



CP, 2013, N°3, pp. 22-37. ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). PRIETO SÁNCHEZ, Cristina: EL FORO ANDALUZ DE COMUNICACIÓN COMO CASO DE EMPODERAMIENTO CIUDADANO ANTE LA FUTURA LEY AUDIOVISUAL DE ÁMBITO AUTONÓMICO. The Andalusian Communication Forum as a case of civil empowerment against the future law on audiovisual communication at a regional level. *Recibido: 27/11/2013 - Aceptado: 28/12/2013*

## EL FORO ANDALUZ DE COMUNICACIÓN COMO CASO DE EMPODERAMIENTO CIUDADANO ANTE LA FUTURA LEY AUDIOVISUAL DE ÁMBITO AUTONÓMICO

*The Andalusian Communication Forum as a case of civil empowerment against the future law on audiovisual communication at a regional level*

**Autora: PRIETO SÁNCHEZ, Cristina**

*Grupo de investigación Comunicación y periodismo para la participación ciudadana en el seguimiento y la evaluación de la gestión de los gobiernos locales – Departamento de Periodismo. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga – España - cpcristinaprieto@gmail.com*

### Resumen

Veinticinco colectivos ciudadanos han constituido en Andalucía un Foro de Comunicación para reclamar a la Administración su participación en la redacción de la futura Ley Audiovisual autonómica. Para ello, desarrollan desde mayo de 2013 una campaña informativa con debates entre sus integrantes, talleres y encuentros provinciales con la finalidad de concienciar a la ciudadanía de la necesidad de acceder libremente a la información y a los medios. Uno de sus objetivos es conseguir una ley participada en la que quede regulado el derecho de la sociedad civil a contar con medios de comunicación propios para expresarse. Además, proponen a la Administración andaluza que la futura Ley defina a la televisión como un servicio público y evite la concentración de licencias en manos de pocos operadores. Por último, exigen la concesión de licencias al Tercer Sector y la regulación de las emisoras comunitarias para que puedan desarrollarse dignamente.

### Palabras clave

*Comunicación participativa, democracia, medios, periodistas, audiovisual*

### Abstract

Twenty-five civil groups have constituted a communication forum in Andalusia in order to demand the regional government their participation in the drafting of the future regional law on audiovisual communication. For this purpose, since last May they have been carrying out an informative campaign consisting of several activities, such as debates among their members, workshops and local gatherings with the aim of raising awareness among local citizens about the need for a free access to the media and information. One of their main objectives is to achieve a participative law that regulates the society's right to have its own media to express itself, agreed between government and civil representatives. This forum also wants this law to end with the monopoly of licenses owned only by a few and request the Andalusian Government a definition of the television as a public service. Lastly, they demand the local authorities more licenses to civil organizations and the regulation of community radio stations that would allow them to develop in a dignified way.

### Key words

*Participatory communication, democracy, media, journalists, audiovisual*

## 1. Introducción

La redacción en Andalucía de la futura Ley Audiovisual ha despertado un gran interés entre distintas organizaciones de la sociedad civil y profesionales de la información ante la posibilidad de que el texto legal favorezca la concentración de medios, elimine la consideración de la televisión como un servicio público y cierre las puertas al Tercer Sector que reclama un nuevo modelo de comunicación más participativa. Para presionar ante la Administración andaluza y formar parte del órgano encargado de su redacción, veinticinco organizaciones ciudadanas (UniRadioJaén, Sindicato de Periodistas de Andalucía, Red de Medios Comunitarios, Prodiversa. Progreso y Diversidad, Onda Color Málaga, La Trama Comunicación, Grupo Investigación UCA “Comunicación y ciudadanía digital”, Grupo Comunicar, Fundación Euroárabe de Altos Estudios, Coordinadora Andaluza de ONG de Desarrollo, Uniradio Huelva, Sentido Común, Radiopolis, Periódico Diagonal de Andalucía, Madre

Coraje, Hispanidad Radio, Grupo de Comunicación coordinadora Andaluza de ONGD, Granadaimedia, E-ducamos.org, Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá, Asociación Solidaria Andaluza de Desarrollo (ASAD), Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía (APDHA), Asociación Akiba, Asociación Radios Universitarias y Asociación Andaluza de Barrios Ignorados) desarrollan desde mayo de 2013 una campaña de sensibilización e información en la comunidad autónoma para, a través del debate, la reflexión y el diálogo, elaborar los principios básicos que debe recoger la próxima normativa para garantizar la democratización del espacio radioléctrico y dar voz a una sociedad civil que no se reconoce en el discurso utilizado por los medios de comunicación convencionales. En este artículo analizaremos sus propuestas, las bases de su actuación y sus objetivos.

## 2. Objetivos

El presente artículo pretende analizar la constitución del Foro Andaluz de Comunicación, promovido por el Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá y conformado por distintas organizaciones sociales de inmigrantes, colectivos vecinales, periodistas, asociaciones en defensa de los derechos humanos, radios comunitarias, medios de comunicación alternativos y organizaciones no gubernamentales como herramienta para reclamar el derecho de acceso

de la ciudadanía a la información. Otro objetivo es precisar las demandas que estos colectivos presentan a la Administración andaluza ante la redacción de la próxima Ley del Audiovisual de carácter autonómico y analizar las actuaciones desarrolladas como parte de la campaña divulgativa para exigir que este marco normativo incluya concesiones de frecuencias a los medios del Tercer Sector.

