



El futuro del sector audiovisual a través de los medios de comunicación públicos autonómicos



04.Sep 2024

Cod. I03-24

Mod.:

Face-to-face

Edition

2024

Activity type

Summer course

Date

04.Sep 2024

Location

Miramar Palace

Languages

Spanish

Academic Validity

10 hours

Organising Committee

Fundación
BBVA



Description

El objetivo del Curso de Verano es trazar una visión completa del presente y las tendencias de futuro de los medios de comunicación audiovisuales en España desde la perspectiva académica y, también, desde la industria audiovisual. Específicamente, este curso contará con el punto de vista diverso que ofrecen las cadenas de radio y televisión autonómicas que conforman la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos), que en 2024 celebra su 35º aniversario.

A partir de la intervención de destacados académicos, personas expertas y profesionales de los medios de comunicación y la información, el alumnado dispondrá de datos, recursos y experiencias en primera persona para entender la profunda transformación que está experimentando el sector y qué estrategias se han puesto en marcha para superar los retos a los que se enfrenta.

Se hará hincapié en la irrupción de la inteligencia artificial, la digitalización, la evolución de los públicos, los consumos on-line y bajo demanda, el cambio de la producción y circulación de contenidos informativos, y los desafíos de la profesión periodística en el contexto de las fake news y el auge de las redes sociales.

Objectives

Trazar una panorámica general sobre la televisión pública autonómica en España: su **presente y tendencias de futuro** en el contexto de los cambios tecnológicos, regulatorios y sociales que han influido en la industria audiovisual, particularmente la transformación digital.

Entender el **impacto de la radio y la televisión autonómicas en el panorama mediático nacional**, así como en la sociedad y las culturas española y regionales.

Analizar las principales **tendencias que influyen en la industria audiovisual**, como el auge del consumo de contenidos en línea y *on-demand*, la influencia de las redes sociales, las plataformas de *streaming*, la creación de contenidos vía inteligencia artificial, etc.

Explicar cuáles son las principales estrategias que siguen las cadenas para **conectar con el público y la sociedad**.

Analizar cómo las cadenas autonómicas han logrado **adaptarse a la era digital** y los desafíos a los que han tenido que enfrentarse.

Entender cómo la era de las **noticias falsas** y las redes sociales afectan a la profesión periodística.

In collaboration with



Program

04-09-2024

08:45 - 09:00	Registro asistentes
09:00 - 09:30	“Bienvenida / Erregistroa”
09:30 - 10:30	“La transformación digital y la innovación en los medios audiovisuales públicos” Carlos Scolari Universitat Pompeu Fabra - Catedrático
10:30 - 11:15	Round table: “El papel de las cadenas autonómicas en el panorama mediático nacional” Francisco Campos Freire Universidad de Santiago de Compostela - Profesor (Moderator) Juande Mellado RTVA y Canal Sur Radio y Televisión - Director General Antonio Peñarubia Caravaca La 7 Región de Murcia - Director General Roberto Suárez Candell South 180 - Co-founder & Managing Director
11:15 - 11:45	Break
11:45 - 12:30	Round table: “El valor de los informativos y otros contenidos en las cadenas autonómicas. Desafíos y tendencias de consumo” Francisco Luis Quintana Estupiñán Radio Televisión Canaria - Director de Servicios Informativos Silvia Pol Radiotelevisió de les Illes Balears - Directora de Contenidos Informativos Ana Ballarín Aragón Radio - Jefa de Informativos José Antonio Álvarez Gundín Telemadrid - Director de Informativos
12:30 - 12:45	Turno de preguntas
13:00 - 14:45	Break
15:00 - 15:45	Round table: “La transformación digital en el sector audiovisual español” Roberto Suárez Candell South 180 - Co-founder & Managing Director (Moderator) Cristina Villà i Font 3Cat - Directora de Medios Digitales Isaías Blázquez Castilla-La Mancha Media - Director de Digital Juan Antonio Vargas Ruano Radio y Televisión de Andalucía - Director de Innovación, Negocio y Comunicación Jon Telletxea Aragón ETB Media - Subdirector Transmedia y Proyectos Xose Pereira Corporación Radio y Televisión de Galicia - Director de Innovación y Negocio
15:45 - 16:00	Turno de preguntas
16:00 - 16:45	Round table: “Periodismo: una profesión de riesgo en el entorno digital” Francisco Campos Freire Universidad de Santiago de Compostela - Profesor (Moderator) Javier Lifante À Punt - Jefe de Digital Bárbara Alonso Peri Radiotelevisión del Principado de Asturias - Editora de Informativos
16:45 - 17:00	Closing session

Directed by



FORTA

Teachers



Bárbara Alonso Peri



José Antonio Álvarez Gundín

Director de Informativos de Telemadrid.



Ana Ballarín

Jefa de Informativos de Aragón Radio.



Isaías Blázquez

Director Digital en Castilla-La Mancha Media. Desde hace nueve años, lidera la transformación digital de la radiotelevisión pública autonómica. Ha estado al frente del lanzamiento de CMMPlay, la plataforma digital de CMM, en 2018 y del proyecto de relanzamiento que culminó en 2022. También ha sido director de Informativos y Deportes en la televisión pública, coordina la Comunicación digital de CMM en FORTA y participa en investigaciones científicas y publicaciones académicas con varias universidades. Anteriormente, desarrolló su carrera de periodista en Informativos Telecinco, Noticias Cuatro, Antena3, LaSexta y Cadena SER, y fundó la revista digital ColumnaZero.



