

TELEVISIÓN



Enrique Soriano, presidente de la CVMC y Empar Marco, directora general de À Punt. / EFE

REPRESENTANTES POLÍTICOS Y EL SECTOR AUDIOVISUAL, CULTURAL Y UNIVERSITARIO ENRIQUECEN EL DEBATE

LA SOCIEDAD CIVIL VALORA LO BUENO Y LO MALO DE À PUNT

El Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha iniciado el proceso para elegir al nuevo director o directora de À Punt. La nueva radiotelevisión pública valenciana no ha conseguido conectar con la audiencia. En noviembre, la televisión firmó un pobre 1'9% de cuota de pantalla, muy lejos de TV3, la televisión autonómica que superaba el 16% de 'share', siendo la de mayor audiencia de todas las públicas autonómicas. Para enriquecer

el debate público sobre lo que se ha podido hacer mal y, lo más importante, qué podría y debería cambiarse para conectar con la sociedad valenciana, el Grupo El Periódico de Aquí ha sondeado la opinión de numerosas personalidades de diversos ámbitos. Aunque algunas personas han preferido no participar, la inmensa mayoría no sólo aportan críticas constructivas, sino también destacan la parte positiva de la recuperación del servicio público de radiotelevisión.

1. ¿En qué cuestiones considera que ha fallado À punt?
2. ¿Qué cosas considera que se han hecho bien?
3. ¿Qué cree que se puede hacer desde el ente público para mejorar?

■ M. SÁNCHEZ/ P. V. | VALÈNCIA

JAVIER MARZAL

CATEDRÁTICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL UNIVERSITAT JAUME I

1. El error más grave ha sido que no se calibró con suficientes dosis de realismo y con el rigor necesario que la creación de una nueva corporación de medios públicos y de una nueva sociedad mercantil iba a ser un proceso extraordinariamente complejo. Los errores más relevantes han sido la insuficiente financiación y la deficiente gestión de la nueva Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC) y de su sociedad mercantil (APM). Se ha dimensionado mal la programación ofertada, excesiva para los recursos disponibles, y la creación de la nueva empresa ha descuidado el desarrollo de una cultura corporativa generadora de ilusión hacia dentro de la organización y hacia fuera. Se esperaba demasiado de la nueva À Punt.

2. A pesar del enorme ruido mediático, y la intoxicación creciente de las redes sociales, se han hecho bien muchas cosas. La Ley de Creación de la nueva CVMC y de su sociedad mercantil es una ley moderna, aunque excesivamente garantista, algo comprensible si tenemos en cuenta que era necesario disponer de herramientas para evitar y/o prevenir la corrupción y la manipulación políticas, lo que dificulta la gestión cotidiana. Otro aspecto a valorar positivamente es que À Punt nace como plataforma multimedia, con una clara vocación de

servicio público. En este primer año de vida, hemos visto una producción de información, con un buen nivel, y bastante independencia política, y un abanico amplio de producciones audiovisuales valencianas, de calidad notable. Hay que destacar que tanto el Consell Rector como el Consell de la Ciutadania han realizado un enorme esfuerzo ante circunstancias muy difíciles.

3. Es urgente diseñar un plan de comunicación que permita mejorar la maltrecha reputación de À Punt, que favorezca la reconexión con la sociedad valenciana. Para ello, es necesario que se construya un modelo de empresa más horizontal, donde haya una cultura corporativa más participativa internamente. Es necesario apostar de manera más firme por la innovación y, al tiempo, no perder de vista que se debe prestar un servicio público, y que À Punt debe servir de motor de las industrias culturales valencianas y del sector audiovisual de nuestro territorio. Es imprescindible avanzar y profundizar en la colaboración con las diferentes administraciones valencianas y con las universidades valencianas.



SEBASTIÁN SÁNCHEZ

DOCTOR EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PROFESOR TITULAR UNIVERSITAT VALÈNCIA

1. Son diversos los factores que explican la baja audiencia, la falta de inmersión y re-

conocimiento social de À punt. No se ha entendido que la naturaleza del servicio de radiotelevisión ha de verse desde una nueva perspectiva, desde un nuevo concepto de servicio. Las formas de consumo audiovisual, la relación entre audiencia y servicio público, así como las emergentes posibilidades de persuasión han cambiado para siempre, y no es posible concebir un modelo anclado en formulas pasadas. Durante los tres años de ausencia del servicio (2013-2016) la audiencia ha migrado a nuevas formas de consumo audiovisual. Ahora se consumen productos de una forma asíncrona, cuando y donde se desea. Esto ha distorsionado la oferta de programación. Una programación que no ha sido entendida por unos usuarios clásicos y herederos del Canal 9, y rechazada por nuevos usuarios que pedían algo más. También la ausencia de una campaña de marketing más eficaz, la falta de referentes sociales, el persistente verticalismo del "Cap i Casal" frente a áreas periféricas, una programación no ajustada a la financiación otorgada y finalmente la intromisión política, han acabado por hacer zozobrar un proyecto extremadamente importante para esta Comunidad.

2. La apertura del servicio público de radio televisión ya es un éxito. Revertir la irracional decisión política de su cierre condenando a cientos de profesionales al desempleo y a más de 5 millones de valencianas y valencianos a un apagón cultural y lingüístico, no ha sido fácil. Aún con grandes errores, hay que admitir que la reapertura

es un gran avance. La nueva Ley 6/2016, de 15 de julio es muy ambiciosa y moderna, aunque debe adaptarse a la realidad que una nueva y cambiante sociedad de consumo mediático demanda. Por otra parte, la limitada financiación ha coartado muchas iniciativas.

3. Los primero es fidelizar el servicio audiovisual a través de potentes campañas de visibilidad social. Los usuarios deben ser partícipes del modelo que demandan, sintiendo como suyo el servicio. Sectores claves como la industria audiovisual, la educación (también universitaria), la cultura y la innovación deben percibir la necesidad de un servicio público de calidad. Un modelo de financiación realista y ajustado a la producción, y no olvidar que À Punt debe informar, educar, vertebrar la sociedad, promover el pluralismo, innovar, ser motor de la industria audiovisual, pero también y sobre todo entretener. La Televisión Pública debe distinguirse por proponer diversas maneras, y no solo una, de mostrar la realidad social para fomentar su cohesión.



