

CARMEN TOMAS
ctomas@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

El catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I Javier Marzal es codirector académico del XVI Congreso Internacional de Comunicación Local ComLoc 2021 junto a Andreu Casero Ripollés, catedrático de Periodismo, y Francisco Fernández Beltrán, director del Servicio de Comunicación y Publicaciones de la UJI. La cita tendrá lugar los días 4 y 5 de noviembre. «Será presencial», explica. Una circunstancia que «nos emociona enormemente», añade. Las sesiones plenarios serán en el Salón de Actos Alfons el Magnànim de la Facultad de Ciències Jurídiques i Econòmiques, y las comunicaciones y la presentación de comunicaciones en unas aulas de la facultad, aunque también está previsto la transmisión y grabación de todas las sesiones plenarias por streaming, así como la posibilidad de seguir las sesiones por Google Meet para ponentes e inscritos, por Youtube, en <http://a.rtmp.youtube.com/live2>

–El lema del Comloc es ‘Medios de comunicación públicos, ciudadanía e influencia digital en la era de la desinformación’ ¿Por qué?

–Nos parece muy oportuno en el momento actual. Aunque es cierto que vivimos en la era de la información, quizás en el momento de la historia de la humanidad en el que gozamos de un acceso casi ilimitado a todo tipo de informaciones de calidad, gracias al desarrollo y expansión de internet; sin embargo, vivimos tiempos muy confusos y complejos, en los que estamos expuestos a una omnipresente desinformación. Queremos llamar la atención sobre la existencia de este peligro y acerca de la necesidad de ofrecer al conjunto de la ciudadanía las herramientas necesarias para reconocer las *fake news*, y desarrollar capacidades para defendernos ante ellas. A nuestro juicio, los medios de comunicación públicos deben jugar un papel esencial en la lucha contra la desinformación y las *fake news*. Así lo están demostrando en la actualidad las corporaciones públicas de comunicación de toda Europa, como BBC, France Télévisions, RAI, ZDF, ADF, NPO, RTBF, ARTE, etc.

–Van a debatir el papel de los medios de comunicación públicos. ¿En qué sentido? ¿Cree que estos deben existir en toda sociedad?

–En primer lugar, España es uno de los pocos países del mundo en los que se cuestiona de forma bastante generalizada el papel de los medios de comunicación públicos. Probablemente, esta actitud está relacionada con la existencia de un sistema mediático donde existe un profundo desequilibrio entre medios públicos y privados. Lenta pero inexorablemente los medios privados han ido ganando terreno hasta ocupar buena parte del espacio comunicativo. En los países

«El covid ha elevado los niveles de desinformación»



Javier Marzal, codirector del ComLoc, muestra su ilusión por el retorno del evento.

más avanzados del mundo los medios públicos juegan un papel esencial para impulsar el desarrollo de las industrias culturales y para ofrecer una información y entretenimiento de calidad. En las estrategias para luchar contra la desinformación y las *fake news*, los medios públicos están llamados a ser un actor esencial, como está ocurriendo en otros lugares. En definitiva, los medios de comunicación públicos constituyen una garantía para la preservación y desarrollo de nuestras democracias, y en España falta una conciencia clara de la ciudadanía de su verdadera importancia.

–¿Por qué estamos en la era de la desinformación? ¿Tienen algo que ver en ello las nuevas tecnologías, redes sociales...?

–Sin duda, tiene una relación directa con el desarrollo de las redes sociales, que tienen que ver con la expansión de las nuevas tecnologías, cada vez más al alcance de niños, adolescentes y de toda la ciu-



«Es necesario dar a la ciudadanía las herramientas para reconocer y luchar contra ‘fake news’»

«Los medios públicos son una garantía para la preservación de las democracias»

dadanía en general. El problema es que este auge no ha ido acompañado del desarrollo de iniciativas de alfabetización mediática que nos pudieran ayudar a convivir en el nuevo ecosistema de la desinformación. Se debe avanzar en la introducción de contenidos sobre alfabetización mediática en todos los niveles de la educación reglada, desde la Infantil hasta el Bachillerato, y es necesario implementar iniciativas para la ciudadanía en general, desde diferentes plataformas y servicios.

–¿El covid ha elevado la desinformación? ¿Qué papel han jugado los medios en esta epidemia?

–Efectivamente, el covid ha elevado muy notablemente los niveles de desinformación, porque la mediatización se ha agudizado de forma exagerada, por razones muy justificadas, es claro. Los medios de comunicación han sido muy relevantes y, en general, han realizado una importante labor informativa. En la declaración del estado

de excepción, los medios de comunicación fueron considerados como servicios esenciales, tanto los públicos como privados. Pero es cierto que las redes sociales han servido para expandir las *fake news*, y no se han creado mecanismos para controlar su difusión descontrolada. Sólo tenemos que recordar cómo terminó el mandato de Trump, con las terribles imágenes de asalto al Capitolio, el pasado 6 de enero de 2021.

–Los medios llevan años inmersos en el reto de la digitalización. ¿Está claro ya el modelo o está en constante cambio?

–El proceso de digitalización sigue en marcha, y es pronto para poder hablar de estabilización, porque la aparición de innovaciones es constante, y no dejan de aparecer novedades tecnológicas que hacen más complejo el actual ecosistema. La expansión de las grandes plataformas de contenidos como Netflix, HBO o Amazon está alterando todo el panorama actual, y aún no se articulada una respuesta eficaz de nuestro sistema mediático público ni a nivel español, ni siquiera dentro del contexto europeo.

–También se va a analizar la participación ciudadana dentro de la programación de los medios públicos. ¿Se han dado experiencias cercanas de éxito?

–En efecto, así es. Por un lado, la participación ciudadana es muy relevante en la gobernanza de los medios públicos. En la Comunitat Valenciana, disponemos del Consejo de la Ciudadanía, una iniciativa singular en los países del sur de Europa. Por otro lado, la participación ciudadana también se expresa en el campo de la creación y producción de contenidos. En el contexto español, podemos destacar algunas iniciativas de Playz (de RTVE) como *Réplica Internacional*, un programa de *talent show* en el que participan los mejores *freestylers* de España y Latinoamérica, en el que se ofrece conocer y desarrollar desafíos de improvisación musical. Pero también existen otras experiencias de participación muy interesantes en el campo de la información y del entretenimiento, como *Nireitb*, un espacio para la recogida de fotografías y vídeos del público sobre el tiempo, desarrollado por la Corporación EITB; *El nou coronavirus: volem saber* de TV3, un espacio abierto en el que los espectadores formulan preguntas a expertos, a través de las redes sociales; o *Tresors amb història*, un programa presentado por Carolina Ferré en À Punt Mèdia, que explora la historia de los valencianos a través de objetos de los últimos 100 años, con un diseño altamente participativo, ya que a través de la página web creada ex profeso y de las campañas en redes sociales, plantea que sean los propios ciudadanos los que propongan y elijan esos objetos personales que después se investigan y desarrollan en el contenido de la emisión. ≡