una red (20) y forman la base de bonificaciones dirigida a personas individuales.

[0011] El documento WO 00/57295 expone que los datos de puntos de acceso se codifican en porciones como la visualización de datos de señales televisivas de manera que los datos de puntos de acceso codificados no se ven afectados por ninguna alteración de señales televisivas realizadas por emisoras intermediarias. Los datos de puntos de acceso pueden incluir datos o la identificación de la localización de puntos de acceso en un fotograma y en sistemas del proveedor asociados con el punto de acceso. Un bloque facilitador de transacción (330) puede mostrar las imágenes representadas por fotogramas y permitir al espectador un acceso a los sistemas de proveedor a través de la selección de los puntos de acceso a través de un control remoto (320).

[0012] Por lo tanto es común premiar a un usuario por el hecho de ver anuncios publicitarios a través de la asignación de puntos (EP 0 921 696). Estos puntos se almacenan localmente en una tarjeta inteligente y más tarde se convierten en contenido televisivo. Estos puntos se recogen durante un tiempo predefinido que corresponde con el anuncio publicitario.

[0013] El problema a resolver es el de evitar la recogida excesiva de puntos durante el anuncio publicitario. La solución propuesta aparece remarcada en las reivindicaciones adjuntas.

### **Resumen de la invención**

[0014] La presente invención supera las desventajas y limitaciones de la técnica anterior mediante un incentivo interactivo medible durante los programas y anuncios publicitarios que puede ser usada para establecer y mantener la fidelidad del espectador hacia estos programas y anuncios. Se puede invitar a los espectadores a participar en el contenido interactivo ya que puede servir como mejora para el programa. El método de la presente invención también se puede implementar como parte de un programa de marketing de afinidad que permite a las emisoras identificar a los espectadores interesados en un producto o sujeto determinado, y ofrecerle productos o información relacionada de diferentes comerciantes.

[0015] Los espectadores pueden ganar puntos viendo la programación que puede contener contenido de programa y/o publicidad y respondiendo también a los avisos en pantalla o eventos seleccionados en el programa. Los puntos se pueden ir acumulando y luego ser canjeados por productos relacionados con el programa o cadena. Los avisos sincronizados con la programación pueden invitar a los espectadores a la página interactiva del programa donde pueden controlar el estado de cuenta, aprender más acerca de la programación ofrecida por la red, establecer recordatorios para próximos programas, así como desempeñar otras interacciones.

[0016] Por lo tanto, la invención comprende un método para premiar a los espectadores por ver contenido de emisión que comprende: informar a los espectadores de que se pueden ganar premios respondiendo a unos eventos específicos dentro del contenido de emisión, identificar los eventos específicos, proporcionar una interfaz a través de la cual los espectadores puedan introducir una respuesta a los eventos, recibir la respuesta, asignar un valor de puntos a la respuesta, acumular a los valores de puntos precedentes, si los hay, asociados a una respuesta precedente para producir un valor de puntos total, y proporcionar el canje de los puntos cuando el total sea mayor o igual a un número predeterminado de puntos.

[0017] El contenido de los anuncios publicitarios también se puede mejorar de una manera similar, en donde los puntos son otorgados a respuestas de avisos en pantalla o eventos seleccionados, y en donde estos anuncios pueden incluir la "compartición de puntos" de manera que los puntos se pueden otorgar a un espectador por el hecho de asociar respuestas a programas y anuncios publicitarios.

[0018] La participación del espectador es simple y voluntaria. El espectador puede ser invitado a registrarse a través de los avisos interactivos en pantalla y/o a través de las promociones por TV. El registro también se puede realizar a través del acceso del sitio web y también puede incluir la selección de un programa o programas en donde los espectadores pueden interactuar y acumular puntos. Una vez registrado, se pueden proporcionar los incentivos siempre que se visualice un programa asociado o en respuesta a la selección de iconos en pantalla, la función de control remoto, u otra entrada de usuario. El espectador puede ganar puntos respondiendo a los eventos e iconos de programa a través de la entrada de una clave en el control remoto, ratón o dispositivo señalizador, u otro dispositivo de entrada, tal como un teclado, por ejemplo. Si un espectador no ha participado en un programa durante un periodo de tiempo, el incentivo para ese programa puede ser truncado, permitiendo al espectador restablecer la participación a través del acceso al sitio web, o bien se puede truncar la participación sin ninguna otra acción.

[0019] Los espectadores, por ejemplo, pueden ganar puntos para encontrar y responder a varios elementos o eventos ocultos durante el programa, como por ejemplo a personajes, actores, o automóviles en un programa, o en el caso de un evento, cuando se dice alguna frase o palabras clave. Adicionalmente, los espectadores también pueden ganar puntos cuando sintonizan cada episodio de una serie. Por ejemplo, pueden ganar 100 puntos por cada episodio individual, y 100 puntos progresivos si los episodios son vistos semanalmente. Además, pueden ganar puntos adicionales manteniéndose sintonizados durante los anuncios comerciales y respondiendo a los avisos en pantalla o del programa en campañas coordinadas con el mismo programa. Un sitio interactivo puede ser creado y marcado por el operador de una red de banda ancha. Este sitio puede proporcionar a los espectadores una única ubicación para el registro en programas donde se ganan puntos, así como para la revisión del estado de la cuenta. Un espectador puede utilizar una televisión con decodificador de señales digitales, un ordenador, u otro dispositivo de red capaz de acceder a un sitio web y determinar así los puntos totales, los cuales pueden ser canjeados, y canjear puntos por mercancías, productos, o servicios.

[0020] La invención puede comprender además un sistema para premiar al espectador por ver el contenido de emisión que comprende: un servidor que incluye una mejora que puede ser emitida con el contenido de emisión el cual indica un evento para que la respuesta del espectador pueda ser premiada con puntos, una conexión de red que comunica la respuesta del espectador, un primer programa de software que recibe la respuesta y asigna un valor de puntos a la respuesta, y un segundo programa de software que acumula los valores de puntos con los valores precedentes, si los hay, y almacena un resultado acumulado.