## 3. Metodología

El Foro Andaluz de la Comunicación se presenta como una iniciativa pionera por lo que para alcanzar los objetivos propuestos se ha utilizado el estudio de caso pertinente en el ámbito de las Ciencias Sociales. Para ello se ha contado con las aportaciones bibliográficas de distintos autores para delimitar el marco teórico en el que se desenvuelve la comunicación participativa, la legislación actual sobre el ámbito audiovisual y los documentos propios del Foro Andaluz de Comunicación que reflejan el proceso de su constitución, su capacidad de

organización y la metodología de trabajo para la formulación de sus propuestas. Sería prematuro, sin embargo, presentar resultados definitivos de empoderamiento ciudadano de este colectivo formado por organizaciones de la sociedad civil porque se encuentra en estos momentos en construcción.

Para abordar desde una óptica descriptiva el estudio del Foro Andaluz de Comunicación no se ha contado con una teoría ya construida (método cuantitativo) sino con un procedimiento deductivo tras observar la realidad del colectivo y su funcionamiento para

plantear su relevancia en la sociedad andaluza a la que intenta movilizar para que defienda su derecho a informar y ser informados con una legislación que

favorezca y regule los medios de comunicación alternativos.

#### 4. La comunicación como principio democrático

Partiendo de la base de que el derecho a la información es un fundamento del sistema democrático sería necesario recalcar además que este principio se configura en el ordenamiento democrático como la piedra angular de una sociedad libre. Y este proceso, no se sustenta solamente en la transmisión de datos, hechos y acontecimientos, sino que debe estar basado en unos valores básicos como el pluralismo, la transparencia en la acción política, la igualdad comunicativa y la tolerancia, entre otros.

El derecho a la información y a la comunicación constituye una declaración de su condición de actores políticos sobre el que se debe articular cualquier decisión en un sistema democrático. No se trata pues de un derecho individual sólo, sino de un proceso en el que toda la sociedad se encuentra vinculada. La falta de información paraliza a la comunidad por eso las sociedades con una mejor salud democrática son aquellas en las que la información y la comunicación entre sus actores es capaz de mantener activos los elementos que permiten el control de los gobiernos y sus acciones. Una sociedad bloqueada en su derecho a la información permite con mayor facilidad su manipulación y la desactivación de aquellas propuestas que posibilitarían una mejor convivencia.

Hoy estamos asistiendo, sin embargo, a un proceso contrario. No es tanto la falta de información lo que denuncia una parte de la ciudadanía, sino que la sobreabundancia de datos está ocultando la verdadera información. Y si a esta situación le sumamos la falta de pluralidad informativa, la manipulación está servida. Ya no preocupa tanto que ciertas medidas administrativas o judiciales, aparentemente neutras y no restrictivas de la libertad de expresión tengan un perverso efecto desalentador del ejercicio de la libertad de expresión. Hoy preocupa especialmente el estruendo mediático que acalla voces de quienes no opinan como ellos porque en un periodo relativamente corto se ha pasado de una lucha denodada por parte de la ciudadanía para tener libre

acceso a la información a una sobreabundancia cuya única finalidad es ocultar lo que realmente importa (Serrano, 2011) Este estruendo mediático ha logrado silenciar muchas voces, especialmente las de aquellos más débiles. No se trata de aumentar el número de operadores sino de garantizar que éstos sean representativos de la pluralidad social y que internamente se establezcan medidas para garantizar una comunicación más horizontal y democrática con la ciudadanía. Requiere, además, que el ciudadano esté bien informado para que elija libremente “procurando reconocer aquellos factores externos que podían influir en nuestra decisión sin saberlo” (Aznar, 2002).

La explosión de medios en los últimos diez años no ha traído más pluralidad informativa en cuanto que han adoptado los mismos modelos de la prensa tradicional en formatos distintos, como internet. Sin embargo, la saturación de datos e informaciones, especialmente gubernamentales con una clara temática económica y política, ha logrado silenciar temas sociales en los que realmente reside el interés del ciudadano. Y todo ello, adornado con un gran número de programas con formato de telerrealidad que han trasladado a la ciudadanía un modelo de personaje mediático muy específico, alejado de la gran mayoría, que se lucra rápidamente ofreciendo parcelas de su vida personal a través de la televisión. Por otra parte, “la información sensacionalista, caótica y dirigida sólo para atraer lectores o televidentes, genera personas desorientadas, inseguras y sin iniciativa (Dowbor, 2005, p.127)”.

En este principio de siglo, los medios de comunicación han dejado de ser un asunto exclusivo de los periodistas o de quienes se encuentran vinculados directamente a su propiedad o dirección para pasar a ser un elemento de preocupación social por lo que cabe hablar de “una auténtica rebelión de los públicos frente a la imagen de las masas pasivas (Aznar, 2005, p. 249)” a la que los medios y las

teorías de la Comunicación de principios del siglo XX habían dejado reducida a la sociedad civil

#### **4.1. La necesidad de nuevos modelos de comunicación**

En los últimos años, el empoderamiento de los colectivos ciudadanos más concienciados ante la necesidad de contar con medios alternativos se ha evidenciado en dos momentos informativos clave para España: los sucesos del 11 de marzo de 2004 y las movilizaciones ciudadanas del 15-M en la Puerta del Sol de Madrid. En estos dos escenarios, la actuación de los medios de comunicación tradicionales dejó entrever sus carencias, su predisposición a la manipulación y puso en entredicho su función de intermediación tomando partido por las distintas posiciones políticas que emanaban de los centros de poder.

