

MARZAL-FELICI, J.; SOLER-CAMPILLO, M.; LÓPEZ-OLANO, C. *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías.*

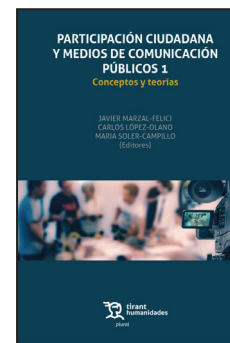
València: Tirant Humanidades, 2021, 462 pàg.

ISBN: 978-84-18656-13-2.

PER ANTONIO LORIGUILLO-LÓPEZ

Professor Ajudant Doctor de la Universitat Jaume I

loriguil@uji.es



La participació ciutadana com a eina per potenciar els mitjans de comunicació públics

Les corporacions públiques de mitjans estan en crisi. A la reducció dels seus pressupostos després del 2008 i a les conseqüents pèrdues de qualitat de l'oferta, d'audiència i de reputació s'hi sumen factors com ara l'absència de mecanismes de regulació de la governança despolititzats o la laboriosa adaptació al nou context de les plataformes digitals i de les xarxes socials. Aquestes qüestions, entre d'altres, són els eixos de *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías*, un llibre col·lectiu que, mitjançant una atenció polièdrica al tema candent de la participació ciutadana, busca "continuar contribuint a enriquir el debat sobre el paper dels mitjans de comunicació públics, i la seva rellevància política, econòmica, social i cultural, clau per al progrés del nostre país i de la nostra democràcia" (pàg. 46).

Els editors del volum, Javier Marzal-Felici, María Soler-Campillo i Carlos López-Olano, són investigadors en les àrees de Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Jaume I i de la Universitat de València. La seva contribució neix del treball impulsat pel catedràtic Marzal-Felici en el context del projecte [PARCICOM](#) (Participació ciutadana i mitjans de comunicació públics: Anàlisi d'experiències de cocreació audiovisual a Espanya i Europa), un ambiciós estudi en curs que té el suport del Programa estatal espanyol d'R+D+I orientada als reptes de la societat, del Ministeri de Ciència i Innovació del Govern d'Espanya, i que està generant publicacions derivades en temes relatius a aquest camp (SOLER-CAMPILLO, GALÁN-CUBILLO I MARZAL-FELICI 2019; MARZAL-FELICI, SOLER-CAMPILLO I LÓPEZ-OLANO 2020; CAMPOS-FREIRE I LORIGUILLO-LÓPEZ). El volum conté, repartides en 14 capítols, les reflexions de 26 investigadors de trajectòria contrastada en aquest camp. En primer lloc, cal destacar la robusta introducció (pàg. 25-46), en què els editors ofereixen un context actualitzat tant de la situació dels mitjans de comunicació públics en l'era de les plataformes i de la postveritat com del repte que la participació

ciutadana suposa per a la seva relegitimació com a actors de l'esfera pública. D'una banda, la participació és un tret definitori de qualsevol mitjà de comunicació públic, i més en un moment en el qual la seva reputació es veu minvada per factors com ara els esmentats anteriorment, als quals cal sumar la manca d'independència política o "la creença estesa que tot model de gestió privada és millor" (pàg. 34). De l'altra, els beneficis de la implantació de mecanismes de participació pel que fa a "l'observança de bones pràctiques i a l'exercici d'una ètica, tant en l'esfera pública com en la privada" (pàg. 38) resulten innegables. En resum, davant d'aquest context mediàtic dominat pels mitjans comercials i contaminat per la desinformació, els editors defensen que "els mitjans públics són essencials per enfortir i millorar la salut de la nostra democràcia" (pàg. 38).

Els autors fixen així les bases sobre les quals es desenvolupen la resta d'aportacions. En el primer capítol, titulat "La participació de l'audiència en els mitjans públics de comunicació: D'una visió instrumental a una visió amb objectius" (pàg. 47-73), Anne-Sofie Vanhaeght i Karen Donders ofereixen, paradoxalment, un desmantellament raonat de la participació ciutadana tal com s'està aplicant als mitjans públics. Si bé la participació es considera de manera unànime com a imprescindible per a la seva renovació com a actors rellevants de l'esfera pública, les investigadores belgues parteixen de les crítiques abocades des de la democràcia deliberativa per assenyalar la seva aplicació "sense una deliberació crítica sobre si la participació contribuïa realment al concepte del programa, i molt menys a la tasca democràtica de les cadenes públiques" (pàg. 55). D'aquesta manera, "[en] lloc de fomentar l'empoderament de l'audiència, es fa servir l'audiència com un mitjà estratègic per fer front als reptes de l'era digital [...], però no per aconseguir objectius socials com l'augment de la diversitat" (pàg. 57). Per assolir aquests darrers objectius, les autores són clares: el principal repte per als mitjans públics és deixar de banda l'amenaça de la vulnerabilitat i afrontar l'obertura definitiva a les audiències com a participants actius, no únicament com a receptors dels continguts.