[0021] Las ventajas de la presente invención incluyen la medición exacta de los espectadores, el establecimiento de la fidelidad por parte del espectador por ver el contenido incluyendo la publicidad, proporcionando una medición del interés del espectador hacia el nuevo contenido, y recoger información sobre el espectador que podrá ser utilizada en análisis de mercado y estrategias de marketing.

### **Descripción de las figuras**

[0022] En las figuras,

La Figura 1 representa el entorno del sistema de una forma de realización de la presente invención.

La Figura 2 representa una interfaz del registro de espectadores tal y como puede verse a través de una página web o unidad de recepción.

La Figura 3 representa rutinas de software que pueden ser almacenadas en la unidad de recepción del espectador.

La Figura 4 representa una forma de entrada electrónica que puede ser utilizada para establecer una campaña de recompensa de puntos.

La Figura 5 representa una pantalla de creación de mejoras.

La Figura 6 representa una pantalla de encapsulación de datos.

La Figura 7 es un diagrama de flujo de operación de una forma de realización de la presente invención.

### **Descripción detallada de la invención**

[0023] La Figura 1 representa un entorno del sistema de la presente invención. El grupo de servidores 100 comprende los servidores 102, 104 los cuales normalmente son unidades independientes y pueden estar en ubicaciones separadas, no obstante pueden ser utilizados como un servidor simple. El servidor 102 puede contener contenido mejorado 106 que puede ser creado utilizando herramientas de desarrollo de contenido mejorado 108. Las herramientas de desarrollo de contenido mejorado 108 se pueden emplear para crear un código de unidad de recepción de contenido mejorado independiente que se almacena en la unidad de recepción que recibe respuestas por parte del espectador y las manda a un servidor.

[0024] El contenido mejorado puede comprender imágenes y o audios que se pueden visualizar de una manera sincronizada con un programa o anuncio publicitario. El contenido mejorado también puede comprender un programa de software descargado en una unidad de recepción de espectadores que respalda la respuesta del espectador para la programación de eventos. El servidor 104 puede contener artículos de datos 110 que pueden ser creados usando una disposición de base de datos y herramientas de mantenimiento 112. Las herramientas de mantenimiento y configuración

de bases de datos 112 se pueden utilizar con una base de datos para capturar información de registro, datos de respuesta de usuario, agregación, canje de puntos, y producción de informes. El servidor 104 también puede contener páginas web 114 que pueden ser creadas utilizando herramientas de desarrollo de web 116. Las páginas web 114 pueden permitir al espectador registrarse en algunos programas de puntos, ver los puntos acumulados, canjear puntos por productos o servicios, y acceder a las funciones del servicio de cliente. Las páginas web 114 también se pueden generar en una o más versiones compatibles con decodificadores, televisiones interactivas, y otros equipos tales como WebTV de WebTV Networks Inc. de Palo Alto, California.

[0025] Un grupo de servidores 100 se conecta a la red 118 que puede comprender una red LAN, WAN, Internet u otra red, incluyendo televisión por cable y redes de telecomunicación vía satélite. El contenido mejorado se puede transferir desde un grupo de servidores 100 y puede ser procesado a través de la activación de herramientas de creación, inserción, y archivo 120 para producir contenido mejorado listo para la emisión 122 que puede ser utilizado a través de una unidad emisión 126 y transmitida utilizando un programador 124. La señal transmitida se recibe a través de una unidad de recepción 130 en los establecimientos del espectador 128 y se presenta en una pantalla 132. La unidad de recepción 130 puede comprender una televisión, televisión interactiva, decodificador, receptor por satélite, ordenador, u otro dispositivo que se puede accionar para recibir una emisión y la entrada de un espectador y comunicar así esta entrada a un grupo de servidores 100. Alguno o todos los elementos mostrados en la Figura 1 pueden ser utilizados para poner en práctica varias formas de realización de la presente invención.

[0026] En cada una de las formas de realización, normalmente el espectador se registra para establecer una cuenta donde pueda ir acumulando puntos. La Figura 2 representa una interfaz de registro de espectador a través de una página web o a través de una unidad de recepción. La interfaz de registro puede comprender información de contacto 200, información demográfica 202, e información de seguridad 204. La información de contacto 200 puede comprender el nombre del espectador, dirección de correo electrónico, teléfono, dirección postal y otras informaciones. La sección demográfica 202 puede comprender edad, género, y otras informaciones que se pueden utilizar para determinar las características de la audiencia. La información de seguridad 204 puede comprender un número de identificación personal (PIN) u otro tipo de información de seguridad que puede ser utilizado para proporcionar seguridad en la información de puntos o para canjear puntos por productos o servicios. Puede ser requerida alguna información y otra puede ser opcional. En algunos casos, el registro puede ser automático de manera que algunos miembros de ciertos grupos pueden ser "pre-registrados" solamente necesitando introducir el PIN para completar el registro. Cuando un espectador envía la información de registro, una "cookie" que comprende una pequeña cantidad de información, como por ejemplo información de registro y una cuenta ID (identificación), se puede almacenar en la unidad de recepción del espectador. Se enviará una respuesta al espectador para confirmar el registro y verificar la dirección de correo electrónico proporcionada. A partir de la información de registro, se puede establecer la cuenta del espectador en el servidor 104 mostrado en la Figura 1. La interfaz de registro de la Figura 2 también puede proporcionar enlaces a otras páginas donde se describen los términos, condiciones, políticas, reglas, elegibilidad, precios y otras informaciones asociadas al programa.

[0027] En una primera forma de realización, una vez el espectador está registrado, la unidad de emisión 126 transmite el contenido mejorado 122 a una unidad de recepción del espectador 130 que incluye incentivos visibles o audibles que son posteriormente presentados en la pantalla 132. El contenido mejorado 122 también puede comprender un programa que se almacena en una unidad de recepción 130 que recibe una entrada de usuario en respuesta al incentivo o a un evento identificado. El programa se podrá utilizar para establecer un periodo de tiempo (una ventana de captura) durante el cual la respuesta del espectador podrá ser aceptada. Si la respuesta del espectador se recibe fuera del periodo de tiempo, la respuesta puede ser rechazada. Además, si se recibe un número de respuestas que exceden un umbral predeterminado, todas las respuestas pueden ser rechazadas. Tal rechazo se puede utilizar para otorgar puntos solo a los espectadores que en realidad están viendo un programa o un anuncio publicitario y dan la respuesta dentro del periodo de tiempo apropiado, de manera que los espectadores que dan respuestas de forma aleatoria o utilizan métodos automatizados o programáticos para producir las respuestas no son recompensados con puntos. El contenido mejorado 122 puede incluir información que determina el inicio y final de la ventana de captura.