La pérdida del Gobierno por parte del Partido Popular el 14 de marzo de 2004 tras la nefasta gestión informativa de los atentados contra cuatro trenes de cercanías en Madrid no fue más que la consecuencia de una sucesión de mentiras y ocultación de la verdad que traspasó los límites de la paciencia ciudadana y llamó a la rebelión a la parte más concienciada de la sociedad que reclamaba la verdad sobre aquella masacre. Mientras tanatorios improvisados recogían decenas de cadáveres de ciudadanos que, dirigiéndose a sus puestos de trabajo o a sus clases diarias, perdían la vida por la explosión de varias bombas colocadas en los trenes que unían el centro de Madrid con algunos barrios periféricos, el Gobierno insistía en dar como más viable la hipótesis de que la organización terrorista ETA había sido la responsable (Martín Núñez y Montero Sierra, 2005). Sin embargo, la prensa internacional, hacía horas que hablaba ya de terrorismo islámico. El PP, el 14 de marzo, perdía las elecciones generales no por los atentados en sí mismos ni por la amenaza del terrorismo islámico sobre España, sino por mentir a la ciudadanía y ocultar la verdad de unos hechos que la sociedad civil fue conociendo, básicamente, a través de internet y la prensa internacional. No hay que obviar, que en estos tres días que conmocionaron a todo el país, los medios de comunicación jugaron un papel

determinante y la manipulación que algunos de ellos llevaron a cabo crispó a los ciudadanos que reflejaron su indignación en las urnas.

El movimiento del 15M, sin embargo, sacó a las calles a miles de ciudadanos para protestar por algunas reformas emprendidas por el Gobierno y para reclamar una verdadera democracia. Lo que empezó con una manifestación el 15 de mayo de 2011 relativamente espontánea que terminaba en la Puerta del Sol de Madrid, se convertía en un movimiento multitudinario cuando, a consecuencia de algunas cargas policiales, los manifestantes deciden acampar en esta conocida y céntrica plaza madrileña. La protesta, que se había situado ya en la agenda de todos los medios de comunicación con el desplazamiento hasta este lugar de unidades móviles y continuas conexiones en directo de los periodistas allí destacados, se extiende a las principales plazas de muchas ciudades y la protesta española alcanza ya dimensiones internacionales.

Si algo caracterizó al 15M fue la dificultad para enmarcarlo políticamente —a pesar de los continuas opiniones vertidas desde la izquierda y la derecha para determinar desde qué lado estaban siendo manipulados y a quien beneficiaba la protesta de la Puerta del Sol que se producía en los albores de un proceso electoral— pero lo cierto es que el discurso que utilizó dejaba patente que los ciudadanos se estaban sintiendo utilizados, indistintamente por unos y otros, como sujetos en los que recaía la fuerza de los ajustes económicos pero no el reparto de los beneficios cuando había ganancias. Esta manera simplista de presentar lo que originó el movimiento del 15M puso de manifiesto, sin embargo, algo muy importante: el poder de las redes sociales como verdaderos medios de comunicación libres, sin censura, muy rápidos y de propagación de consignas e ideas de manera completamente horizontal con lo que se pusieron en primer plano términos como ciudadanía, democracia, dignidad y justicia (Errejón, 2011.)

¿Qué tienen en común estos dos momentos históricos? Ambos evidenciaron la necesidad de recuperar para los medios de comunicación el espacio

ciudadano que han ido perdiendo a favor de una información jerarquizada desde el poder y para el poder, donde la ciudadanía ha perdido todo el protagonismo para ser entregado a los postulados de un estado liberal donde la defensa del statu quo de los grupos dominantes marca la pauta. Ante esta realidad, caben varias alternativas. Por un lado subvertir la deriva de los medios de comunicación tradicionales, lo que se presume muy difícil al estar dominados por los intereses del capital; crear unos medios alternativos donde prime la comunicación – entendida como un proceso participativo equilibrado, frente al acto unidireccional de la información ofrecida por los que saben con la transmisión de datos a “los que saben menos” (Barranquero y Sáez 2010, p. 10) o crear grupos de presión contruidos a partir de colectivos heterogéneos con intereses comunes para reclamar ante los poderosos su participación en la redacción de leyes que regulen algunos sectores. Esta tercera opción es lo que se ha propuesto el Foro Andaluz de la Comunicación ante la Administración autónoma con respecto a la articulación de la futura Ley del Audiovisual ya que, en este momento, las emisiones en Andalucía, al no contar aún con un marco normativo propio, se encuentran reguladas a través de la Ley del Audiovisual de ámbito estatal con carácter general. Sin embargo, existe un marco legal de ámbito autonómico, el Decreto 174/2002 de 11 de junio de la Consejería de Presidencia por el que se regula el régimen de concesión por la Comunidad Autónoma de Andalucía de Emisoras de Radiodifusión Sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y la prestación del servicio y la Ley 1/2004 de 17 de diciembre de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. Las dos garantizan las funciones de servicio público y la defensa de los valores propios del territorio, su patrimonio y sus ciudadanos, aunque este último no tiene competencias en la concesión de licencias sino que es un órgano regulador con funciones de vigilancia. Junto a estos textos, se encuentra la Ley 18/2007 de 17 de diciembre, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía.

