



JOSÉ MARÍA VIDAL
SECR. AUTÓN. COMUNICACIÓN
«Es tiempo de reconstruir RTW, 100% valenciana; y es más difícil reabrir la de lo que fue fundarla»



J. M. PÉREZ TORNERO
CÁTEDRA UAB-RTVE
«Caen las fronteras, el mundo es global, móvil y la audiencia se empodera y el contenido se banaliza»



RAMÓN PEDROSA
AS. EMPRESAS PUBLICIDAD CV
«Echamos en falta que el proyecto de nueva RTW incluya a los publicistas en su eje transmedia»



LUIS PIQUER
AGENCIA PUBLIPS
«En la era transmedia, los contenidos de calidad pueden monetizarse según las plataformas»



EUGENIO MARTÍN
PRESIDENTE DIRCOM CV
«Hay que crear universos propios, interactuar con marcas, y sumar talento propio y buen contenido»

CONGRESO SOBRE 'CONTENIDOS TRANSMEDIA EN LA TV DE PROXIMIDAD' EN LA UJI

La Generalitat avanza hacia una nueva RTW multicanal y con más producción valenciana

GABRIEL UTIEL

► Construir un nuevo modelo de audiovisual es el objetivo, según el secretario autonómico

► Vidal anuncia que Burjassot será centro de producción para RTVE y otras cadenas

CRISTINA GARCIA
cgarcia@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

El secretario autonómico de Comunicación de la Generalitat valenciana, José María Vidal, apuntó ayer en la clausura del XIV Congreso de Comunicación Local (ComLoc), organizado por la UJI y el periódico **Mediterráneo**, que se está «trabajando ya» para «construir un nuevo modelo de Radiotelevisión Valenciana (RTVV), que debe ser diferente e independiente, defendiendo los intereses de los valencianos, en valencià, vertebradora, en red, con multiplicidad de plataformas que convivirá con la actual TDT, y con una estructura de producción y creación audiovisual valenciana».

Vidal, que cerró el ciclo *Contenidos transmedia en la televisión*

de proximidad junto con el director del ComLoc, Javier Marzal; y el rector, Vicent Climent, enumeró todas las medidas que desde mayo del 2015 se han tomado para «regenerar un panorama audiovisual de caos», y avanzó que la intención del Consell es «ir rápido», para lo que se están dando ya los pasos para «concluir el inminente anteproyecto de ley del Consell Audiovisual Valencià y la creación del archivo audiovisual valenciano», al que definió como «signatura pendiente».

«Queremos una Corporació de Mitjans Audiovisuals con contenidos transmedia y de calidad que, además, vertebrén el territorio», apostilló, para cerrar su intervención remarcando que las infraestructuras de la antigua RTVV en Burjassot deberán caminar hacia el multimedia, conteniendo la delegación valenciana de RTVE y de otras plataformas».

«SEQUIÀ» AUDIOVISUAL // El director del ComLoc señaló que «el sector audiovisual valenciano, en todos sus brazos, desde los profesionales de la comunicación, la producción, la creación y la publicidad, empieza a ver la luz después de años de sequía», aunque llamó a la «prudencia». Marzal pidió «tiempo a la nueva RTVV para que madure, para que asiente sus nuevos formatos y se revierta la situación anterior y se canalice el talento valenciano, sin complejos, con productos que den no solo rendimiento económico, sino social». «RTVV debe recuperar la confianza de la ciudadanía y eso se conseguirá no volviendo a cometer los mismos errores, y adaptándola a la nueva sociedad multiplataforma e interactiva».

El rector retrató una televisión de futuro «pública, de servicio, más plural en su audiencia; más próxima, menos partidista y con profesionales ya transmedia». ≡



► El secretario autonómico, José María Vidal, junto al rector, Vicent Climent, y el profesor Javier Marzal, en la UJI.



► Alumnos de los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad han seguido las jornadas del ciclo.

las claves

1 MULTIPLATAFORMA
La comunicación de la nueva era será transmedia o, lo que es lo mismo, multiplataforma, con una historia que fluirá en varios formatos según la ventana a la que se asome.