Francisco Campos Freire

Profesor de "Gestión de la Empresa Informativa y Audiovisual" en la Universidad de Santiago de Compostela. Su última publicación es "Politicisation Persists and Is Increasing in European Public Service Media in the Digital Society" (Universidad de Santiago de Compostela: Media and Communication, 2024).



Javier Lifante

Jefe de Digital de À Punt



Juande Mellado

Licenciado en Ciencias de la Información por la UPNA. Ha trabajado desde 1990 a 1996 en Diario 16 de Málaga y como corresponsal de Cambio 16 en Andalucía Oriental. En 1994 fue enviado especial del Grupo 16 para cubrir la guerra de Ruanda, viajando por el antiguo Congo y Ruanda para informar del conflicto bélico sobre el terreno. En 1995 fue socio fundador de la consultora Comunicación&Turismo, donde gestionó la comunicación de la Universidad de Málaga y del Puerto de Málaga y realizó trabajos de consultoría turística a empresas del sector. Profesor de Periodismo Especializado en EADE Málaga (1997-1999), ocupó el cargo de redactor jefe y subdirector del periódico La Opinión de Málaga desde 1999 a 2008. Ha ejercido, asimismo, como director de Comunicación de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía entre 2008 a 2010, y en febrero de ese año asumió la dirección de La Opinión de Málaga, donde impulsó la transformación digital del periódico. En mayo de 2018, se incorporó como coordinador de Comunicación y Estrategia de Marca de Turismo y Planificación Costa del Sol. En febrero de 2019 fue nombrado director general de Comunicación Social de la Junta de Andalucía hasta su elección como director general de RTVA en julio de 2019.



Antonio Peñarrubia Caravaca

Licenciado en Periodismo (UCAM), MBA (Antonio de Nebrija) y experto en Gestión Sostenible (ESADE). Comenzó su carrera en COPE y Cadena 100 como redactor, reportero y locutor. Más tarde entró en VOCENTO, donde puso en marcha Canal 6 y Punto Radio Murcia en los años en los que el grupo apostó por el audiovisual tras su salida a bolsa. Con la puesta en marcha de la Televisión autonómica en la Región de Murcia, pasa a su plantilla como redactor de Informativos, después como editor y presentador de noticias. En 2015 es nombrado director de Informativos. Desde hace 7 años ocupa la Dirección General de La7.



Xose Pereira



Silvia Pol

Directora de contenidos informativos de Radiotelevisió de les Illes Balears.



Francisco Luis Quintana Estupiñán

Director de los Servicios Informativos de Radio Televisión Canaria.



Jon Telletxea Aragón

Ingeniero superior en Telecomunicaciones (UPV/EHU) y tiene un máster en Data Science Practitioner (UNIR). Comenzó su carrera en consultoría de negocio (Management Solutions), llegando a ser Jefe de Proyecto. Más tarde entró en BBVA, donde participó en la definición e implantación del modelo de Data Governance en el grupo. Con la puesta en marcha del área de Data, pasó del equipo de Data Architecture a ser parte del equipo de Planificación y Desarrollo del área, para después convertirse en Data Strategy Discipline Senior Manager. En 2023 entra a formar parte de EITB como Subdirector Transmedia y Proyectos de EITB Media y responsable del departamento de Data, siendo catalizador esencial para abordar la transformación del ente a través de un enfoque data-driven, dando soporte al negocio en la definición de KPIs que ayuden a tener mayor control para la toma de decisiones.



Juan Antonio Vargas Ruano



Cristina Villà i Font

Directora de Innovació, Investigació y Estrategia Digital de 3Cat. Licenciada en Periodismo (Universitat Ramon Llull) y máster en Marketing Político (Universitat Autònoma de Barcelona), la actual directora de Innovación, Investigación y Estrategia Digital de 3Cat está especializada en la dirección de proyectos de comunicación y de innovación digitales. Ha sido jefe de la Oficina de Comunicación del Departamento de Interior de la Generalitat de Catalunya (2021-22) y jefe de Estrategia y Canales Digitales en el Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus, con responsabilidad, en diferentes etapas entre 2017 y en 2021, sobre marketing, transformación digital, atención ciudadana y compra pública innovadora. Vinculada a medios de comunicación durante más de 10 años, trabajó en TV3, Catalunya Ràdio, 8TV y COM Ràdio, entre otros, en tareas de redacción, coordinación y producción. Posteriormente, fue jefe de comunicación de Edicions 62 y jefe de contenidos digitales del Ajuntament de Barcelona.



Carlos Scolari

Catedrático en “Teoría y Análisis de la Comunicación Digital Interactiva” en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Especializado en evolución de los medios, interfaces y narrativas transmedia. Su último libro es "Sobre la evolución de los medios: emergencia, adaptación y supervivencia" (Barcelona: Ampersand, 2024).



Roberto Suárez Candel

Co-founder & Managing Director de South 180, consultora especializada en el diseño de estrategias y la medición de valor e impacto para las organizaciones. También ha sido jefe de Estrategia e Inteligencia de Medios de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) y miembro del Consejo Global del Futuro sobre Medios, Entretenimiento y Deporte del Foro Económico Mundial.

Registration fees

FACE-TO-FACE

UNTIL 04-09-2024

General

25,00 EUR

Place

Miramar Palace

Pº de Miraconcha nº 48. Donostia / San Sebastián

Gipuzkoa