SERGIO CAPELO

PRESIDENTE COL. LECTIU

PROFESSIONALS DEL DOBLATGE

1. À Punt nace tras la pésima decisión de cerrar Canal 9 y Radio 9. Habría sido más fácil y más barato remodelar lo que ya existía que comenzar de nuevo. Tampoco fue acertado cambiar el nombre de la cadena, que ya estaba muy consolidado, y tampoco se diseñó una buena campaña de publicidad. El bajísimo presupuesto no ayuda a tener una programación más potente que, en ocasiones, adolece de un contenido excesivamente rural. En cuanto al doblaje de películas y series, esperábamos un mayor esfuerzo. El sistema de contratación con los estudios ha precarizado nuestro trabajo y está provocando incumplimientos graves de nuestro convenio colectivo.

2. Tener una programación totalmente en valenciano es un punto a favor de À Punt. Y en este sentido, nuestro trabajo es imprescindible. El doblaje ha hecho más por la normalización de nuestra lengua que todas las campañas institucionales. La programación, en general, y los informativos, en particular, son de calidad. A eso ha contribuido, sin duda, la contratación de grandes profesionales provenientes, en su mayoría, de Canal 9 y Radio 9.

3. Es más fácil decirlo que hacerlo, pero À Punt ha de esforzarse por acercarse más a la sociedad valenciana. Las bajas audiencias no son producto de una programación de baja calidad sino de la poca implicación de los valencianos con su televisión. Tampoco ayuda la actitud de acoso y derribo de algunos medios de comunicación y grupos políticos que no quieren entender que es imprescindible contar con un medio público que difunda nuestra lengua y nuestra cultura y vertebrar la Comunidad. Aumentar el presupuesto del ente es una necesidad.



MAVI MESTRE

RECTORA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

1. En mi opinión en 2 cuestiones clave: el reto de la audiencia: conseguir mayores niveles de audiencia sabemos que es difícil partiendo de cero, pero debería haber un mayor esfuerzo para acercarse a la demanda de la ciudadanía; una mayor proximidad y colaboración con la sociedad civil valenciana. En ese sentido como universidad pública podría recogerse de una forma más adecuada en À Punt las múltiples actividades y el valor que tiene nuestro sistema universitario para la sociedad, además de líneas de colaboración en la misma producción y difusión de contenidos, tanto en la dimensión educativa, de investigación y transferencia de conocimiento como de divulgación de la ciencia y creación y difusión cultural. En ese sentido la Universitat de València, que lidera la red de asociaciones televisivas y culturales de Iberoamérica estaría encantada de colaborar con À Punt.

2. Algunos de los formatos desarrollados recogen una realidad no visible de nuestra sociedad y ponen a la gente en primera línea televisiva. Y eso es importante para visibilizar la riqueza de nuestra sociedad. También ha demostrado su eficacia como medio de comunicación en la cobertura de situaciones de crisis.

BALANCE D'À PUNT **à**

3. Por una parte reforzar su colaboración con la sociedad valenciana y, por otra, profundizar en la innovación audiovisual tanto de formatos y contenidos como en la dimensión transmedial.

EVA ALCÓN

RECTORA DE LA UJI

1. Su implantación territorial y su proximidad con la gente para ser el referente comunicativo al que aspira a convertirse no ha sido la esperada. Pero esos objetivos requirieron tiempo y estabilidad. También es necesario evaluar la adecuación de la programación a los recursos disponibles.

2. Se ha convertido en una plataforma multimedia que, a los medios tradicionales como la televisión y la radio, ha sumado una importante estrategia digital a través de la web y las redes sociales. Esta apuesta le ha permitido llegar a un público joven que tiene unos hábitos de consumo muy diferentes a los de hace apenas una década. La calidad de algunas producciones audiovisuales y su indudable vocación de servicio público.

3. Avanzar en su apuesta por convertirse en un instrumento informativo multimedia de proximidad. Y hacerlo desde la responsabilidad que supone ser un servicio público, desde la profesionalidad de su plantilla y la rendición de cuentas a la sociedad. Será necesario definir una hoja de ruta clara.

ISMAEL SÁEZ

SECRETARIO GENERAL UGT-PV

1. Cuando todavía no hace ni dos años que se iniciaron las emisiones de la nueva radio televisión valenciana, arrecian críticas desde todos los frentes contra un ente que nació de los escombros de la extinta Canal 9. Superar el cierre abrupto de una televisión como lo fue Canal 9 a nivel audiencia es complicado, a lo que hay que añadir la dificultad de reconstruir con un presupuesto reducido cuatro años de abandono y obsolescencia. Dicho lo cual más que hablar de fallos habría que hablar de diagnóstico, de cómo llegar a las diferentes audiencias, ya que la manera de consumir televisión hoy en día (plataformas, a la carta...) es muy diferente de la que había cuando se cerró la antigua televisión valenciana.

2. Se han hecho bien muchas cosas, pese a que desde muchos ámbitos se empecinen en enfatizar lo contrario. Se ha partido de menos cero para levantar un aparato altamente complejo, se han puesto en marcha contenidos de calidad; se ha vuelto a dar oxígeno al sector del audiovisual valenciano y unos informativos decentes con acento y con lectura de la letra pequeña de nuestra realidad sociopolítica, de los cuales adolecíamos. Por ello hay que asumir que la calidad y la audiencia no siempre van unidas y hay que poner en valor el trabajo que con muy escasos medios están haciendo unos cientos de trabajadores y trabajadoras sometidos a una enorme presión.

3. Hay que plantearse la necesidad de contar emisiones también en castellano para ganar audiencia; o la necesidad de adaptar horarios, partiendo de que la competencia en prime time con las televisiones de pago es bastante complicada. Además de la necesidad de promocionar el ente y de hacer un esfuerzo para aumentar en la medida de lo posible la accesibilidad de su oferta de contenidos a la carta. Además, habría que ver si los instrumentos creados para garantizar su imparcialidad y su control están ejerciendo su función o siendo una cortapisa.

ARTURO LEÓN

SECRETARIO GENERAL CCOO-PV

1. La Ley de creación adolece de algunas cuestiones como la estructura dual entidad-empresa. La capacidad de llegada de À Punt ha sido discreta y no tiene un adecuado índice de penetración en el territorio. La relación inicial de puestos de trabajo es insuficiente, lo que repercute en las condiciones laborales del personal. La participación en el Consell Rector debería ser de las organizaciones sindicales más representativas.

2. À Punt es una herramienta que ayuda a la vertebración del territorio y al fomento del valencià. La pluralidad de los contenidos y que, al contrario que Canal 9, ha dado voz a la sociedad en su conjunto.

3. Mejorar los índices de audiencia, más recursos en personal y con unas adecuadas condiciones laborales, así

como una mayor descentralización de la información respecto a las provincias de Castellón y Alicante.