La apuesta de los nuevos modelos de comunicación debe ir encaminada a democratizar la

comunicación y a construir identidades y valores presentes en la ciudadanía que, desde hace años, han desaparecido de los medios. El actual modelo industrial y la especulación económica han llevado a nuestras sociedades “a una ceguera donde la inmoralidad de un sistema sigue encontrando justificación para reivindicarse en el discurso de los medios (Chaparro, 2012, p. 27)”. Sólo desde una regulación legal pueden corregirse algunas situaciones, como ha ocurrido en Argentina donde finalmente el Máximo Tribunal ha declarado constitucional la Ley de Medios Audiovisuales que considera la comunicación audiovisual, en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población. El texto contempla, además, la creación de una Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, un órgano autárquico y descentralizado formado por un presidente y un director designados por el Poder Ejecutivo, tres directores propuestos por la comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, correspondiendo uno a la primera minoría, uno a la segunda y otro a la tercera minoría parlamentaria. Existirá también un Consejo Federal cuyos miembros provinciales van a representar a los prestadores privados, a las emisoras universitarias, a los medios públicos y a los trabajadores de prensa. Pero quizás, el punto más importante sea el que impide la formación de monopolios y oligopolios poniendo límites a la concentración y fijando topes para la cantidad de licencias por tipo de medio, lo que no ha gustado nada al Grupo Clarín, hegemónico en el país.

#### ***4.2. El papel de los profesionales de la comunicación***

Ante el escenario expuesto hasta este momento, cabe preguntarse qué papel juegan los profesionales del periodismo y la comunicación en la actualidad. Inmersos en un mundo donde la comunicación se ha globalizado hasta límites alarmantes, el profesional de los medios se ha visto atrapado en una tela de araña tejida por los propios grupos multimedia en donde el resultado de su trabajo es pura mercancía que se lanza al mercado para ser consumida por los ciudadanos.

Como meras máquinas de hacer noticias, el periodista ha dejado de lado los principios éticos y deontológicos inherentes a su profesión para sumarse a la vorágine diaria de unos medios en los que ha desaparecido, salvo excepciones, la investigación a favor del periodismo declarativo y la valoración de las noticias conforme a su alcance social para ceder el terreno a los intereses económicos y políticos de quienes manejan los grandes grupos multimedia. El reconocimiento social del que gozó en otro tiempo -la Transición, por ejemplo- se ha convertido en el desprestigio que pudo verse, explícitamente, cuando algunos reporteros que retransmitían la acampada del 15M desde la Puerta del Sol eran literalmente increpados y empujados por los asistentes a la convocatoria. Atrás ha quedado el modelo del gatekeeper o del “perro guardián” (García de Madariaga, 2006, p. 206) o el de los mukraker, basado en la denuncia de los abusos del poder. La ciudadanía ha colocado al periodista en la diana por dejación de sus funciones como garante de la democracia e inspector del poder, una élite a la que se ha rendido sin condiciones a través de los medios para los que trabajan.

¿Cómo se ha llegado a esta situación? No es difícil imaginar que las condiciones económicas en las que los periodistas desarrollan su trabajo han sido muy importantes. La precariedad laboral en las redacciones ha permitido todo tipo de abusos y un profesional mal pagado y explotado es blanco fácil para cualquier empresario. Si a ello le sumamos la falta de organizaciones profesionales fuertes que denuncien estas situaciones y la ausencia de un Estatuto que regule la práctica de la actividad, el caos está servido.

La excesiva concentración de medios es espectacular y los propios periodistas, en ocasiones, no saben siquiera para quienes trabajan. Los grandes grupos tienen intereses empresariales en distintas actividades productivas a los que aplican los mismos criterios economicistas. Incluso, el lenguaje en las redacciones se ha adaptado al lenguaje impuesto por los especialistas en marketing y los lectores o las audiencias se han convertido en clientes y, consiguientemente, las noticias se ofrecen a esta clientela como un servicio más (Kovach y Rosenstiel,

2003) Por otra parte, la competitividad entre los medios ha exigido mayor velocidad en la producción de los contenidos que, unido a la obligación impuesta al profesional de adaptar las informaciones a distintos soportes, hace que la calidad de la producción se devalúe por momentos y tiene como consecuencia inmediata el empobrecimiento del discurso de los medios (Aznar, 2005)

Sin embargo, algo está cambiando en el paisaje en estos momentos. Los profesionales, de manera individual y a través de algunas organizaciones profesionales como los sindicatos de periodistas, están dando la voz de alarma sobre algunos aspectos de la práctica profesional, por un lado, y sobre los atropellos que la manipulación de algunos medios, especialmente los públicos, han sufrido durante años, por otro. A la escandalosa caída de audiencia de Telemadrid, motivada fundamentalmente por la manipulación política sufrida desde el Gobierno de la Comunidad, y el despido de la mayoría de sus trabajadores, ha seguido el anuncio del cierre de la Radio Televisión de Valencia, con un importante déficit económico provocado por una nefasta gestión de sus responsables y las disculpas pedidas a la ciudadanía por algunos de sus profesionales por la manipulación informativa. Estos son sólo dos ejemplos de la reacción de los periodistas ante la deriva que ha tomado la práctica del periodismo en España donde la diana la ha puesto el actual Gobierno del Partido Popular en los medios públicos, a los que desprestigia continuamente y fomenta su privatización y en el que los profesionales comienzan a reaccionar volviendo los ojos a la necesidad de recuperar la información como un derecho ciudadano recogido en la Constitución Española y en la Declaración de los Derechos Humanos. Esta reacción de los periodistas se ha trasladado también a la Radio Televisión Andaluza tras las continuas rebajas salariales para mantener el servicio público de Canal Sur cuyos responsables cerraron el segundo canal en septiembre de 2012 para ahorrar 20 millones de euros. Y aunque esta decisión no se ha traducido en despidos directos, sí ha afectado a varias productoras que elaboraban contenidos para el canal con lo que los profesionales que trabajaban en estas empresas han perdido su puesto de trabajo. Estos profesionales se han sumado a los que han ido sufriendo el cierre de las redacciones