[0028] La Figura 3 representa unas rutinas de software que se pueden almacenar en la unidad de recepción del espectador. Las rutinas de software representadas en la Figura 3 se pueden invocar como resultado de información recibida por parte de una unidad de emisión 126 o por la entrada de un usuario. Las rutinas de software mostradas en la Figura 3 se pueden descargar en una unidad de recepción como parte del contenido mejorado o pueden ser utilizadas a través de una conexión de red como Internet. Cuando el código es inicializado, se recurre a la carga de la rutina 300. En primer lugar, la carga de rutina 300 puede establecer una variable "AceptarRespuesta" que puede transformarse en falsa para ignorar la entrada de espectador hasta que la inicialización del programa es completada y se recibe una señal habilitadora. Posteriormente la rutina de carga 300 puede instalar e inicializar una lista configurada para sostener una lista de respuestas válidas por parte del espectador. Una vez las listas están configuradas y cualquier otro tipo de tarea de inicialización es completada, se completa la rutina de carga 300. La rutina de carga 302 se puede invocar en respuesta a la información en el contenido mejorado 122 que indica el principio de una ventana de captura. La rutina de captura de inicio 302 establece una variable "AceptarRespuesta" real, permitiendo que las entradas de respuesta del espectador sea recibidas. La rutina de captura final 304 se puede invocar en respuesta a la información en el contenido mejorado 122 que indica el final de una ventana de captura. La rutina de captura final 304 restablece la variable "AceptarRespuesta" de manera que no se acepta ninguna respuesta por parte del espectador. Cuando se recibe una

entrada de respuesta por parte del espectador, la rutina de respuesta 306 del usuario verifica la variable "AceptarRespuesta" para ver si es real. Si "AceptarRespuesta" no es real, no se acepta ninguna entrada de respuesta por parte del espectador y se finaliza la rutina. Si "AceptarRespuesta" es real, la rutina espera hasta que se recibe una respuesta de espectador o hasta que la variable "AceptarRespuesta" se restablece por una rutina de captura final 304. Si se recibe una respuesta por parte del espectador, la variable "AceptarRespuesta" puede ser restablecida como falsa para rechazar otras respuestas de ser capturadas hasta que la variable "AceptarRespuesta" se vuelve real a través de la rutina de captura de inicio 302. La respuesta del espectador recibida produce un registro. El registro puede contener una marca de tiempo y fecha, el canal al que está sintonizado el decodificador, el código ID (identificación) del decodificador, y otra información relevante. Este registro es luego añadido a la lista de registros existentes que fueron previamente creados. La rutina de datos 308 enviada puede ser invocada en respuesta a la información que hay en el contenido mejorado 122. La rutina de datos enviada puede crear un mensaje que comprende información sobre la lista de registros y puede enviar el mensaje a un servidor, como el servidor 104 de la Figura 1. Tal y como se describe anteriormente, la forma de realización también puede aceptar una pluralidad de respuestas y puede aceptar o rechazar respuestas utilizando un algoritmo que determina si un programa o anuncio publicitario está siendo observado.

[0029] En otra forma de realización, se descarga un programa en una unidad de recepción a través de una red emisión, u otra red como por ejemplo Internet. El contenido del programa es una descripción o una indicación de la gente, cosas, o eventos durante un programa o anuncio publicitario a los que un espectador puede responder y ganar puntos. La indicación puede ser en forma de botón o icono que se pueden seleccionar cuando una cosa o evento es visto durante el programa o publicidad. Por ejemplo, una pantalla puede contener algún botón con artículos como una marca de automóvil, marca de refresco, u otras promociones y se pueden ganar puntos si el espectador selecciona el botón cuando la imagen correspondiente se visualiza durante el programa o publicidad. También se pueden pulsar los botones para responder a eventos como besos, guiños, palabras habladas, u otros eventos que se pueden emplear para medir la atención del espectador durante el programa o publicidad. Una vez son recibidas, las respuestas del espectador se pueden enviar a un servidor, almacenar y enviar a intervalos predeterminados, cuando un número predeterminado de respuestas han sido acumuladas, o pueden ser enviadas en respuesta a la señal de un servidor. Esta forma de realización utiliza el registro e información del espectador pero no requiere el desarrollo de mejoras. Tal y como se describe anteriormente, esta forma de realización puede aceptar una pluralidad de respuestas y puede aceptar o rechazar respuestas utilizando un algoritmo que determina si un programa o anuncio publicitario esta siendo visto. El algoritmo se puede implementar en la unidad de recepción o en un servidor. Esta forma de realización se puede implementar en un ordenador, como por ejemplo un ordenador portátil con conexión inalámbrica a Internet, de manera que el audio y el vídeo del programa y anuncio publicitario no se ven alterados. De esta manera el espectador puede ver la emisión inalterada de los programas y anuncios y puede ganar puntos a través de la entrada de respuestas al ordenador portátil que refleja la gente, cosas, o eventos contenidos en la emisión del programa o anuncio publicitario.

[0030] En cada una de las formas de realización descritas anteriormente, la información de la respuesta por parte del espectador para programar eventos, gente, cosas, u otros incentivos, es transferida a un servidor. Las respuestas acumuladas de una pluralidad de espectadores se pueden emplear para producir un informe de estadística incluyendo el número de espectadores, la distribución de la demografía de los espectadores, la atención puesta en el contenido del programa y anuncio publicitario y otras métricas que se pueden emplear para valorar las características de la audiencia y seleccionar la publicidad confeccionada para una audiencia particular. Además, el número de puntos asociado a un programa puede aumentarse para atraer espectadores. Los bonos de los puntos de gratificación se pueden emplear para atraer espectadores durante periodos de baja audiencia. Los eventos de puntos de bonificación también se pueden configurar para atraer ciertos grupos de espectadores, como por ejemplo aquellos por encima de los 40 años, a programas que incluyen un tipo de publicidad dirigida a este grupo.