ALICIA TORRES

PRESIDENTA CSIF COMUNITAT VALENCIANA

1. Hay una cuestión evidente: la programación no ha conseguido enganchar a la audiencia. Habría que llevar a cabo un análisis en profundidad de los motivos y de por qué la situación actualmente de À Punt no es buena y la gestión resulta muy cuestionada.

2. CSIF siempre manifestó su oposición al cierre de la extinta Canal 9; por tanto, para nuestro sindicato la existencia de À Punt fue una buena noticia, pero no lo es el estado de crisis en la que se encuentra.

3. Nos preocupa la situación del personal. Vamos a estar muy pendientes de la convocatoria de los procesos de selección. Contar con una plantilla estable es fundamental.



MANUEL MATA

SÍNDIC PSPV-PSOE CORTS VALENCIANES

1. Creo que ha fallado la arquitectura. Se diseñó una ley con muchas novedades alejándola del campo de la decisión política y haciendo que À Punt no tuviera ni gestores, ni políticos al frente de la institución. Tiene un régimen de incompatibilidades tan brutal que el Consejo Rector no es claramente un órgano de gestión y la Dirección General está sobrecargada de tareas que deberían ser patrimonio de un Consejo de Administración. Creo que esto es una disfunción y, de hecho, todo lo relevante que se traslada a la cadena de TV tiene que ver más con su arquitectura que con su programación.

2. La incorporación de los trabajadores y las trabajadoras creo que ha salido bien. Había un cierto pesimismo porque solamente se podían incorporar trabajadores que vinieran de la extinta Canal Nou. La realidad ha demostrado que ya hay muchas generaciones nuevas y se han podido incorporar nuevos perfiles como interinos en la platilla de À Punt.

3. Se debe cambiar la ley, garantizar el blindaje de la independencia, objetividad y todo aquello que la ley propone como un medio público absolutamente independiente. Al mismo tiempo se debe profesionalizar la gestión en el ámbito del Consejo Rector. Debe ser un Consejo de Administración en que haya criterios empresariales, de gestión empresarial y que se pueda enfrentar a los nuevos retos, como el streaming, las nuevas vías de acceso a los contenidos audiovisuales, que sea realista en cuanto a la publicidad que está vedada en gran parte de los anunciantes de la televisión pública y creo, además, que debe tener una arquitectura que se parezca más a una gestión empresarial.

3. Se debe cambiar la ley, garantizar el blindaje de la independencia, objetividad y todo aquello que la ley propone como un medio público absolutamente independiente. Al mismo tiempo se debe profesionalizar la gestión en el ámbito del Consejo Rector. Debe ser un Consejo de Administración en que haya criterios empresariales, de gestión empresarial y que se pueda enfrentar a los nuevos retos, como el streaming, las nuevas vías de acceso a los contenidos audiovisuales, que sea realista en cuanto a la publicidad que está vedada en gran parte de los anunciantes de la televisión pública y creo, además, que debe tener una arquitectura que se parezca más a una gestión empresarial.

FRAN FERRI

SÍNDIC COMPROMÍS CORTS VALENCIANES

1. La posada en marxa de la ràdio i televisió púbiques valencianes ha cobert el buit deixat pel tancament abrupte de l'anterior ens, perpetrat pel PP. El procés no ha estat fàcil i, de fet, encara està en fase de consolidació, per la qual cosa parlar d'errades no s'ajusta al moment actual. Dur a terme un projecte tan important com À Punt no és fàcil ni es fa d'un dia per a un altre.

2. À Punt ha tornat a posar al mapa comunicatiu i audiovisual als valencians i valencianes. Estem veient nous formats de programes i, fins i tot, hi ha una aposta per canviar el concepte dels informatius. A més a més, en fets informatius com la DANA del mes de setembre s'ha fet palès el seu paper de servei públic tan necessari per a la ciutadania, que ha triat el canal autonòmic per tal d'estar informada. Per altra banda, ha començat a reactivar el sector audiovisual després de la desfeta econòmica provocada pel tancament decretat pel PP.

3. Des de Compromís veiem necessari que s'arribe al mínim de pressupost que marca la llei, tal com hem reclamat en nombroses ocasions des del nostre grup parlamentari. Volem uns mitjans eficients, però no podem confondre l'eficiència amb la precarietat.

NAIARA DAVÓ

SÍNDICA UNIDES PODEM CORTS VALENCIANES

1. À Punt todavía tiene la tarea pendiente de recuperar y fidelizar la audiencia que llegó a tener Canal9. En solo un año es complicado hacerse un hueco en la enorme oferta televisiva que existe actualmente, pero tenemos que ser capaces de lograr que nuestra cadena pública genere una audiencia propia capaz de sostenerse en el tiempo.

2. Es una apuesta moderna por unos contenidos de calidad. Se ha logrado generar una oferta propia valenciana que responde a nuestra realidad como tierra y que además está siendo valiente en la programación. Además de ello, hemos logrado generar un modelo independiente que ha corregido los enormes déficits democráticos, de información y de contenido que tenía Canal9 y que fueron la causa de su desaparición.

3. Necesita consolidarse como marca y como referente de la televisión valenciana. Es necesario generar adhesiones y fidelidad que permitan seguir creciendo como televisión pública. Puede que haya que diversificar todavía más la programación para ser capaces de dirigirnos y seducir a sectores más amplios de nuestra sociedad, demostrando capacidad de crecimiento y de flexibilidad.



ISABEL BONIG

SÍNDICA PP CORTS VALENCIANES

1. Ha fallado desde el inicio, en su propia concepción. La ley salió muerta, sin memoria económica. Lo advertimos desde el primer momento, durante la tramitación de la ley en Les Corts, pero no nos hicieron caso. Los valencianos no sabían que iba a costar mantener este modelo de televisión pública, un modelo que, por los niveles de audiencia e ingresos en publicidad, está fuera de la realidad de una televisión del siglo XXI.

2. Difícil respuesta. Suponemos que habrá cosas que se han hecho bien pero los resultados son evidentes. Quizás el intento de dar información de proximidad y acercarse a nuestros pueblos, calles, fiestas y tradiciones es un objetivo que se está intentando llevar a cabo. Aunque tampoco se puede abusar de eso porque el público se puede cansar que es lo que parece que está ocurriendo.

3. Cambiar el modelo. Es antiguo, obsoleto, caro y está totalmente marcado ideológicamente en sus líneas fundamentales de actuación. Han montado una tele nueva, pero con un modelo del siglo pasado, de los años ochenta. No puede caer en los mismos errores del pasado que acabaron con su cierre por su inviabilidad.



