

ESIC acoge una jornada sobre la revolución audiovisual, los retos y objetivos de la nueva televisión digital

Durante la jornada se presentó el Primer Programa Superior de Gestión de Televisión Digital y Contenidos y un nuevo modelo de comercialización publicitaria pionero en España: la Publicidad Indexada

AMC Networks International Iberia, en colaboración con el ICEMD -el Instituto de la Economía Digital de ESIC- celebró el pasado viernes la jornada La revolución audiovisual: Televisión y Contenidos Digitales, un encuentro en el que destacados directivos que lideran las empresas de contenidos más relevantes de España analizaron los desafíos y oportunidades del sector ante una audiencia compuesta por operadores, anunciantes, agencias de medios, periodistas y profesionales del sector.

“La esencia de nuestro negocio es captar la atención de la gente y ponerla a disposición de nuestros anunciantes. El que tenga buen contenido, triunfará”

-Silvio González, consejero delegado de Atresmedia

Dentro de este marco, en el que participaron, entre otros, Eduardo Zulueta, presidente de AMC Networks International Iberia y Latin America; Silvio González, consejero delegado de Atresmedia; Ignacio García-Legaz, director de Televisión de Vodafone España; e Ignacio Fernández Vega, director de Movistar TV, se abordaron, entre otras cuestiones, las nuevas formas de consumo, la batalla entre el modelo lineal y no lineal, la eclosión de nuevos operadores así como las nuevas tendencias y hábitos del espectador en un momento de repunte de consumo y un crecimiento de los abonados en las diferentes plataformas.

Sobre la salud del sector, Eduardo Zulueta considera que actualmente nos encontramos “en una fase de auge creativo” en la que “las nuevas oportunidades de consumo están permitiendo nuevas formas narrativas”. En esa línea, Silvio González, afirmó que “la esencia de nuestro negocio es captar la atención de la gente y ponerla a disposición de nuestros anunciantes. El que tenga buen contenido triunfará”.

Por otro lado y sobre la llegada de nuevos operadores al sector, Silvio González aseguró que “el modelo gratuito y el de pago no parece que vayan a cambiar. Hay una mística del cambio pero luego hay que atemperarla con datos” mientras que Fernando Ojeda, director general de Euskaltel, sostuvo que “nosotros no lo vemos como una amenaza porque somos conscientes de lo que somos”.

Por su parte, Ignacio García-Legaz afirmó que “no sé si es un cambio de paradigma pero a mí me ha

movido todas las piezas y jugar es un poquito diferente”. Además, con respecto a la oferta de Vodafone, sostuvo que “la experiencia del cliente es lo más importante. Tenemos la ambición de integrar las mejores marcas y contenidos independientemente de dónde vengan. El usuario está por encima y queremos ofrecer una oferta integrada”.

Ignacio Fernández Vega señaló que “el tiempo que dedican los hogares y las personas a ver la televisión sigue siendo mayoritariamente lineal. Hay contenidos que la gente quiere ver en directo, luego siempre serán lineales como un partido de fútbol”. Además, apuntó que “tenemos que escuchar 24 horas lo que se nos dice porque todo está cambiando”.

Asimismo, AMC Networks International Iberia anunció un nuevo modelo de comercialización de publicidad en televisión ya que se convertirá en la primera empresa en España que ofrezca un servicio de publicidad indexada a sus contenidos, programas, formatos y canales. De este modo, el anunciante interesado en un contenido concreto, por ejemplo, tecnología, podrá incluir su publicidad en los bloques temáticos afines en todos los canales de AMC Networks International Iberia.

Javier Mediavilla, director general de Publimedia Gestión, señaló lo pionero de esta iniciativa y ha recordado que “en el modelo de televisión de pago hay que buscar otras formas de publicidad y la más eficiente es la que está integrada al contenido”. Al hilo de esto, Ildefonso Tébar, Marketing Manager de Samsung España, afirmó que “el especialista es el productor de contenido. Hay que sentarse y crear estrategias de forma conjunta”.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Comunicación Televisión y Radio E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>