[0031] La implementación de la presente invención se puede simplificar a través del uso de un asistente de campaña a través del cual los programas, mejoras, incentivos, y puntos de recompensa pueden ser definidos. La Figura 4 representa una forma de introducción electrónica que se puede emplear para establecer una campaña de recompensa de puntos. El nombre de campaña 400 es una etiqueta que el usuario puede asignar a esta particular campaña para una fácil recuperación o una posterior modificación. La descripción 402 es una descripción textual de la campaña que puede también ser utilizada como parte de una búsqueda de una campaña particular o tipo de campaña. La fecha de emisión 404 y el calendario 406 se pueden utilizar para especificar la fecha prevista de emisión del contenido mejorado. El tipo de campaña 408 permite al usuario seleccionar el tipo de campaña. Los tipos de campaña pueden incluir:

- Campañas "Watch" donde los avisos en pantalla se visualizan a principios del programa
- Campañas "Watch Closely" donde los avisos, invisibles para el espectador, se sincronizan con ciertos eventos durante el programa (como por ejemplo la facilitación de una palabra clave de forma hablada)
- Campañas "Watch Them All" donde las múltiples campañas Watch episódicas se enlazan y se otorgan puntos a los espectadores que participan en un número predeterminado de episodios durante una serie.
- Campañas "Watch Them All Closely" donde las múltiples campañas Watch, y/o eventos individuales a través de múltiples episodios, se enlazan y otorgan puntos a los espectadores que participan en un número predeterminado de episodios durante una serie.
- Campañas "Watch and Win" donde los espectadores pueden encontrar y recopilar "piezas de un juego" introducidas durante un programa o anuncio y luego pueden acceder a un sitio web relacionado para determinar si su pieza de juego es la vencedora.

- Campañas "Live" donde los avisos ya bien en pantalla y/o ocultos se facilitan al espectador por el director del evento en vivo.

- Campañas "Advertising" donde los avisos ya bien en pantalla y/o ocultos se facilitan al espectador durante un anuncio comercial y respondiendo a los avisos que incrementan la cuenta del espectador para el servicio actual sintonizado y/o MSO.

- Campaña "Walled Garden" donde la visita de las páginas de participación protegidas y/o el hecho de clicar en anuncios interactivos puede incrementar la cuenta designada del espectador (MSO o Proveedor de servicio)

[0032] Siguiendo con la Figura 4, el tipo de vídeo 410 puede ser un anuncio o largometraje, y puede ser indicado también como la fuente de vídeo 412. Clicando en el botón 'Next>' 414 puede hacer aparecer una pantalla de creación de mejora.

[0033] La Figura 5 representa una pantalla de creación de mejoras. Un usuario puede emplear controles de vídeo 500 para iniciar, parar, interrumpir, y reposicionar un programa de vídeo o anuncio en cualquier ubicación. Las imágenes de la película se pueden presentar en un área de previsualización de imagen 502. Cuando se para, una entrada de evento 504 que comprende el tiempo de captura de inicio, duración del evento de captura, y el número de puntos otorgados se pueden introducir en la lista de eventos 506. El tiempo de captura de inicio y la duración del evento de captura se pueden utilizar para las rutinas de captura de inicio 302 y de fin 304 representadas en la Figura 3. Una vez las intensificaciones han sido introducidas, un usuario puede seleccionar el botón Next> 508 y puede navegar por una pantalla de encapsulación de datos tal y como se muestra en la Figura 6.

[0034] La Figura 6 representa una pantalla de encapsulación de datos. Esta pantalla se puede emplear para definir datos que serán almacenados a partir de las respuestas del espectador. El almacenamiento de datos puede corresponder con pasos realizados en la rutina de respuesta de usuario 306 mostrado en la figura 3 y los datos pueden ser almacenados en el servidor 104 de la figura 1. Usando la pantalla de encapsulación de datos de la figura 6, el usuario puede definir como encapsular los datos a partir de las respuestas del espectador. La pantalla de encapsulación 600 comprende un menú de selección de datos 602, organización de datos 608, y destino de datos 610. A través del menú de selección de datos 602, el usuario puede seleccionar qué datos deben ser transferidos. Los tipos de datos pueden incluir tiempo y fecha, ID de usuario, canal sintonizador, ID de mejora, puntos y otra información. Para simplificar la selección de tipo de datos es mejor utilizar el botón 606, en vez del botón 604. Una vez son transferidos los datos se puede utilizar el menú de organización de datos 608. Estos datos se pueden transferir cuando un número predeterminado de respuestas han sido almacenadas, a intervalos predeterminados, o a través por ejemplo de la selección de otro canal o apagando la unidad de recepción. La organización de transferencia de datos también puede reflejar requisitos de carga de equilibrio de un servidor o de otros criterios. El menú del destino de datos 610 se puede emplear para especificar o seleccionar el servidor al que son transferidos los datos y especificar un identificador u otras informaciones enviadas con los datos.

[0035] El espectador puede ser avisado por correo electrónico si los puntos acumulados alcanzan o exceden una cuenta predeterminada. Si los puntos totales del espectador están cerca del valor que permite el canje por un producto o servicio, se le mandará un correo electrónico para animarle a ver una o varias emisiones en particular.

[0036] Un espectador puede obtener información con relación a como a participar en un programa donde se ganan puntos a través del sitio web o a través de información mostrada en la unidad de recepción del espectador. Una secuencia operativa puede comprender:

- Un espectador está observando un programa difundido.

- Se notifica al espectador que puede mejorar programa a través del uso de una ventana "bug" emergente en la pantalla. Un "bug" es un icono o un tipo de indicador visual.

- El espectador selecciona un modo mejorado clicando un botón específico del control remoto o teclado. Esta selección de modo mejorado puede incluir la transmisión de un mensaje por parte de la unidad de recepción en una unidad de emisión sobre un canal o sobre una red tal como Internet.

- El espectador puede recibir y ser provisto de una página de instrucciones llamada "how to".