TONI CANTÓ

SÍNDIC CIUDADANOS CORTS VALENCIANES

1. Es una lástima que hayamos perdido una oportunidad tan buena para tener unos medios de comunicación independientes, sostenibles y despolitizados y para fortalecer el sector audiovisual valenciano. De À Punt ha fallado sobre todo su gestión, que no ha sabido conectar con el público y que en muchas ocasiones parece estar al servicio de Compromís.

2. Es fundamental que haya medios públicos que vertebrén el territorio y den información de lo que está pasando aquí, en nuestras casas.

3. Hemos propuesto la creación de una comisión de estudio para repensar el modelo junto a los actores implicados, para que sean precisamente los profesionales del sector y no los políticos quienes analicen qué ha fallado y en qué se puede mejorar. Es fundamental hacer una televisión sostenible y sobre todo, una televisión del siglo XXI que conecte con la población y consiga aumentar los índices de audiencia y atraer publicidad.

JESÚS PLA

PRESIDENT COMISSIÓ EDUCACIÓ I CULTURA CORTS

1. Quan encara fa un any i escaig de la posada en marxa de la ràdio i televisió pública valenciana considere que seria massa precipitat emetre un judici objectiu respecte de si ha fallat o no. En tot cas, crec que resulta absolutament necessari que els mitjans públics audiovisuals valencians s'adapten completament a les noves formes

de comunicació impulsades per la societat digital i noves tecnologies.

2. Crec que els professionals d'À Punt han demostrat que es pot fer una televisió i ràdio de servei públic, de proximitat i en valencià, la gran cobertura i desplegament de mitjans que es va realitzar durant tot l'episodi de la Dana així ho demostra i considere que s'ha de continuar en aquest camí.

3. Continuar al camí de la imparcialitat, de la immediata, de la proximitat a la ciutadania i al territori, sent necessari dotar l'ens públic del finançament adequat que permeta implementar els mitjans materials i personals necessaris per a l'acompliment de les seues finalitats.

ANA VEGA

SÍNDICA DE VOX CORTS VALENCIANES

1. La cadena pública parte de varios planteamientos equivocados, pero el error fundamental es la de crear una cadena de televisión pública por simple ego político del gobierno del Botànic, cuando no existía ninguna demanda social de hacerlo. Y todo ello sin entrar a valorar que crearon una televisión tradicional en el momento en el que dicho formato está en crisis por la entrada en escena de las diferentes empresas que ofrecen material audiovisual de alta calidad en formato multiplataforma. Además, hay que añadir que una de las finalidades de la creación de la nueva televisión que nos cuesta 55 millones al año fue la de dar empleo a los trabajadores de la extinta Canal 9 que eran de la cuerda del actual Govern, sino simplemente de ser un altavoz del gobierno del Botanic.

2. À Punt ha venido a constatar que las televisiones autonómicas no son más que otro chiringuito político que si lo eliminásemos, nadie echaría en falta. Y es que con una media de cuota de pantalla de entorno al 2%, es una cadena que no la ven ni los propios miembros del Consell. Nunca debería haberse puesto en marcha.

3. Somos tajantes con acabar con los gastos políticos y los gastos superfluos, y por ello hemos instado al Consell y al Presidente de la CVMC a que efectúen su cierre y que destinen esos recursos a Sanidad o a otras necesidades sociales como la Ley de Dependencia.

CARLOS MAZÓN

PRESIDENTE DIPUTACIÓN ALICANTE

Las televisiones públicas prestan un importante servicio a la ciudadanía y, por ello, deben centrar su razón de ser en tres premisas fundamentales: formar, informar y entretener. En el caso de À Punt, tras una completa reestructuración que no ha cumplido las expectativas previstas ni el fin por el que se gestó, se aprecia una marcada deficiencia en su gestión, así como un escaso respaldo por parte de los ciudadanos de la Comunitat Valenciana, a tenor de los pobres índices de audiencia que registra. Es necesario cambiar el modelo de gestión para que À Punt sea sostenible. Por otra parte, algo falla cuando la televisión que debería ser de todos y para todos los valencianos no consigue fidelizar a un público que no muestra apego ni se identifica con este medio. La responsabilidad de sus directivos es la que asumir que este proyecto ha fracasado.

TONI GASPAR

PRESIDENT DIPUTACIÓ VALÈNCIA

1. Supongo que los profesionales del sector tendrán un mejor diagnóstico. El error sería no encaminar una televisión y radio pública hacia un medio mayoritario, plural y acorde con los tiempos que vivimos. Suscitar el interés de la ciudadanía con un medio no es una fórmula fácil, pero cuando es público es una obligación.

2. Tomar la decisión de abrirla. Una televisión pública valenciana es un servicio al que tenemos derecho los valencianos. Hay grandes profesionales que hacen un buen trabajo, pero la tensiones iniciales debe dar paso a una fase de consolidación y crecimiento desde la autocrítica de todos.

3. La televisión acorde con la sociedad de la Comunidad, desde su diversidad, conectada con sus pueblos. Es cuestión de gestión, recursos y profesionalidad. Ya sabemos dónde nos lleva una mala gestión.

JOSÉ PASCUAL MARTÍ

PRESIDENTE DIPUTACIÓN CASTELLÓN

1. En la cercanía con la gente. Un medio público no debe ser sensacionalista, por supuesto, ni buscar la audiencia

por encima de todo, pero tampoco puede dirigirse a un televidente "arquetípico" que en la realidad no existe.

2. Resaltar el territorio y sus virtualidades. Mucha geografía.
3. Programas más populares, que no populistas. Atender a los gustos de la gente, aunque no siempre coincidan con los nuestros. Mejorar la gestión de su plantilla.

NOA DE LA TORRE

PRESIDENTA UNIÓN DE PERIODISTAS VALENCIANOS

1. El principal problema es el de la baja audiencia, por que condicionará el futuro del ente público. Sin obviar el difícil contexto de hoy en día que explica en parte esos malos números -cambio radical de las formas de consumo de televisión...-. À Punt debería aspirar a convertirse en un medio de comunicación de referencia para la sociedad valenciana, algo que todavía no se ha logrado. En este sentido, y por poner un ejemplo, un modelo que aspiraba a ser transmedia y que debe llegar a públicos que ya no consumen televisión, tiene una web muy poco funcional. Además, desde la Unió de Periodistes hemos denunciado el baremo injusto con el que se ha valorado la experiencia para configurar la plantilla.
2. Teniendo en cuenta que el precedente era Canal 9 y el nivel de manipulación bochornosa que alcanzó, lo primero que habría que destacar de À Punt es su pluralidad. A partir de ahí, una de las mejores cosas es el perfil que ha trabajado en redes sociales, diferenciado y trabajado con todo tipo de recursos. El intento por vertebrar la sociedad valenciana es también reseñable, así como la inclusión de la perspectiva de género en muchos sentidos.
3. Al margen de que la apuesta política por el ente público debería ser mayor, habría que replantear el modelo.