de diarios que mantenían ediciones en Andalucía como 20 minutos o La Opinión de Granada (Prensa Ibérica) o los que engrosan las listas del desempleo a raíz de los Expedientes de Regulación de Empleo en los periódicos del Grupo Joly o la Cadena Ser, por citar sólo dos ejemplos. En septiembre de 2001, el Foro de Organizaciones de Periodistas (FOP), integrado por todos los colectivos profesionales del sector (sindicatos, colegios y la federación de asociaciones de la prensa) presentó a la Mesa del Congreso de los Diputados una propuesta de Estatuto del Periodista Profesional para regular la práctica de la profesión acompañada de una Ley de Derechos Laborales para dotar de un marco legal el contenido de un Estatuto que tenía como finalidad la defensa del derecho a la información de la ciudadanía. La presentación de esta iniciativa supuso un hecho histórico porque, por primera vez, los parlamentarios españoles valoraron la posibilidad de debatir sobre las condiciones en las que los periodistas desarrollan su labor y las garantías que este trabajo debe ofrecer a la ciudadanía para recibir una información veraz y plural. Experiencias como la italiana con su Ordine dei Giornalisti y su registro obligado para ejercer la profesión, el Estatuto Profesional con el que cuentan los periodistas portugueses desde 1999 o Francia donde se reconocen por ley los derechos específicos de los periodistas, sirvieron como acicate para intentar regular el ejercicio profesional en España donde muchos se han ocupado durante años de proclamar que la mejor ley es la que no existe. Después de descolgarse la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) en 2005 al coincidir con los editores en calificar al estatuto de bolchevique y abandonar el Foro para elaborar un texto alternativo con una firme defensa del trasnochado argumento de la autorregulación, el Estatuto y la Ley que le acompañaba sufrió un largo proceso en trámite parlamentario durante dos legislaturas. A pesar de ser reformado para eliminar aquellos elementos en los que el consenso con la FAPE era más difícil y reconvertir el Estatuto en un Proyecto de Ley Orgánica de Garantías del Derecho a la Información de la Ciudadanía (LOGDIC) la regulación profesional propuesta a través de esta iniciativa no pudo conseguirse y el texto se dejó morir, para alivio de editores y algunos sectores políticos que no veían con buenos ojos los consejos profesionales en los medios

públicos, los estatutos de redacción, la cláusula de conciencia o los derechos de autoría.

La presión ejercida desde algunos medios sobre los periodistas ha llevado a muchos de ellos a convertirse en bloggers y desde sus espacios privados denunciar aquellas situaciones que no encuentran soporte en los medios tradicionales, ni incluso en aquellos donde trabajan muchos de estos profesionales. Algunos, incluso, recogen aportaciones de la ciudadanía sobre un tema determinado que genera un debate posterior del que pueden extraerse datos interesantes para la posterior elaboración de información. Se trata, sin duda, de dar la posibilidad a los ciudadanos de convertirse en proveedores de contenidos utilizando los nuevos recursos tecnológicos.

### ***4.3. Constitución y objetivos del Foro de Comunicación Andaluz***

El Foro Andaluz de Comunicación es una iniciativa que nace en Andalucía en 2010, impulsado por la ONG Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá e integrado por UniRadioJaén, Sindicato de Periodistas de Andalucía, Red de Medios Comunitarios, Prodiversa. Progreso y Diversidad, Onda Color Málaga, La Trama Comunicación, Grupo Investigación UCA “Comunicación y ciudadanía digital”, Grupo Comunicar, Fundación Euroárabe de Altos Estudios, Coordinadora Andaluza de ONG de Desarrollo, Uniradio Huelva, Sentido Común, Radiopolis, Periódico Diagonal de Andalucía, Madre Coraje, Hispanidad Radio, Grupo de Comunicación coordinadora Andaluza de ONGD, Granadamedia, E-ducamos.org, Centro de Iniciativas para la Cooperación Batá, Asociación Solidaria Andaluza de Desarrollo (ASAD), Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía (APDHA), Asociación Akiba, Asociación Radios Universitarias y Asociación Andaluza de Barrios Ignorados, unos colectivos ciudadanos muy diversos preocupados por la exclusión ciudadana del debate educacional y comunicativo. Con los ojos puestos en la redacción de la futura Ley de Comunicación Audiovisual Andaluza, sus integrantes reactivan una campaña ciudadana que tiene como objetivo sensibilizar a la opinión pública y

a la sociedad civil sobre la necesidad de participar en sus contenidos como sujetos de derecho. Convencidos de que la comunicación es una dimensión articuladora de lo social, reclama su inclusión en los procesos de desarrollo como eje vertebrador y no sólo de acompañamiento para fomentar una cultura de la solidaridad y conseguir una ciudadanía andaluza informada, crítica, participativa y transformadora con una visión local y global.

Tomando como referencia el informe McBride (1980) este colectivo se presenta como un espacio abierto y un proceso en permanente construcción que, a partir de la incorporación de procesos educativos, tiene como finalidad potenciar el sentido crítico de la ciudadanía con la de-construcción de los valores y roles que transmiten los medios de comunicación para generar actitudes, valores y acciones solidarias hacia un desarrollo inclusivo.

