

miércoles, 29 de noviembre de 2017

La Menéndez Pelayo lleva a debate la dificultad de conformar una opinión pública sometida al caos de la posverdad



Más de medio centenar de personas han asistido al encuentro sobre 'Comunicación institucional y opinión pública en el caos de la posverdad', que organiza la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) de Sevilla en colaboración con la Diputación Provincial y que se ha celebrado en la Casa de la Provincia.

Periodistas, representantes institucionales y de colectivos, expertos en comunicación, blogueros, 'influencers' y estudiantes de Periodismo han debatido sobre un tema de creciente importancia, como es la dificultad que tiene la comunicación fiable emitida por instituciones y entidades públicas

o privadas para abrirse paso en el maremágnum de comentarios espontáneos y opiniones preestablecidas, cuando intentan convertirse en la fuente de referencia para la sociedad y están sometidas al caos de la posverdad.

La jornada, dirigida por el periodista y director de Sevilla World, Juan Luis Pavón, ha contado con las ponencias del portavoz del Gobierno de la Junta de Andalucía, Juan Carlos Blanco; la periodista y cofundadora de WomenComPol, Elena Barrios; la profesora de Lengua Española de la Universidad de Sevilla, Lola Pons; y la bióloga y portavoz de Ecologistas en Acción, Sara Acuña.

Ya sea en relación con una decisión política, con las causas de un siniestro, con un incidente en la vía pública, con la pseudociencia para la salud, con una tramitación administrativa o con normas de convivencia, entre otras, son muchas circunstancias a las que se enfrentan los periodistas en activo de hoy en día para lidiar lo que hoy se conoce como posverdad. Este concepto, de reciente reconocimiento, se refiere a la emisión de información falsa (fakenews), o incluso la no contrastada, con el objeto de influir en el comportamiento de las personas que consumen información carente de veracidad a través de las redes sociales o medios no oficiales y que apela a las emociones.

Al encuentro han asistido responsables de la comunicación institucional y/o corporativa desde organismos oficiales, municipios, empresas públicas, instituciones y organizaciones sociales (sindicatos, patronales, universidades, ONG's, fundaciones, medios de comunicación, movimientos cívicos, foros empresariales,



asociaciones gremiales, plataformas educativas, entidades culturales, colectivos vecinales, iniciativas científicas, medioambientales, etc.). También han acudido blogueros, 'influencers', y personas especialmente concienciadas con las consecuencias que tiene para la sociedad la hipercomunicación cuando la opinión pública se configura basándose en lo que parece verosímil a partir de los prejuicios y las tendencias, y no a partir de los datos fiables, de las fuentes rigurosas, de los análisis que obligan a un esfuerzo para cambiar el punto de vista preestablecido. También se han ofrecido ejemplos y consejos a tener en cuenta en la creciente interacción público-privada en el uso de las tecnologías de la comunicación.