HÉCTOR GONZÁLEZ

PRESIDENTE ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE PERIODISTAS VALENCIANOS

1. El primer fallo fue la elección de la persona que lo tenía que dirigir, ya que el proceso para escogerla ni brilló por su transparencia ni valoró de manera exhaustiva los proyectos y, sobre todo, el perfil de los candidatos. Después, en la selección de la plantilla, se ha primado de modo muy preponderante la antigüedad en la extinta Canal 9, lo que ha cerrado las puertas a muchos profesionales. Creo que ha fallado en la configuración de la parrilla y en el tipo de programas que la forman, que está bastante alejado del interés mayoritario de la sociedad. De ahí las bajas cuotas de audiencia. Al final, en muchas decisiones, se han impuesto criterios subjetivos, que responden a gustos particulares de algunos dirigentes de la empresa.
2. El hecho de que la Comunidad Valenciana disponga de un medio público de esta relevancia, que activa el sector periodístico y que promueve la comunicación. El cierre fue un drama y la apertura, una noticia sensacional.
3. Mirar más el interés de la sociedad. Escuchar más y no guiarse sólo por criterios subjetivos y particulares. Ser más plural. También, exigir la titulación en Periodismo en aquellas plazas que conlleven la labor de redactor en la próximas oposiciones. Será la garantía de disponer de personal con la acreditación adecuada. Y realizar un proceso de selección de la dirección y de puestos directivos que permita escoger a personas de contrastada cualificación, abiertas de miras y que antepongan criterios periodísticos, profesionales y de interés general.



PEDRO PÉREZ ROSADO

DIRECTOR DE CINE

1. Lo primero es el nombre que lleva, pero es una apreciación personal y muy mía. Cuando escucho À Punt tengo la sensación de que la palabra, el nombre, me traslada a algo incompleto, que está a punto de..., es como ser un ordenador que constantemente se está reiniciando. Y lo segundo, es que para ser una televisión autonómica tengo la sensación que hay demasiados filtros que traspasar y eso hace que se convierta en lenta y poco productiva.
2. Que regrese la televisión autonómica que es necesaria para nuestra cultura y nuestro sector audiovisual valenciano, porque es imprescindible su existencia y de una manera independiente.

3. Desde mi posición de director de cine solo se me ocurre lo más importante, la creatividad, los buenos guiones y las buenas ideas. Porque las historias pueden ser de nuestros entornos y a la vez ser universales, con eso llegamos a todas partes. Hay que ser consciente del presupuesto necesario para llevar la televisión a buen puerto.



XIMO ROVIRA

PERIODISTA Y PRESENTADOR TV

1. No lo tenía fácil tras el abrupto y lamentable cierre de Canal 9. Desaparecer de repente del panorama en unos años en los que los hábitos de consumo televisivo han derivado hacia las plataformas de streaming ha sido determinante. En un año y medio su programación no ha conseguido enganchar a la audiencia de manera suficiente, esto es un hecho. No es una tele que la gente la considere suya, no ha logrado hacerse popular o querida. Más allá de si la Ley de Creación es o no un handicap para la buena gestión que creo que si lo es, una televisión son sus programas, sus informativos, sus series y en ningún ámbito se han conseguido los objetivos. Mi opinión es que hay un error de concepto.
2. En la programación han habido, no obstante su escasa relevancia formatos de mérito. Programas con cercanía, buena factura, conductores solventes, despliegues informativos notables. Pese a ello cuando tras un evento puntual en los que tu audiencia sube (Las Fallas o fuertes lluvias) no consigues retener a tu público natural, el problema va más allá de la buena factura de los programas.
3. Se ha perdido una oportunidad con la ilusión que podría generar el retorno de un espacio público audiovisual propio. Va a ser difícil convencer de nuevo al tele espectador que pulse en el mando À Punt, la tarea es de fondo y a medio plazo. Esto tal vez esté reñido con una mayor asignación de fondos pero si se gestiona y se programa pensando más en un público mayoritario se pueden mejorar los resultados.

RICARDO JORDÁN

ACTOR

1. Ah, pero ¿ha fallado? Pienso que hay que saber mucho de televisión para poder opinar gratuitamente y a "a la torera" sobre ese tema. Si busco el fallo... tal vez, podría ser repetir clichés negativos de la antigua televisión autonómica. Y esperar más de un espectador acostumbrado a otro tipo de programas.
2. Apostar por dar visión a las poblaciones, la cultura, la lengua... Sus vidas. Y contar con profesionales.
3. ¿Yo? ¿Aquí? ¿Ahora? Para eso, seguro que ya tienen contratados profesionales. Para pensarlo, para ponerlo en práctica y para triunfar. Así que si eso no se ha conseguido, tal vez habría que volver a abrir la agenda de profesionales valencianos.



JOSÉ RAMÓN CHIRIVELLA

PRESIDENTE ASOCIACIÓN JURISTES VALENCIANOS

1. Influencia social residual, insuficiente financiación, inadecuado gobierno corporativo, conformismo y falta de ambición profesional por los máximos directivos del CVMC y escasa participación de la industria audiovisual valenciana; y fruto de los anteriores errores estructurales, ridículos niveles de audiencia del 2% cuando la media de las tv autonómicas es del 8%. Los valencianos debemos disponer de una televisión pública líder que subsane la invisibilidad mediática de los problemas valencianos, que transmita de forma ecuánime los logros de la sociedad valenciana y de las entidades deportivas valencianas.
2. Se ha recuperado un medio de comunicación público, tras el injustificado cierre de Canal 9, al que nos opusimos desde l'Associació de Juristes Valencians. Se han fomentado espacios de debate, concursos como Atrapa'm si pots, novedosos programas de cocina y especialmente, se ha creado una estructura comunicativa pública del siglo XXI, lógicamente distinta a Canal 9, pero que necesita cambios.
3. Para los que creemos en la necesidad de una tele propia de calidad, que en mi opinión es una manifestación del autogobierno valenciano, À Punt re-

quiere una mayor dotación presupuestaria dirigida a una programación en el prime time vinculada al respaldo de la audiencia y una programación completa como otras televisiones públicas, sin los sectarismos evidentes de TV3 o Telemadrid. Se necesita un Director General de À punt con prestigio profesional y conductores de programas a la altura de Pablo Motos, Inés Ballester, Mónica Carrillo o Arturo Valls. Debe instrumentarse una colaboración con la industria audiovisual y las televisiones comarcales. Son imprescindibles dos canales de TV para posicionar programas infantiles y juveniles en la parrilla televisiva de À Punt, y programas de entretenimiento inteligente y de interés social diverso. Análisis comarcal de audiencias y planes específicos en las zonas con porcentajes bajos. Nuestra tele debe disponer de medios para dar una cobertura de calidad a festejos, tradiciones e iniciativas sociales modernas, y evidentemente un plan de ingresos derivados de la publicidad.