Combinando técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas con el envío de cuestionarios a distintos colectivos ciudadanos, el primer paso fue elaborar un mapa de experiencias comunicativas en Andalucía para conocer cuántos medios alternativos desarrollan su actividad en la comunidad autónoma, cómo elaboran sus programaciones, qué temáticas conforman su parrilla y cómo se abordan aspectos específicos de interés ciudadano como los relacionados con el género, la inmigración, la exclusión social, los derechos humanos o la educación. Conformado este mapa, el Foro abordó una segunda fase con encuentros provinciales en los que, en una única jornada abierta a la ciudadanía y con una metodología participativa centrada en debates e intercambios de experiencias, los representantes de cada colectivo presentaron sus propuestas para construir un modelo alternativo de comunicación. Las conclusiones de estos encuentros provinciales se presentaron en la reunión de ámbito andaluz celebrada en Córdoba los días 10 y 11 de junio de 2013 donde se debatieron las propuestas recogidas en los encuentros provinciales y se diseñaron las próximas actuaciones a desarrollar.

La elaboración del mapa comunicativo andaluz y los encuentros celebrados a distintos niveles sirvieron

para realizar un diagnóstico sobre las necesidades informativas de la ciudadanía y la conveniencia de implementar procesos comunicacionales abordados desde perspectivas diferentes a las ofrecidas por los medios de comunicación convencionales en las que se favorezca la participación ciudadana. Por otra parte, puso de manifiesto la falta de comprensión e interiorización de la comunicación como eje vertebrador de un modelo educativo y cultural inclusivo, desde la equidad de género, la protección del medio ambiente y la diversidad cultural. Asimismo, denunció el tratamiento de la comunicación y la información como una mercancía que responde a las demandas del mercado y no como un derecho y un servicio público que puede contribuir al desarrollo individual y colectivo. Esta dinámica excluye permanentemente a los colectivos sociales menos influyentes y hace girar el discurso comunicacional en una esfera muy alejada de la ciudadanía. Esta concentración y sus intereses elitistas, ha obviado el derecho a la libre circulación de ideas que se ven obligadas continuamente a buscar cauces periféricos no accesibles para todos los colectivos.

El informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación al que se aludía anteriormente, conocido por el apellido de su presidente Sean McBride, a pesar de haberse concluido hace más de treinta años no ha perdido vigencia y continúa siendo referencia cuando se habla de comunicación, participación, información y desarrollo. Según este informe, las funciones principales de la comunicación, en su sentido más amplio son las de informar, socializar, motivar, discutir, educar, avanzar culturalmente, entretener e integrar mientras que alerta sobre los efectos perversos de la comunicación institucionalizada que puede servir además para controlar o manipular a los ciudadanos.

Con esta intención, el Foro comenzó desarrollando encuentros provinciales a lo largo del mes de mayo de 2013 en las ciudades de Córdoba, Sevilla y Málaga con el objetivo de reunir en una jornada a las organizaciones sociales, movimientos ciudadanos, profesionales de la comunicación, iniciativas comunicativas, proyectos educativos y ciudadanos



interesados por el estado del derecho a la comunicación en Andalucía. En estos encuentros se perseguía el intercambio de experiencias, el diálogo, la reflexión y la creación de redes para construir otro modelo de comunicación, desde la educación, la práctica comunicativa y la incidencia. Estos primeros contactos sirvieron para preparar el encuentro andaluz que tuvo lugar en Córdoba los días 10 y 11 de junio de 2013 con la finalidad de consolidar el Foro como una estrategia de incidencia política y ciudadana en defensa del ejercicio del derecho a la información y a la comunicación de la ciudadanía.

Entre otros temas debatidos, la comunicación ocupó en esta reunión un lugar destacado, una comunicación para el cambio social nacida como respuesta a la indiferencia y al olvido rescatando “la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad” (Gumucio, 2004, 5). Es decir, una comunicación ética, de la identidad y de la afirmación de valores para amplificar las voces ocultas o negadas, y potenciar su presencia en la esfera pública tomando a los ciudadanos como núcleo de desarrollo (Servaes y Malikhao, 2007)

#### ***4.4. Propuestas para una futura Ley de Comunicación Audiovisual Andaluza***

La reunión andaluza en Córdoba concluyó con una declaración en la que se abordaba una propuesta legislativa para la futura Ley de Comunicación Audiovisual andaluza que incidía en la necesidad de que sea participada, porque “en ella radica la riqueza de las sociedades, el intercambio cultural y la diversidad radical de una sociedad global” y ponía el acento en el derecho a la libertad de opinión y de expresión, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

La comunicación se presenta, por tanto, como el elemento principal para la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social, no sólo a través del derecho a recibir información veraz, sino a emitirla en igualdad de condiciones que otros actores sociales, condición

fundamental para el desarrollo pleno de la democracia, así como para que todos puedan opinar y actuar libremente. La información constituye un derecho fundamental cuyo titular es la ciudadanía a quien corresponde el derecho de exigir que la información que se ofrece desde el periodismo se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opiniones sin injerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados.

Los medios de comunicación ostentan un papel fundamental en el funcionamiento democrático y en España, a diferencia de otros países de Europa, el control del espacio público de debate y comunicación está desregulado. Los medios de comunicación son esenciales para el desarrollo democrático del debate público y deben ejercer como contrapeso, supervisión y control del funcionamiento político. Su actividad, así como la de los profesionales de la comunicación, ya no sólo necesitan de una regulación, sino que ésta debe ser especialmente diseñada para tal propósito, asegurando su independencia y asentado sus bases bajo la vigilancia del ejercicio de las libertades fundamentales.