- Se envía un detonante, introducido en el contenido, a la unidad de recepción para permitir la aceptación de una respuesta por parte del espectador.

- El software en la unidad de recepción puede permitir la visualización del "bug" específico o hacer de toda la pantalla de vídeo un punto de acceso. El punto de acceso es habilitado, eficazmente partiendo de la captura de respuestas por parte del espectador.

- Cuando hay un evento, el espectador puede proporcionar una respuesta a través de un ratón, control remoto, teclado, u otro dispositivo de entrada. La unidad de recepción detecta la respuesta y actualiza los datos que contienen una marca de tiempo y fecha y otras informaciones como por ejemplo el número de canal. Se puede introducir un código para producir una única entrada si el usuario clica múltiples veces durante un evento.

- La unidad de recepción recibe otro iniciador que deshabilita el punto de acceso, parando eficazmente la captura de respuestas. Alternativamente, un temporizador se inicia al recibir la captura del iniciador y después de una cantidad predeterminada de tiempo, se inhabilita el punto de acceso.

- Una señal de transmisión se puede crear periódicamente, de forma aleatoria, en respuesta al tamaño del almacenamiento de datos, o en respuesta a otra condición. Cuando la señal de transmisión es activada, la unidad de

recepción manda información de respuesta a un servidor.

- El servidor recibe la información de la unidad de recepción y puede depositar los datos o parte de ellos.
- El servidor actualiza las tablas así como otras estructuras de datos.

5 [0037] La Figura 7 es un organigrama de operación de una forma de realización de la presente invención. En el paso 700, se presenta a los espectadores la información de la campaña de premios. Tal presentación puede contener publicidad promocional, correo electrónico y postal, sitio web y otro tipo de información. En el paso 702, se identifican los eventos contenidos dentro del contenido de emisión (como por ejemplo un programa o anuncio publicitario). La identificación puede contener una lista de eventos visuales o audibles, o puede contener una imagen visualizada tal como un icono o logo sobre artículos por ejemplo para ser vistos o escuchados. En el paso 704, se reciben las respuestas del espectador a los eventos. En el paso 706, se otorgan puntos a las respuestas aceptadas de los espectadores. En el paso 708, se acumulan los puntos para cada espectador. En el paso 710, la información que se da describe los productos y servicios por los cuales se podrán canjear los puntos.

15 [0038] Un espectador puede acceder a una página web para determinar el número de puntos acumulados, los premios que pueden ser proporcionados, y otra información. El acceso a los premios puede no requerir la introducción de una contraseña mientras el acceso a los puntos acumulados puede requerir la introducción de una contraseña. Una secuencia operativa del acceso del espectador a un sitio web puede comprender:

- 20
- el espectador accede a una pagina web de puntos.
  - el espectador comprueba los premios disponibles.
  - el espectador accede a una página con una cuenta de puntos.
  - el espectador introduce un nombre de usuario y contraseña
  - un servidor determina los puntos acumulados.
- 25
- una pantalla se puede producir y puede contener texto y gráficos mostrando el número de puntos acumulados.

[0039] La presente invención también puede permitir ganar puntos respondiendo un cuestionario sobre un producto o programa, permitiendo así la visión de programas en otra ubicación diferente a la habitual del espectador. Un cuestionario puede proporcionar educación sobre productos al cliente y se puede usar para permitir descansos y visión de programas con amigos o familiares. Un cuestionario también puede ofrecer al espectador una oportunidad para acumular puntos adicionales si el total de puntos del espectador está cerca del número de puntos requerido para obtener un premio. Adicionalmente, se pueden utilizar señales de audio para indicar que se pueden ganar puntos de recompensa a través de la respuesta del usuario. Se pueden emplear señales de audio para reducir la probabilidad de que el espectador silencie la salida de audio durante los mensajes publicitarios.

35 [0040] Como un análisis corto, esta divulgación expone que los espectadores de contenido de emisión son premiados con puntos por responder a eventos presentados durante la emisión. Los puntos se acumulan y se pueden otorgar puntos adicionales por la visión de una pluralidad de episodios o presentaciones de anuncios publicitarios. Los puntos se pueden canjear por productos o servicios. El contenido de emisión se puede mejorar para incluir indicadores de eventos de puntos. Un programa software, descargado en una unidad de recepción, procesa las respuestas de los espectadores y transfiere información de respuesta a un servidor. El procesamiento de las respuestas del espectador puede incluir un período de tiempo donde la respuesta del espectador es aceptada. Las respuestas introducidas en otros periodos de tiempo, o las respuestas mayores que o iguales a un número predeterminado pueden ser rechazadas. Un sitio web puede proporcionar información sobre los puntos del espectador e información sobre los premios. Un conjunto de herramientas permite la implementación de un programa donde se ganan puntos incluyendo la especificación del nombre del programa, contenido de emisión, horario, eventos, valores de puntos, periodos de tiempo de respuesta, datos almacenados, horarios de almacenamiento y destinos de almacenamiento.