CARLES PERIS

SECRETARI GENERAL UNIÓN DE LLABRADORS

1. Pense que tal vegada no ha sabut arrelar-se en el conjunt de tota la Comunitat Valenciana i és molt necessari que així siga.
2. Ha fet una aposta decidida per la nostra llengua i per la informació del sector agrari valencià. Calia una veu que tornà a difondre des d'un espai públic de comunicació este tipus d'informació relacionada amb el camp valencià.
3. S'hauria de promocionar més per totes les comarques. Molta gent encara pensa que no tenim televisió autonòmica des del tancament de Canal 9. Han de fer un esforç important per a que es conega i que siga un servei públic a l'abast de totes les valencianes i valencians.

PALOMA MORA

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN VALENCIANA DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE ANIMACIÓN

1. De lo primero que deberíamos hablar no es en qué ha fallado, sino en qué se ha acertado. Poner en marcha una nueva televisión no es un tarea fácil ni mucho menos, hay que dar tiempo al proyecto, sobre todo teniendo en cuenta la competitividad de cadenas, plataformas y contenidos que existen. Lo que sí que creo que debe mejorar À Punt es la comunicación externa, con los espectadores, para que éstos la sientan como televisión propia, cercana, promocionar constantemente la cadena en todos los medios posibles, pero para esto hacen falta disponer de los recursos necesarios. Por otra parte debería existir una fluida comunicación con las asociaciones empresariales y profesionales del sector audiovisual que en ocasiones se echa de menos, y defender que los contenidos que se emiten se generen por empresas productoras y profesionales de aquí. En el primer año y medio de emisión se hizo una gran apuesta por generar contenidos de productoras valencianas, pero esto se ha paralizado en los últimos meses.
2. En el tiempo que la cadena lleva en emisión, se ha apostado por un entretenimiento juvenil, para recuperar un público determinado y ha defendido la producción de programas de servicio público, esto es fundamental para el nuevo tipo de tv que se busca. Otro de los aspectos que hay que valorar es que el presupuesto del que dispone la cadena que es muy reducido en proporción con otras cadenas autonómicas y que con eso se está haciendo una programación muy digna que cubra la parrilla.
3. À Punt necesita contar con un presupuesto mínimo para poder hacer la programación que se quiere y necesita para captar a la audiencia. Si hemos sido capaces de poner en marcha de nuevo la cadena autonómica, ahora hay que defenderla, respaldarla y comunicarla día a día para que los/as ciudadanos/as puedan acercarse a ella y hacerla suya. La tv debe ser una apuesta firme, por parte del gobierno autonómico, y esto se reclama desde todas las asociaciones empresariales y profesionales del sector audiovisual. Desde nuestra asociación insistimos en que la producción de animación sea apoyada desde la cadena con un presupuesto anual determinado, ya que este tipo de producciones producidas en la Comunidad Valenciana generan muchos puestos de trabajo.

XAVI SEMPÈRE

PRESIDENTE COMITAT, EMPRESES DE COMUNICACIÓ PUBLICITÀRIA COMUNITAT VALENCIANA

1. El reto era mayúsculo. Perder el lugar en el mando a distancia es difícil de recuperar. El medio ha cambiado mucho en estos últimos 5 años y es más importante trabajar las plataformas on line que la televisión en sí como dispositivo. Quizás para volver a posicionarse después de un golpe tan duro como el cierre de Canal 9 debería de haber invertido mucho más en comunicar. A veces lo que parece un gasto se torna en gran beneficio.
2. El talento y los equipos de periodistas y producciones son de gran calidad. La creatividad, como siempre, es sobresaliente en la Comunitat Valenciana. La publicidad, el diseño,... estamos en un momento vibrante y hay que aprovecharlo.
3. Quizás deberíamos darle tiempo. Posicionarse es cuestión de años. Rodearse de buenos estrategias de negocio, con visión de futuro sobre la evolución de los medios de comunicación. Es una industria que ha cambiado de piel y necesita de un think tank potente para abrirse camino, crear un nicho y sobrevivir siendo local en un entorno hiperconectado y on line. El reto es mayúsculo, pero precioso.

VICENTE ORENGO

ASSOCIACIÓ VALENCIANA D'ESTUDIS DE DOBLATE I SONORITZACIÓ

1. Demasiado personal contratado en comparación con el presupuesto actual. Poca perspectiva empresarial para el sector audiovisual por el bajo presupuesto. Poca oferta infantil y nula juvenil.
2. La emisión al 100% en valenciano.
3. Más atención al público infantil y juvenil, seguramente hacen falta más canales de TV. Es una TV para mayores.

XIMO PÉREZ

PRODUCTOR DE ONDENOU

1. La estructura jurídica no ha funcionado, en toda organización debe haber una persona que lidere el proyecto. Esta persona es la que nombrará a su cuerpo directivo de total confianza para desarrollarlo. En el canal autonómico valenciano, ese liderazgo no está definido y hay como dos estructuras paralelas con líderes diferentes. Está el presidente de la Corporación y la directora de À Punt. Si los dos no tienen los mismos objetivos y se define quién es el que lidera el canal, nunca podrá funcionar bien. No hubo suficiente promoción de la marca À Punt. En estos momentos es irrelevante para los valencianos. Los contenidos emitidos van dirigidos mayoritariamente a un público que no consume la televisión convencional. La falta de presupuesto hace que no haya una rejilla de programación digna para un canal autonómico con dos lenguas cooficiales.
2. Es de valorar el gran esfuerzo que se hizo por parte del nuevo gobierno valenciano para poner en marcha de nuevo la televisión de los valencianos. El mayor y mejor acierto han sido los informativos. En estos momentos considero que son los informativos más plurales, imparciales e independientes de todas las televisiones públicas nacionales. Se han producido algunos contenidos de gran nivel que no han llegado a la audiencia.
3. Modificar la Ley y conseguir un gran liderazgo que se haga cargo de la cadena. Conseguir un mayor presupuesto para producir contenidos de proximidad por parte del sector audiovisual valenciano y promocionar con una gran campaña de comunicación la existencia del canal, la nueva marca y los contenidos estrella. Conseguir, a parte de los informativos, tres o cuatro programas que sean los verdaderos motores del canal. Modificar la programación donde, sobre todo el prime time, esté dirigido principalmente a la gente de más de 45 años. Este target representa el 70% de los consumidores de televisión y son los prescriptores naturales de la cadena. Se debe generar en la conciencia de los valencianos que nuestra televisión autonómica es imprescindible, que solo en nuestra televisión podremos ver una serie de contenidos exclusivos como la ficción, los informativos, los eventos, etc... En ninguno de los otros 40 canales podremos ver esos contenidos.