Tras la aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual el 31 de marzo de 2010 de ámbito estatal y el descontento generado en algunos sectores, los colectivos andaluces más implicados en reclamar una verdadera gestión democrática del espacio radioeléctrico se han puesto a trabajar para evitar que la Ley de ámbito autonómico contemple los mismos errores que ya recoge la Ley estatal. Si bien es cierto que la Ley General recoge avances significativos como la protección de los menores o la creación de un Consejo Estatal de Medios de Comunicación Audiovisual —otra cosa será como se elijan estos miembros— recoge otros aspectos que han dado la voz de alarma entre las organizaciones del Tercer Sector y los profesionales de la comunicación. Entre las propuestas más contestadas está el hecho de que la televisión ya no se reconoce como un servicio público, cualquiera que sea su prestatario, sino como un servicio de interés general, una modificación de términos lingüísticos que abre sutilmente la puerta hacia una constante y progresiva privatización. La Ley supone, con estas premisas, la implantación en la política comunicativa

y audiovisual de España de los principios neoliberales, propios del ámbito global con los que se imponen límites a las acciones reguladoras de los estados, se defiende a ultranza la propiedad privada y triunfa el imperio absoluto del libre comercio y el libre mercado (Bernardo, Pellisser y Vicent, 2010). Peligrosa es además la posibilidad que abre la ley a la negociabilidad de la licencia y con ello, su transmisión y arrendamiento, lo que puede entenderse como “una invitación al descontrol audiovisual (Zallo, 2010, p 22) y podría resultar que el mapa mediático no tuviera nada que ver con las licencias otorgadas por lo que el interés general podría verse afectado en breve tiempo. Sobre este aspecto también ha llamado la atención la Federación de Sindicatos de Periodistas tras el reciente alquiler realizado por el Grupo Vocento de los postes de ABC radio, tras eliminar sus emisiones, a la cadena COPE.

El Foro de Comunicación Andaluz ha presentado a la Dirección General de Comunicación Social de Andalucía un documento denominado Propuesta Legislativa sobre Futura Ley de Comunicación Audiovisual Andaluza en el que recogen las líneas de actuación urgentes de la sociedad civil ante el derecho a la información y a la comunicación que, entienden, se ha lesionado en la normativa estatal. Estas propuestas se detienen en los siguientes aspectos:

#### a) Regulación

Se demanda una regulación de los servicios de comunicación audiovisual con normas claras que permitan la construcción de un sistema de medios equilibrado y justo entre los diferentes operadores. El actual atenta contra el servicio público inherente a la concesión de este espacio. El espectro radioeléctrico es patrimonio común de la Humanidad (Tratado de Torremolinos, UIT y artículo 33 del convenio Internacional de Telecomunicaciones con el ajuste alcanzado en Nairobi). Los oligopolios y monopolios restringen la pluralidad y la diversidad, limitan la exposición de ideas y voces diferentes en el espacio público y coartan el derecho a la comunicación de la ciudadanía, por lo que se exige el control de los servicios de comunicación para la limitación en la formación de monopolios y oligopolios. Asimismo,

los servicios de comunicación audiovisual son considerados un bien de dominio público y su uso se deberá adecuar a unos parámetros acordes con la libertad de expresión e información, la promoción de la diversidad, la no discriminación, la inclusión social y los derechos humanos. Para ello, se someterá a todo medio con licencia de explotación de frecuencias al Código Deontológico Europeo, sin menoscabo de la mejora que suponga la adopción de sus propios códigos éticos. Corresponde a la Administración Pública articular el sistema de garantías necesario para el cumplimiento de la Ley al Código Deontológico y para ello se modificará el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual Andaluz, que se convertirá en un organismo público e independiente del poder del Gobierno, así como de grupos políticos, económicos y empresariales. Este órgano de control estará integrado por organizaciones representativas de la sociedad civil, colectivos sociales y profesionales. Igualmente se le dotará de capacidad sancionadora y será la autoridad pública responsable de la concesión de licencias en el espectro radioeléctrico, así como de su asignación, supervisión, revocación o prorrogación. Los poderes públicos, así como el Consejo Audiovisual Andaluz, se coordinarán para, en el plazo de un año, acordar el sometimiento de los contenidos y la programación de los medios audiovisuales andaluces al Código Deontológico Europeo, que será de obligado cumplimiento por parte de todos los medios de comunicación y será sometido al Consejo Audiovisual Andaluz de forma periódica.

#### b) Medios comunitarios y Tercer Sector

Los medios de comunicación comunitarios, educativos y culturales son un instrumento de participación ciudadana que deben ser promocionados y protegidos, asegurándoles, al menos, un tercio del espacio radioeléctrico para garantizar el acceso a este bien público por parte de la sociedad civil. Sus informadores e informaciones deberán estar sujetos a las mismas obligaciones que los medios tradicionales y deberán gozar de las mismas protecciones jurídicas y de acceso a las fuentes de información en igualdad de condiciones para evitar la criminalización de los mismos y la penalización de las entidades privadas sin ánimo de lucro frente a las comerciales. Asimismo, se