A continuació, en el capítol titulat "La participació ciutadana als mitjans públics de comunicació: què significa realment" (pàg. 75-98), Marius Dragomir presenta algunes tendències innovadores per involucrar la ciutadania atenent a tres àrees principals: un finançament via cànon centrat en el consum individual, una governança despolititzada i inclusiva amb la societat civil i l'obertura ferma de les sales de redacció per integrar la ciutadania en els continguts informatius i creatius.

Directament relacionat amb el text de Dragomir, en el capítol titulat "La participació en comunicació audiovisual: entre l'apropiació popular de la tecnologia i la llei del mercat" (pàg. 143-162), Emili Prado i Picó i Matilde Delgado Reina ofereixen una evolució completa dels paradigmes sobre la participació que s'han succeït en resposta als desenvolupaments tecnològics des de les trucades telefòniques en antena dels seixanta fins al *user generated content*.

Per la seva banda, a "La funció participativa dels mitjans públics audiovisuals en el context de la gran mediatització" (pàg. 227-244), Laura Cervi i l'actual president de RTVE, José Manuel Pérez Tornero, atenen a les transformacions derivades de l'impacte del web i d'Internet, fent especial èmfasi en la seva condició d'ens social. Segons les persones autores, la participació ha d'evitar replicar, en l'ús dels mitjans digitals, estratègies d'*engagement* d'operadors comercials per centrar-se en el seu paper com a servei públic.

Per manca d'espai, amb prou feines podem esmentar els complets capítols dedicats a temes tan pertinents com ara la participació en la governança de les RTV públiques (CAMPOS-FREIRE, RODRÍGUEZ-CASTRO I VAZ-ÁLVAREZ, pàg. 199-226), les percepcions de persones expertes de l'àmbit acadèmic, professional i del camp de la dinamització social (SOLER-CAMPILLO, LÓPEZ-OLANO I MARZAL-FELICI, pàg. 245-267), la participació ciutadana als informatius (LAMUEDRA-GRAVAN, M.; MATEOS-MARTÍN, C. I BOULLÓN, M.A, pàg. 269 -294), els mecanismes de participació a EITB (MIGUEL, J.C.; GARITAONANDIA, C.; PEÑA, S. I CASADO M.A., pàg. 295-312) o el dret d'accés i la participació des de la perspectiva jurídica (VIDAL-BELTRÁN, J.M., pàg. 313-362). Aquestes aportacions se sumen a les d'autoritats en la matèria, com ara el difunt Enrique Bustamante (pròleg), Ana María López-Cepeda (pàg. 163-184), Ignacio Bergillos-García (pàg. 125-141), David Fernández-Quijada (pàg. 185-197) o Manuel Ángel Vázquez-Medel (pàg. 363-385), i no fan sinó manifestar les múltiples arestes de les quals es fa càrrec el llibre.

Per al personal investigador especialitzat en l'àmbit de la comunicació, aquest volum és una finestra necessària al paisatge canviant de l'audiovisual produït per mitjans públics. La segona part, prevista per a l'any 2022 i també de lliure accés, promet servir com a complement a aquestes reflexions gràcies a l'"estudi d'experiències en participació rellevants en mitjans de comunicació públics nacionals i internacionals" (pàg. 44). Amb això, aquest díptic suposarà una introducció interessant a les transformacions apassionants que s'estan produint en la cruïlla de camins entre el sistema audiovisual públic europeu i l'audiència atomitzada dels nostres dies.

Referències

CAMPOS FREIRE, F.; LORIGUILLO-LÓPEZ, A. "Medios de comunicación públicos y participación". *adComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* (2021), núm. 21, p. 21-23. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.2>

MARZAL-FELICI, J.; SOLER-CAMPILLO, M.; LÓPEZ-OLANO, C. "La creación de À Punt Mèdia (2013-19) como nuevo espacio público de comunicación". *Revista Latina de Comunicación Social* (2019), p. 1801-1817. <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/256/219>

SOLER-CAMPILLO, M; GALÁN CUBILLO, E.; MARZAL-FELICI, J. "Participació ciutadana i mitjans de comunicació públics. resultats de focus groups a acadèmics, professionals i experts en dinamització social". *Quaderns del CAC*, Vol. XXIII, 46, 2020, p.13-23. https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-07/Q46_Marzal_et_al_CA.pdf