

NOTA DE PRENSA

CARLOS SOBERA, PRESENTADOR DEL PROGRAMA “¿QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO?” DE ANTENA 3 Y NUEVO FICHAJE DE TVE, OFRECE EN ESIC SU VISIÓN SOBRE EL MUNDO TELEVISIVO

“LA NOVEDAD ES UNO DE LOS RECURSOS MÁS UTILIZADOS EN LA PUBLICIDAD; POR ELLO, NOS TENEMOS QUE REINVENTAR PERMANENTEMENTE PARA OFRECER COSAS NUEVAS QUE ENGANCHEN A LA GENTE”

Carlos Sobera, presentador del programa de televisión “¿Quién quiere ser millonario?” que emite actualmente Antena 3 y que en 2000 obtuvo el TP de oro con el concurso 50x15, ofreció recientemente a los alumnos universitarios de ESIC su visión particular acerca del mundo televisivo. En su opinión, la TDT va a influir de una manera muy significativa en el mercado, ya que va a producir una gran transformación en los programas, ofreciendo al gran público una nueva dinámica de consumo televisivo.

Madrid, 30 de abril de 2.008.- El acto estuvo presidido por Angel Luis Cervera, Director del Master de Publicidad y Comunicación Empresarial de **ESIC** y por Belén López Vázquez, profesora de Estrategias de la Publicidad en la misma Escuela de Negocios, y autora además del libro "Publicidad Emocional" de ESIC Editorial.



Carlos Sobera expuso que en televisión el principio fundamental es introducir productos con un determinado mensaje que satisfaga las necesidades del espectador. En su opinión, hay una clara relación entre lo que el público quiere y lo que ofrece la televisión. En este sentido, se tiende a producir productos y mensajes emotivos, publicidad emocional, ya que se busca atrapar al espectador de un modo inmediato. “Se tiende mucho más hacia lo emocional porque hace que el espectador se identifique con los mensajes”.

Para Sobera, las historias que cuenta la televisión nos enganchan, de hecho “los telediarios están cambiando sus contenidos para captar la atención del espectador de una forma más eficaz. De esta forma se está evitando que la gente haga zapping y no los vea. El medio es muy competitivo y el espectador busca otras cosas”.

A continuación comentó que en los concursos como por ejemplo *¿Quieres ser millonario?* lo importante es el concursante y la emoción que éste transmite. En su opinión, lo que busca el concurso es que el espectador se sienta identificado con el concursante. “Es necesario que se identifique con él y que haya un premio muy grande. El riesgo de perder o ganar genera esa emoción. El concurso tiene un gran papel comunicador en la televisión, por ello los presentadores no pueden

ni deben molestar. Al principio, un presentador nuevo atrapa mucho al espectador, pero luego puede cansar. No hay que olvidar que el presentador es simplemente el que conduce y guía al espectador”.

Carlos Sobera explicó a los alumnos que en la actualidad no existen límites en el entretenimiento mediático. “Cada día se experimenta más el espectáculo por el espectáculo, todo sigue, y éste es el que justifica la presencia del programa”.

También señaló que la Publicidad es, hoy por hoy, una forma de entretenimiento en televisión. “En la televisión interesa sobre todo el mercado publicitario. La publicidad tradicional ya no funciona y las grandes marcas se cuestionan otras formas de publicidad. Hay que buscar medios de comunicación alternativos”.

En su opinión, todo el mundo necesita cosas nuevas, y en la actualidad no importa tanto la calidad sino la novedad. “La novedad es uno de los recursos más utilizados en la Publicidad. Nos tenemos que reinventar permanentemente para ofrecer cosas nuevas que enganchen a la gente”.

Sobera finalizó su intervención señalando que “la televisión tiene mucho poder en la actualidad, pero tenemos que ser conscientes de que sin la publicidad ésta no existiría”.

Para más información:

Juan Pablo Arrieta
 Director de Comunicación
 91.452.41.08
juanpablo.arrieta@esic.es
www.esic.es

ESIC, centro privado fundado en 1965 por la Institución Religiosa de los Sacerdotes del Corazón de Jesús, Padres Reparadores, es la escuela de negocios líder en la formación de estudios superiores de Marketing en España, y responde, mediante el conjunto de sus diferentes áreas de actividad (grado, postgrado, executive education, editorial e idiomas), a las necesidades actuales de la empresa y de su entorno competitivo, mediante la formación de profesionales capaces de analizar, reflexionar, decidir y actuar responsablemente en todos los niveles de la empresa. Sus centros están ubicados en Madrid, Valencia, Murcia, Zaragoza, Pamplona, Sevilla y Curitiba (Brasil) e imparte programas de postgrado con otras entidades de prestigio en Málaga, Santander, Granada, Bilbao, Salamanca y Barcelona.

ESIC es miembro fundador de **AEDE** (Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas), miembro acreditado del **Executive EMBA Council** y miembro, entre otras, de la **efmd** (European Foundation for Management Development), **CLADEA** (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración), **AACSB** (The Association to Advance Collegiate Schools of Business), **AECE** (Asociación Española de Comercio Electrónico), **FECEMD** (Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo), **IAI** (Instituto de Análisis de Intangibles), **AEC** (Asociación Española para la Calidad) y **CEG** (Club Excelencia en Gestión).