40

45



**REIVINDICACIONES**

1. Unidad de recepción (130) para premiar a un espectador por ver el contenido de emisión que comprende:  
 5 una conexión de red (118) que permite a dicha unidad de recepción (130) comunicarse con un servidor (102,104), dicho servidor (102,104) se puede activar para recibir una respuesta a un evento por parte de dicho espectador, atribuir un valor de puntos a dicha respuesta, y acumular dicho valor de puntos con valores de puntos precedentes, si los hay, para producir un total de puntos que se puede canjear por un premio;  
 un primer programa de software receptivo de una señal contenida en dicha emisión, dicha señal indicando el principio de un período de tiempo durante el cual se puede recibir dicha respuesta a un evento;  
 10 un segundo programa de software que almacena dicha respuesta; y  
 un tercer programa de software que transfiere dicha respuesta a dicho servidor (102,104),  
**caracterizada por el hecho de que** el tercer programa de software inhibe la transferencia de dicha información de respuesta si una pluralidad de entradas mayor que o igual a un número predeterminado son recibidas por parte de dicho espectador.
- 15 2. Unidad de recepción según la reivindicación 1 que además comprende:  
 una rutina de software que acumula un número predeterminado de respuestas antes de transferir dichas respuestas a dicho servidor.
- 20 3. Unidad de recepción según la reivindicación 1 que además comprende:  
 una rutina de software que transfiere dicha respuesta a dicho servidor (102,104) en un tiempo predeterminado.
4. Unidad de recepción según la reivindicación 1 que además comprende:  
 25 una rutina de software que transfiere dicha respuesta a dicho servidor (102,104) cuando una señal de transmisión está presente en dicho contenido de emisión.
5. Unidad de recepción según la reivindicación 1:  
 en donde el primer programa de software muestra un botón que contiene una imagen representativa de dicho evento en dicho contenido emisión; y  
 30 en donde el segundo programa recibe una entrada de dicho espectador cuando dicho espectador activa dicho botón, dicho segundo programa asociado a dicha entrada con dicho botón para producir dicha respuesta.
6. Unidad de recepción según la reivindicación 5 en donde dicha información de respuesta además comprende:  
 35 el tiempo en que fue recibida dicha entrada.
7. Unidad de recepción según la reivindicación 1 donde dicha unidad de recepción es: un decodificador, un ordenador personal o bien una televisión interactiva.
8. Método para premiar a los espectadores por ver el contenido de emisión que comprende:  
 40 informar a dichos espectadores que pueden ganar premios respondiendo a eventos específicos contenidos en dicho contenido de emisión;  
 identificar dichos eventos específicos;  
 proporcionar una interfaz a través de la cual dichos espectadores pueden introducir una respuesta a dichos eventos;  
 recibir dicha respuesta;  
 45 asignar un valor de puntos a dicha respuesta;  
 acumular dicho valor de puntos con valores de puntos precedentes, si los hay, asociados a una respuesta precedente de dicho espectador para producir un total de puntos,  
 proveer el canje de dichos puntos cuando dicho total es mayor que o igual a un número predeterminado de puntos;  
**caracterizado por el hecho de que** dicho paso de acumulación comprende además la no acumulación de dicho valor de la cuenta si el número de respuestas del espectador durante dicho período de tiempo es mayor que o igual a un  
 50 número predeterminado.
9. Método según la reivindicación 8 donde dicho paso de recibir dicha respuesta comprende:  
 55 crear un período de tiempo durante el cual se recibe una respuesta del espectador.
10. Método según la reivindicación 8 donde dicho paso de asignar un valor de puntos además comprende:  
 premiar con puntos adicionales si dicho espectador ha respondido a un número predeterminado de episodios de dicho contenido.
- 60 11. Método según la reivindicación 8 donde dicho paso de identificación de dichos eventos específicos además comprende:  
 emisión de un indicador visual.
- 65 12. Método según la reivindicación 8 donde dicho paso de identificación de dichos eventos específicos además comprende:  
 emisión de un indicador audible.

13. Sistema para premiar a un espectador por ver el contenido de emisión que comprende:  
un servidor (102,104) que incluye una mejora (106) que se puede proporcionar con dicho contenido de emisión, dicha mejora (106) indicando un evento por el cual una respuesta del espectador puede ser premiada con puntos;  
5 una conexión de red (118) para comunicar dicha respuesta;  
un primer programa de software que recibe dicha respuesta y asigna un valor de puntos a dicha respuesta; y  
un segundo programa de software que acumula dichos valores de puntos con valores de puntos precedentes, si los hay, y almacena un resultado acumulado,  
10 **caracterizado por el hecho de que** el segundo programa de software inhibe la transferencia de dicha información de respuesta si una pluralidad de entradas mayor que o igual a un número predeterminado son recibidas por parte de dicho espectador.
14. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
15 una unidad de recepción que produce dicha mejora (106) que identifica dicho evento y que acepta dicha respuesta del espectador a dicho evento.
15. Sistema según la reivindicación 13, donde el segundo programa permite el canje de dichos puntos para premiar a dicho espectador cuando dicho resultado acumulado es mayor que o igual a un número predeterminado de puntos.
- 20 16. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
un tercer programa de software que produce una interfaz a través de la cual dicho espectador se registra para acumular puntos.
- 25 17. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
una página web que describe un producto que se puede obtener canjeando un número predeterminado de puntos.
18. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
una página web que describe un servicio que se puede obtener canjeando un número predeterminado de puntos.
- 30 19. Sistema según la reivindicación 13 donde dicha mejora (106) además comprende:  
una señal que indica el período de tiempo cuando dicha unidad de recepción aceptará dicha respuesta a dicho evento de dicho espectador.
- 35 20. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
una rutina de software que se puede descargar a dicha unidad de recepción, dicha rutina de software receptiva de una señal en dicha mejora que indica un período de tiempo en el que dicha unidad de recepción aceptará dicha respuesta a dicho evento de dicho espectador.
- 40 21. Sistema según la reivindicación 13 que además comprende:  
una herramienta de creación de campaña que especifica un nombre de campaña, fecha de emisión, y una fuente de vídeo de dicho contenido de emisión;  
una herramienta de definición de eventos que especifica un período de tiempo asociado a dicho evento durante el cual dicha respuesta del espectador será aceptada y  
una herramienta de encapsulación de datos que define los datos que serán guardados, la programación de cuando dichos datos son guardados, y la ubicación en la que dichos datos son guardados.  
45
22. Método según la reivindicación 8 que además comprende:  
registro de dichos espectadores y obtención de información demográfica describiendo dichos espectadores;  
50 cálculo del número de dichos espectadores proporcionando respuestas a dichos eventos con dicho contenido de emisión; y generación de un informe con el número de dichos espectadores y un perfil demográfico de dichos espectadores.

