

## **El sector publicitario advierte de los riesgos sociales y económicos de una deficiente educación mediática**

*El presidente del Colegio de Publicitarios y RRPP de la Comunidad Valenciana y la de la Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana coinciden en la necesidad de desarrollar una labor formativa que llegue a toda la población*

La cuarta sesión del webinar «Diálogos sobre Comunicación y Educación en el siglo XXI. Impulsar la Educomunicación desde los sectores profesionales de la comunicación», organizada por la Cátedra RTVE de la Universitat Jaume I, se ha acercado al sector de la comunicación publicitaria de la mano del presidente del Colegio de Publicitarios y RRPP de la Comunidad Valenciana, Juanvi Falcó, y de la presidenta de la Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana (ComunitAD), Ana Niño, en un debate en el que han asistido más de 45 personas y que ha estado moderada por la profesora titular de Universidad en Comunicación Audiovisual y Publicidad, Lorena López Font.

En el encuentro, Font y Niño han coincidido en destacar la relevancia económica y social que tiene la comunicación publicitaria y la importancia de que la misma se comprenda y se analice desde un pensamiento crítico y responsable por parte de toda la sociedad. Así, Niño ha destacado que “educar en sentido crítico y saber interpretar adecuadamente los mensajes de la comunicación publicitaria es fundamental para nuestra libertad como ciudadanos”, al tiempo que ha indicado que la educación en comunicación no es sólo una necesidad entre los más jóvenes, sino que “es un problema transgeneracional”. Por su parte, Font ha apuntado que “es necesario desarrollar asignaturas que ayuden a ese pensamiento crítico”, al tiempo que ha reivindicado que “las plataformas sociales tienen también una gran responsabilidad en este campo”.

En su intervención, el presidente del Colegio de Publicitarios y RRPP de la CV ha apelado a la importancia de la regulación de la comunicación publicitaria y a ejercerla desde el respeto de las normas. En este sentido, ha advertido de los riesgos de los *influencers* que se desarrollan en las redes sociales, que en ocasiones no distinguen claramente los límites de la ética en la comunicación publicitaria y que representan un intrusismo peligroso. Por su parte, la presidenta de ComunitAD ha recordado que el sector de la publicidad es uno de los más autorregulados y que “no puede haber una buena creatividad sin ética”, pero que también es importante que la sociedad, como consumidora de los mensajes, sepa decodificarlos adecuadamente y, sobre todo, estar alerta ante posibles comportamientos irregulares.

Por último, los ponentes han coincidido también en la importancia de trabajar conjuntamente todo el sector para abordar la problemática de la educomunicación, de manera que se pueda dar una respuesta conjunta desde los medios de comunicación y desde la publicidad a una carencia formativa que afecta a toda la sociedad y que se ha visto especialmente agudizada por la velocidad en la que se desarrollan los cambios en el sector, sobre todo por la digitalización. En este sentido, Niño ha apuntado que la presión de la transformación profesional “es tan vertiginosa que todo cambia en un año y medio”.

La quinta sesión del Webinar «Diálogos sobre Comunicación y Educación en el siglo XXI. Impulsar la Educomunicación desde los sectores profesionales de la comunicación», que

organiza la Cátedra RTVE-UJI de Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática, se celebrará el jueves 13 de octubre de 2022, entre las 16:00 y las 17:30 h., en el enlace <https://meet.google.com/ngm-hfvs-nna>. En esta ocasión, la Cátedra RTVE de la UJI contará con la presencia de Lluís Lizarán, President de ATRAU, Associació de Treballadors de l'Audiovisual, y Giovanna Ribes, Presidenta de PAV, Productors Audiovisuals Valencians, en una sessió que estarà moderada per el professor de la Universitat Jaume I Antonio Loriguillo López.