2 MÁS PARTICIPATIVA
Todo el periodismo será multicanal, y 100% participativo, con unas audiencias colaborativas, nuevos lenguajes, desde la verdad y la reputación y en clave 'glocal'.

3 APUESTA DE CALIDAD
Profesionales, teóricos, productores, creativos y publicistas han incidido en la necesidad de que la calidad sea un objetivo, sin complejos, con talento 'made in Comunitat'.



►► **Experto** ► José Manuel Pérez Tornero, en la ponencia, junto a Javier Marzal.

«El público se empodera y banaliza el consumo»

José Manuel Pérez Tornero avanza que el mundo global, hiperconectado, busca calidad ≡ «Hay que reinventarse», dice

C. GARCIA
cgarcia@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Uno de los mayores expertos, teóricos y prácticos, de la comunicación transmedia en España, el director de la cátedra de Innovación de RTVE-UAB, el profesor José Manuel Pérez Tornero, dio ayer una lección del contexto en el que se mueven los nuevos medios, lenguajes y la tecnología, incidiendo en que «en el mundo global, hiperconectado, el concepto de proximidad desaparece en favor de la calidad; lo mismo que el factor inmediatez de consumo, porque se trabaja a la carta, en red».

Pérez Tornero destacó

el «empoderamiento de la audiencia, y de los poderes tradicionales, y la banalización del consumo, sin filtros, sobre todo entre el receptor más joven, que se informa en redes sociales, tanto que, si Facebook desconectara a los medios, desaparecerían». Aunque, dijo, «la veracidad y la reputación son vitales».

«El televisor no es lo que era, y lo audiovisual se con-

«La comunicación debe entenderse en clave de acción de interacción y de participación»

sume multipantalla», dijo, planteando un escenario en cinco años, «con mayor fragmentación de la audiencia, a la baja, y una plataformización, con oferta a la carta, personalizada». Ante esto, «hay que reinventarse, cuestionar procesos y cambiarlos, experimentar, aprovechar la automatización, y generar formatos y contenidos diferentes». «La TV se entiende en clave de acción, de participación», señaló.

«La comunicación del presente y la del futuro aún más, serán híbridas, con periodistas *conversadores*, sin secuestrar la información, que fluye en la plataforma transmedia». ≡



►► **Publicistas** ► Francisco Fernández, con Ramón Pedrosa, Eugenio Martín y Luis Piquer.

Publicistas piden paso en el puzzle transmedia

Los pioneros en la Comunitat destacan que el multicanal permite monetizar contenidos de calidad y conectar públicos

C. G.
cgarcia@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

El sector de la publicidad reivindicó su espacio en la nueva RTVV. En una mesa redonda sobre *Financiación en el entorno transmedia*, debatieron sobre el modelo de futuro de la comunicación el presidente del DirCom Comunitat, Eugenio Martín; Ramón Pedrosa, de la Asociación de Empresas de Publicidad de la Comunitat, y Luis Piquer, de la Agencia Publips, pioneros valencianos en los lenguajes transmedia.

Piden paso en el «nuevo puzzle multiplataforma de la RTVV». «Se debe concebir como un todo, donde encajen todas

las piezas, que son muy diferentes; y tengan en cuenta a las marcas», señaló Pedrosa. «Y los publicistas somos los que estamos detrás de esas marcas, y podemos aportar mucho a la nueva Llei de l'Audiovisual, sobre todo en cómo relacionar contenidos para conectar con el público», señalaron, quejándose de que no se les ha tenido aún en cuenta.

Piquer, que presentó su

«Estamos detrás de las marcas y podemos aportar mucho a la nueva RTVV transmedia»

filme transmedia *Paella Today*, incidió en «tener claro qué RTVV queremos, de calidad, que eduque, informe y entretenga, con contenidos que se gestionen en diversas plataformas». Y «ese contenido se puede monetizar de muchas maneras; trabajando en formatos más imaginativos».

Se quejaron de que «se teoriza mucho, y se hace poco». Martí explicó que «lo transmedia es crear universos con diferentes ventanas desde las que mirar, y ahí están las marcas para crear eventos, series, coproducciones, patrocinios o contenido pagado». «A aquellos que van a pagar la fiesta no se les ha invitado», finalizó. ≡