Figura 1

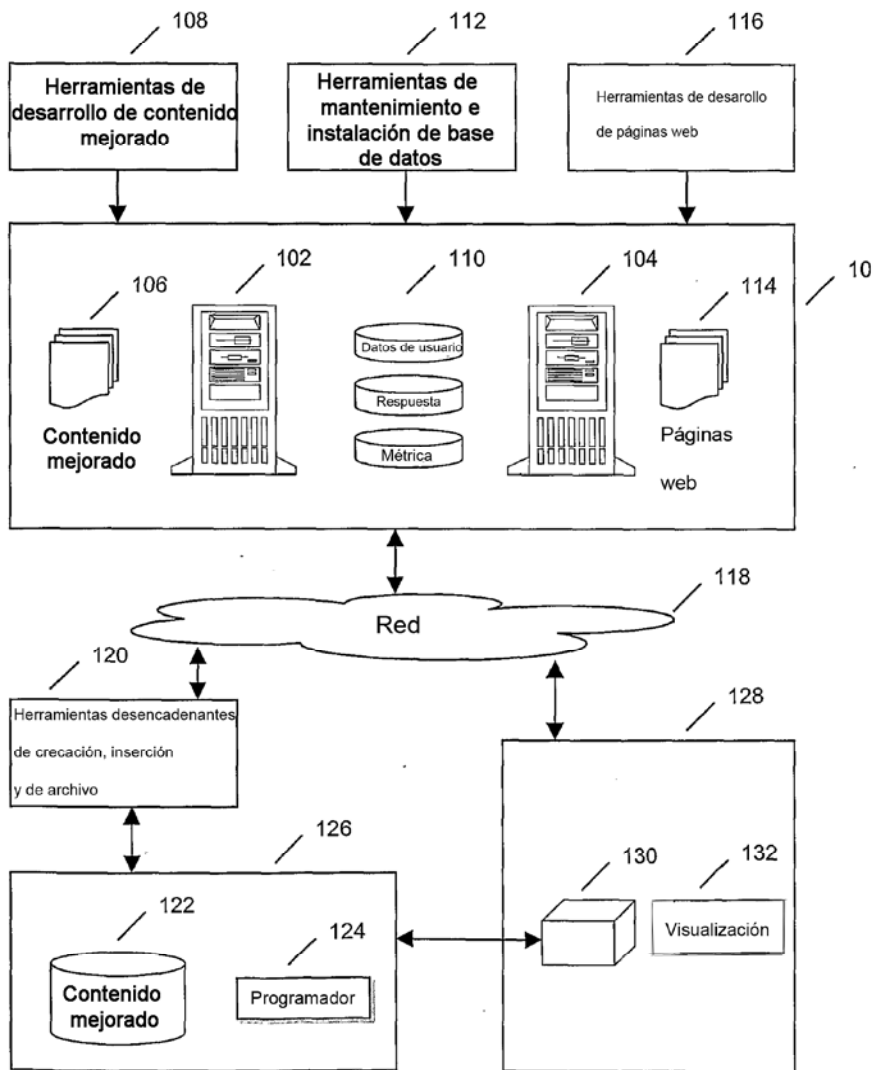


Figura 2

Por favor indique la siguiente información de contacto:

Nombre  200  
Número de teléfono fijo   
Correo electrónico

Para registrarse tiene que ser mayor de edad y ciudadano de los Estados Unidos.

Ciudadano de EE UU  Sí  No 202  
Fecha de nacimiento  día/mes/año  
Sexo  Hombre  Mujer

Por favor introduzca un número de cuatro dígitos. Este va a ser su número personal (PIN) y deberá usarlo para iniciar una acción. NO SE OLVIDE DEL NUMERO!

Número PIN  204

[Política de privacidad](#)