BALANCE D'À PUNT **à****TONI BALANZÀ**

PRESIDENTE DE AFPV (ASOCIACIÓN DE FOTÓGRAFOS PROFESIONALES DE VALENCIA)

1. A nuestra televisión pública le ha faltado conectar con el público, le ha faltado conectar con las empresas valencianas y, como siempre, sobran intereses políticos. Todos los profesionales hemos luchado por renacer a la TVV, yo mismo pertenezco a la MESAV, pero no es esta TVV, la TVV que queríamos hacer renacer. La desconexión con la población, la falta de identidad y las campañas de unos y otros por desprestigiar el trabajo realizado, son otras de las causas que la están llevando a esta situación.

2. Se planteó un nuevo modelo mass media, un formato diferente pensado en las nuevas tecnologías, la web y la alta definición, esto conllevaba un reset total de los profesionales y del sector. El coste de esta actualización de medios y flujo de trabajo, ya que toda la instalación y equipos anteriores estaban obsoletos, ha lastrado económica y humanamente al empuje inicial de los primeros meses de emisión.

3. Desde el ente lo tienen muy difícil, ya que la producción está externalizada en su mayoría. Habrá que reajustar presupuesto y plantilla para tener objetivos reales alcanzables, no como hasta ahora, como se demostró en las pasadas elecciones de abril, donde, a mi entender, se intentó hacer una producción que vació las arcas y faltaban medios técnicos y humanos.

**PRODUCTORES AUDIOVISUALES VALENCIANS**

1. La ley de creación se ha convertido en un corsé que limita, impide, censura y estrangula las decisiones y estrategias de gestión. No tiene ningún sentido dos líderes en una televisión y además enfrentados, dirección general de SAMC y presidente de la CVMC. El menor presupuesto de todas las Tv autonómicas con dos lenguas cooficiales y el más bajo de España de coste anual por habitante; impulsar como única lengua el valenciano, debería ser prioritariamente en valenciano, pero no de forma totalmente exclusiva; Los contenidos han ido dirigidos principalmente a un target de público que no ve de forma natural la televisión convencional. Se han olvidado de los valencianos de más de 45 años que suponen el 70% de la audiencia de las televisiones públicas; estructura obsoleta con más de 500 personas y la inmensa mayoría de trabajadores con una edad superior a 50 años: sobredimensionada y no equilibrada; debido al poco margen de maniobra en cuanto al presupuesto, escasísima promoción en el lanzamiento y en la publicidad dirigida a los valencianos para que conozcan la marca y los contenidos que se emiten. La autopromoción es inútil si no te ve nadie.

2. El objetivo inicial fue conseguir una televisión autonómica moderna, independiente, plural y que llegara a todos los valencianos. Esos principios se quisieron implantar, pero no se han conseguido. Quizás se haya conseguido unos informativos más objetivos e independientes y plurales. Producción de nuevos formatos de calidad pero que nunca deberían haberse convertido en el eje que vertebraba la parrilla de programación.

3. Se debería fusionar la CVMC y la SAMC y que haya una sola persona que lidere el proyecto y desde ahí conseguir un sólido equipo de dirección. Un presupuesto mayor, al menos el 0,4% del presupuesto de la Generalitat y aun así estaríamos por debajo de las autonómicas con dos lenguas cooficiales. Muchísima mayor promoción tanto de la marca de la cadena, sobre todo para que los valencianos sepan que hay una nueva televisión de los valencianos, como el promocionar y publicitar los contenidos de la cadena. Poner en marcha al menos dos o tres contenidos que lideren la programación de la cadena y así hacer el canal visible para los valencianos. Cumplir con el requisito que marca la Ley que al menos el 35% de los contenidos sean adquiridos a productoras valencianas.

ASOCIACIÓN VALENCIANA DE EMPRESAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

1. La televisión ha arrancado no sin pocas dificultades. Ha supuesto un gran esfuerzo por parte de todos los actores implicados, y la reactivación de un sector audiovisual que estaba en estado de semiabandono. Ahora faltaría corregir errores de planificación, gestión y dotación presupuestaria y desarrollar estrategias a medio y largo plazo para que el sector se pueda consolidar.

2. Sin duda ha supuesto una reactivación del sector y la puesta en marcha de un número importante de producciones, generación de puestos de trabajo y un impulso a la hora de afrontar coproducciones con otros territorios. No obstante, no se está generando un tejido industrial fuerte; queda mucho trabajo conjunto por hacer para dotar al sector de la sostenibilidad que nos permita consolidarnos como una industria audiovisual estable a medio y largo plazo. Hay otro elemento a valorar profundamente: la credibilidad y el prestigio del sector fuera de la Comunitat Valenciana, tanto a nivel nacional, como en Europa. Y paralelamente, una proyección de la Comunidad Valenciana fuera de nuestro territorio (no solo en temas de industria audiovisual), a través de las producciones para À Punt.

3. Plantear un proyecto empresarial a corto y medio plazo en el que estén implicados todos los actores del sector audiovisual y cultural para, entre todos, conseguir un sector capaz de generar contenidos que lleguen al público. Eso pasa por tener una capacidad económica suficiente y unos criterios de programación y rentabilidad claros: invertir en ficción valenciana. Los contenidos de ficción son los espacios que más fidelizan a la audiencia; replantear la estructura de la cadena, debe-

ría haber un equilibrio entre el número de trabajadores y el presupuesto de la cadena.

RAMON FERRER NAVARRO

PRESIDENT ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA

1. Más que hablar de fallar o d'errar, considere que és millor parlar de l'actual panorama audiovisual, que no té res a veure respecte l'existent fins al tancament de Canal 9. Recuperar eixe espai és la principal dificultat per a À Punt.

2. Res és blanc o negre, però recuperar uns mitjans públics en valencià i que la nostra llengua torne a escoltar-se en la ràdio i la televisió és un pas molt important. Només per això ja paga la pena À Punt.

3. És evident que caldrà millorar. L'índex d'audiència és baix, però estic segur que a poc a poc pujarà. Competir amb tantes plataformes i amb tants Canals de televisió, per cert en castellà, no és fàcil. No hi ha fórmules màgiques. À Punt té que ser una televisió per a tots els valencians.