Figura 3

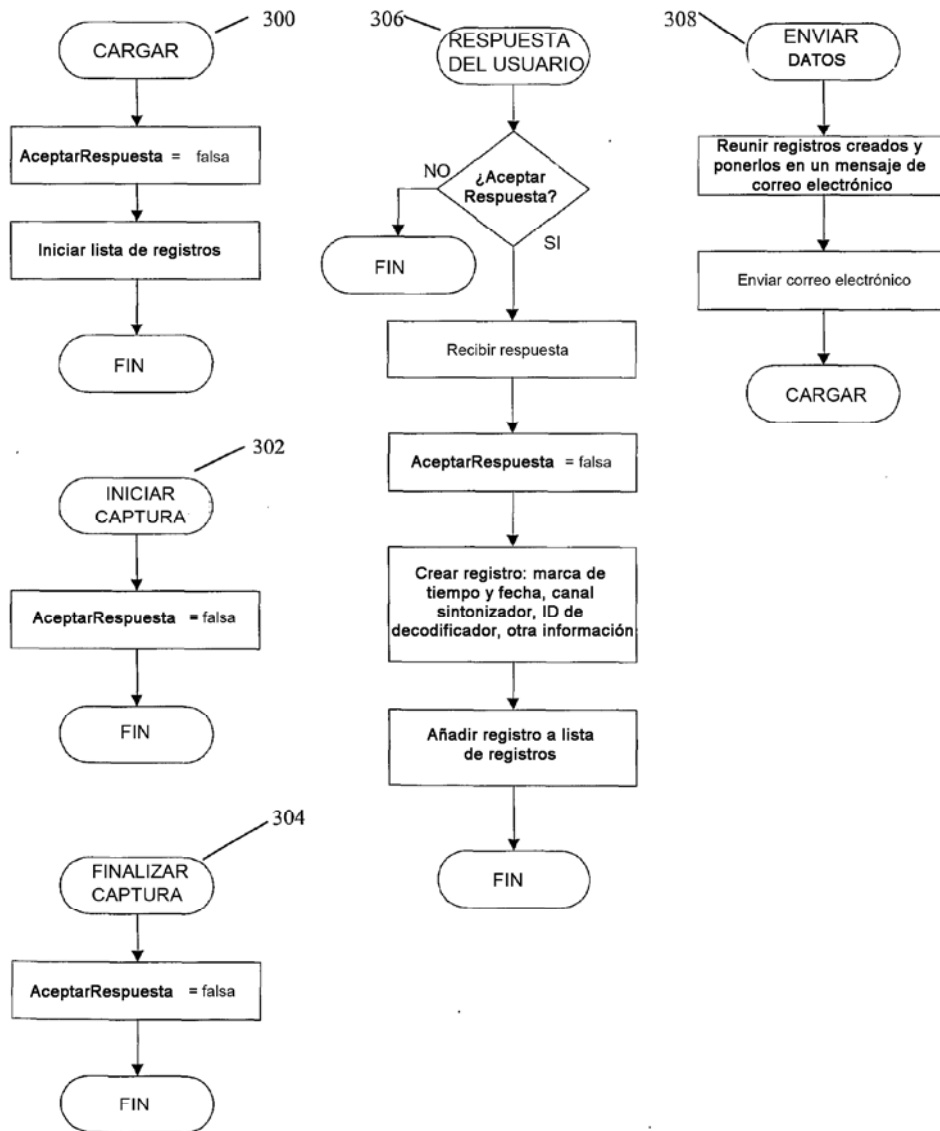


Figura 4

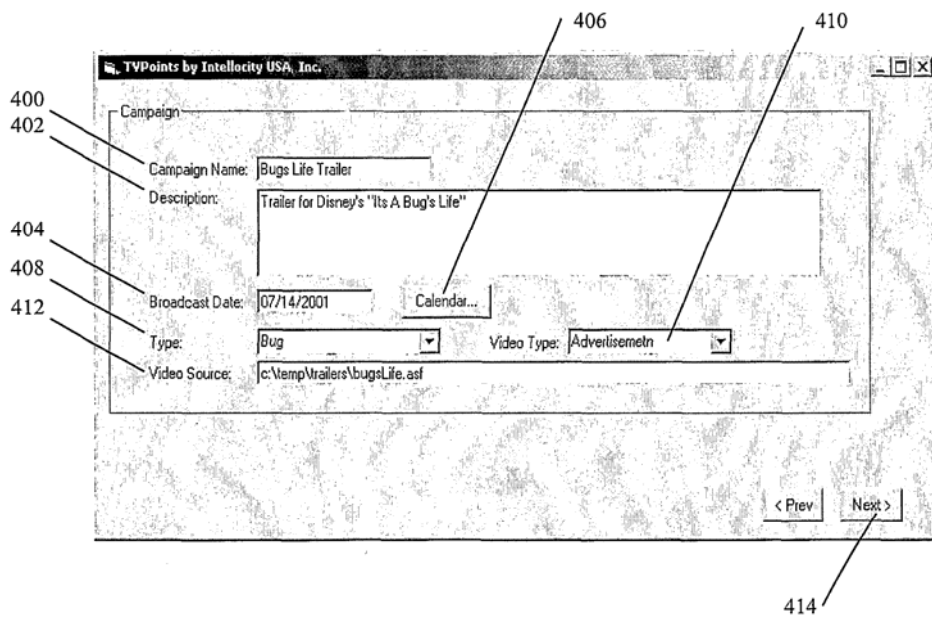


Figura 5

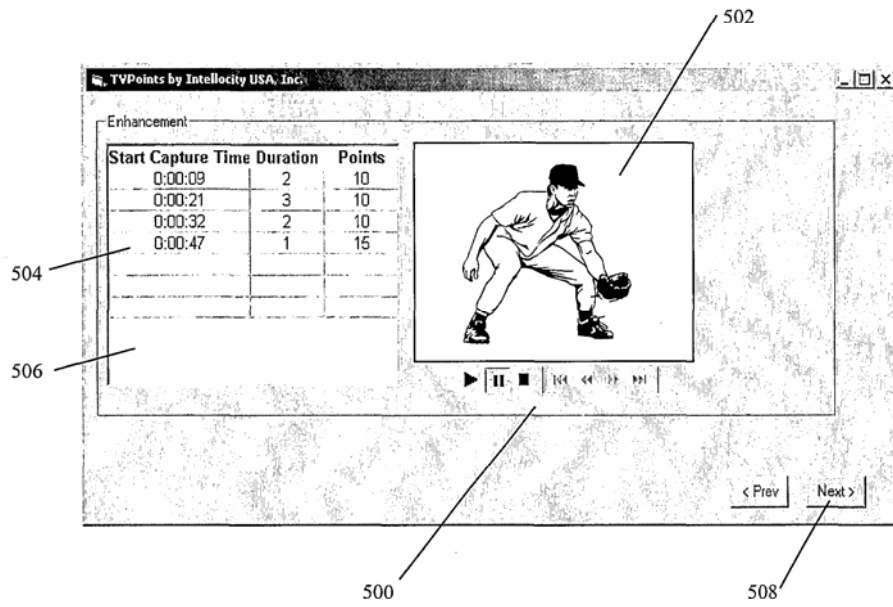
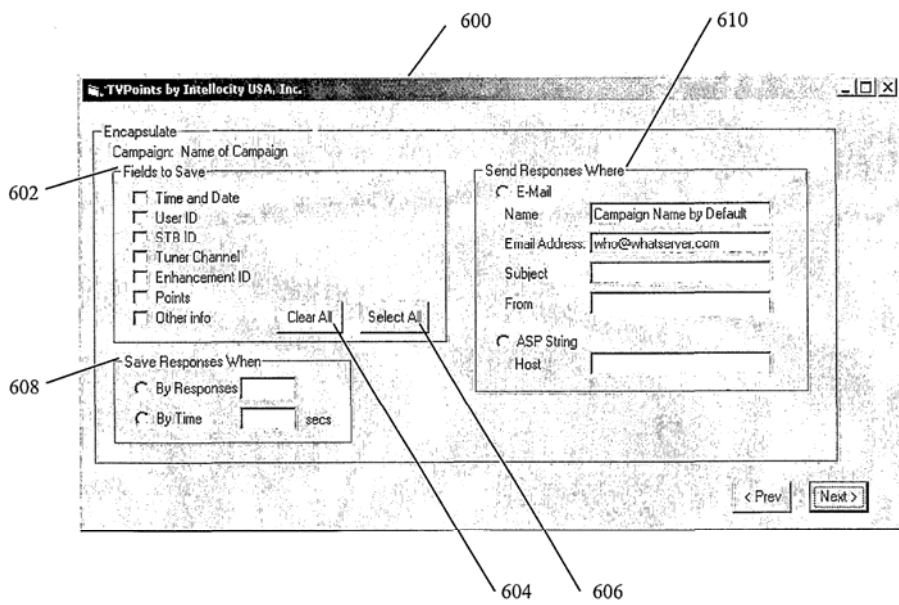


Figura 6





**Figura 7**