JOSÉ IGNACIO PASTOR

PRESIDENT ACICOM

1. Cal dir que partiem d'una salvatge eliminació unilateral del servei públic de RTVV per banda del Govern del PP. Una RTVV amb un gran desprestigi manipulator amb un deute de més de 1.000 milions d'euros i presumptes corrupcions generalitzades. Crec que encara i així, no calia canviar el nom. La marca Canal 9 i RTVV, encara que desprestigiada, calia recuperar-la. En 2007 vaig escriure un llibre titulat "Una altra RTVV era possible...i serà?". Promocionar una nova marca, situar-la amb un sol dígit en el comandament a distància i introduir-la en la dieta mediàtica de la ciutadania que encara consumeix audiovisual broadcast, no ha estat adequada, un repte que requereix molts recursos i temps. Manca d'una actuació més avançada del nou màrqueting. Com exemple un botó, el canal de youtube obert per a joves anomenat la Colla, després de sis mesos, compta únicament amb 309 subscriptors a dia d'avui, xifra totalment ridícula. Un mitjà públic quasi irrellevant i intrascendent, que no ha aconseguit ser referent informatiu excepte en determinades ocasions relacionades amb la meteorologia i festes. No ha aconseguit completar encara el ser un element referent identitari. La redacció integrada no ha funcionat com cal, donant la importància que es mereixen a les comunicacions offline, la incorporació de la ciutadania com emissors, el seu possible paper com centre de recursos audiovisuals valencians, etc. Falta sintonia i cocreació tant amb el sector audiovisual com amb la ciutadania creativa, no s'ha aconseguit una massa crítica de les imprescindibles sinergies. No s'han incorporat de manera adequada les noves formes de producció: transmèdia, produccions de la ciutadania, noves gramàtiques (youtubers, memes, podcast, mitjans comunitaris, etc). Una opi-

nió personal, és que em molesta el l'estil o model cri-daner que s'ha instaurat com a marca de la casa. Sembla que ens fan de menys a les persones espectadores. El valencianisme no és ser bròfec. Es pot ser divertit sense ser descerebrats.

2. Sentar les bases d'un model de mitjà de comunicació públic de qualitat i en valencià. La creació de llibre d'estil, la creació d'organismes de control i participació democràtica. Ha desterrat la manipulació informativa i ha instaurat la pluralitat. Està demostrant tindre objectius de servei públic. Intentar atraure un públic jove i infantil. Un gran esforç amb molt poc pressupost. Avançar en la integració de les iniciatives de comunicació pública, com l'acord amb la Xarxa d'Emissores Locals.

3. Ser conscients que vivim en un món comunicatiu que ha canviat de paradigma. Obrir-se més a les innovacions, que integren millor els treballs universitaris; però també el món associatiu valencianista. Cal obrir-se a noves formes de producció. Les noves gramàtiques audiovisuals han de tindre espai (encara que siguen experimentals): youtubers, mitjans comunitaris, escoles d'audiovisuals, projectes innovadors, transmèdia real, podcast, etc.). À Punt Mèdia ha de ser referent informatiu; però també d'entreteniment de la ciutadania valenciana. Cal que siga un vehicle de comunicació de la ciutadania valenciana, diversa i plural. Caldria posar de manera immediata la reciprocitat amb els mitjans públics de les Illes Balears i Catalunya. En definitiva enganxar a la ciutadania.

**PACO NADAL**

PERIODISTA

1. Cuando una cadena no funciona las primeras miras están puestas en la programación quizá no ha sido la apropiada. Para mí también pudo influir su inauguración en verano, digo esto porque en verano es cuando menos tele se disfruta. Poca publicidad para darse a conocer y el tiempo que pasó desde el cierre de Canal 9 hasta su puesta en marcha.

2. La puesta en marcha de la Cadena. Es importante para el sector del audiovisual, en este caso valenciano, la existencia de una cadena de radio y tv autonómicas.

3. Primero pensar a quién va dirigida. Conocer perfectamente al posible público objetivo y sobre todo programar para todos y no solo para unos cuantos. Eso ya pasó en los inicios de Canal 9 y tuvieron que cambiar. Por último es una cadena autonómica y parece que se han olvidado.

CARMEN DE ROSA

PRESIDENTA ATENEO MERCANTIL VALENCIA

1. Estamos en una época complicada para las audiencias en cualquier televisión, pero dado los bajos índices que sigue teniendo después de año y medio de su puesta en marcha debería replantearse algunos aspectos del modelo.

2. Era necesario recuperar este servicio público porque la Comunitat Valenciana tiene suficiente entidad como para existir una televisión y una radio que esté pendiente de los valencianos las 24 horas. Que sirva para informarse, por ejemplo, en gotas frías o celebrar las festividades y manifestaciones culturales de los municipios más importantes

3. Es muy osado por mi parte decir qué medidas han de tomarse para mejorar, deberían ser los expertos en el mundo de la comunicación los que encontrarán la programación adecuada para atraer a la audiencia. No obstante, sugerir como presidenta del Ateneo creo que debería apostarse, entre otros aspectos, por difundir el trabajo que hacemos entidades e instituciones valencianas en favor de la cultura y las tradiciones valencianas.

**Abelard Saragossa**

MEMBRE ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA

El model d'À Punt

Intel·lectuals valencians (com ara Toni Mollà i Enric Sòria) han indicat que el model dels 80 tenia limitacions significatives. El model de Canal 9 (planificat per Mollà) ho tenia en compte. Però els sectors més essencialistes prenen les seues adequacions, no com a millores, sinó com a "cessions". L'any 2016, la Conselleria d'Educació publicà un llibre (Criteris lingüístics) que implica un retrocés cap als 80.

El model de la televisió valenciana hauria de seguir el mateix camí que qualsevol model ben fet: humanista, arrelat, identificat amb els parlants i anant de baix cap amunt. Partint de les persones (i, per tant, dels parlants), cal separar-se del valencià viu només quan és indispensable.

Els locutors deuen tindre en compte que el seu objectiu és oferir un model en què els televidents s'identifiquen com a valencians; i, en aquelles paraules, formes o construccions que diferixquen del valencià viu, els televidents els han de poder assimilar i practicar en la vida quotidiana. Anant per eixe camí, el valencià viu i el model lingüístic valencià serien carn i ungla, i el model contribuiria a: 1) cohesionar la societat valenciana; 2) augmentar la consciència de ser un poble; i 3) voler dirigir el nostre futur.

FIBRA 100 MEGAS

20,90€/mes

Router y alta GRATIS



v. vadavo

vadavo.com/fibra

☎ 960 659 484