exige plena transparencia en el proceso de concesión de licencias, que buscará un sistema equitativo, claro y simplificado entre los distintos operadores públicos, privados comerciales y privados sin ánimo de lucro, con un sistema de concesiones por plazos determinados. Cada uno de los operadores accederá a las licencias a través de concursos diferenciados, eximiendo de tasas y simplificando los trámites de solicitud en los concursos del Tercer Sector para facilitar el acceso de la ciudadanía al espectro radioeléctrico. Por último, las frecuencias radioeléctricas no pueden venderse, subastarse, alquilarse o traspasarse puesto que el titular de las mismas es la sociedad como tal (no el operador concesionario) y la finalidad de la concesión del espacio de dominio público a operadores públicos o privados es el servicio público. Los operadores privados con licencia sin activar o inactivas deberán expropiarse para ser ofertadas de nuevo en concurso dentro del marco de los tres tercios de distribución por sectores. Las concesiones públicas locales y/o municipales que no estén en uso, podrán ser cedidas en su uso y explotación al Tercer Sector por parte de la entidad pública concesionada, por un plazo determinado previa aceptación del Consejo Audiovisual Andaluz.

#### c) Educación

La Ley Audiovisual Andaluza, de acuerdo con la Directiva Europea 20/10/13/UE y la Recomendación del Parlamento Europeo del 16 de diciembre de 2008, promoverá la alfabetización mediática y/o educación en medios de comunicación con el objeto de generar una opinión pública informada, crítica y participativa. Esta estrategia educativa se fundamentará en la defensa del ejercicio del derecho a la comunicación. La administración pública deberá garantizar el desarrollo de estas actividades en educación reglada, no reglada e informal.

#### d) Derecho de acceso

Los medios públicos andaluces regionales y locales tienen la obligación de ofrecer gratuitamente espacios de participación directa a la sociedad civil para

garantizar el derecho constitucional de la ciudadanía a difundir ideas, informaciones y opiniones. Este derecho de acceso se ejercerá tanto en las emisiones centrales como en las desconexiones territoriales. Los medios públicos tienen la obligación de publicar cuanto antes estos reglamentos, que serán sometidos al Consejo Audiovisual Andaluz. Los criterios para regular el derecho de acceso deberán ser objetivos y no arbitrarios e incluirán, como mínimo, el interés general que persigue, el aporte al fomento del pluralismo que representa el colectivo por la temática que trata y la contribución a la pluralidad que quiere desarrollar en su ejercicio del derecho a comunicar. Para ello, se establecerán los mecanismos y se pondrá a disposición de la sociedad civil el personal y los medios necesarios para el ejercicio de este derecho de una forma eficaz. Los colectivos y movimientos sociales podrán acceder en igualdad de condiciones que las organizaciones sociales registradas, con equidad en el acceso tanto a las antiguas como a las nuevas formas de organización de la ciudadanía.

El derecho de acceso, aún sin desarrollar, ya está recogido en la Ley de Creación de la Radio Televisión de Andalucía (art.33) donde se hace referencia también al artículo 20 de la Constitución Española y el 211.2 del Estatuto de Autonomía, aunque en ninguno de estos textos legales se especifica la obligación de ceder espacios gratuitos a los colectivos sociales. Sólo las emisoras locales, dependientes de los ayuntamientos, ofrecen espacios a entidades y colectivos ciudadanos para divulgar sus actividades aunque esta práctica no regulada obedece más a la falta de personal contratado en estos centros emisores que a una verdadera vocación por facilitar el acceso a la información de los públicos y la pluralidad de opiniones.

#### e) Diversidad funcional

Las personas con discapacidad visual o auditiva tienen el derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual, de acuerdo con las posibilidades tecnológicas. Los poderes públicos y los prestadores fomentarán el disfrute pleno de la comunicación audiovisual para las personas con discapacidad y el uso de buenas prácticas que evite

cualquier discriminación o repercusión negativa hacia este colectivo. Con objeto de garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de las personas destinatarias, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán atenerse, en la aplicación de las medidas de accesibilidad, a las normas técnicas vigentes en cada momento en relación con la subtitulación, la emisión en lengua de signos y la audio-descripción. Para ello, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual ofrecerán en sus emisiones una imagen ajustada, normalizada, respetuosa e inclusiva de las personas con discapacidad evitando difundir percepciones estereotipadas, sesgadas o producto de los prejuicios sociales que pudieran subsistir. De igual modo, su aparición en la programación será proporcional al peso y a la participación de estas personas en el conjunto de la sociedad. Las personas con discapacidad auditiva y visual tienen el derecho a que la comunicación audiovisual televisiva, en abierto y cobertura estatal o autonómica, subtitule el 100% de los programas, y cuente con la interpretación en lengua de signos y sistemas audiodescritos en el 100% de los programas informativos, así como al menos, dos horas al día (14 a la semana) de interpretación en lengua de signos y sistemas de audiodescripción en el resto de programación. Los medios locales y comunitarios deberán elaborar un plan de participación de estos colectivos, facilitando su acceso y ejercicio del derecho a la comunicación en un plano de igualdad, y proponiendo una hora semanal de programación para las personas con discapacidad.

En este momento, la Radio Televisión Pública Andaluza ha adaptado la programación del Canal 2 de Televisión al colectivo con dificultades auditivas al ofrecer la misma programación que se emite en el canal principal con un intérprete en lengua de signos y subtítulo. Aunque esta decisión no ha obedecido a la concienciación de los responsables del canal autonómico ante las dificultades de acceso de la comunidad sorda a la información ofrecida en un formato combinado de imágenes y sonido sino a necesidades económicas, la decisión tiene su importancia en cuanto que ha significado atender una de las demandas más sostenidas en el tiempo por los colectivos afectados. La Radio Televisión de Andalucía da cumplimiento así al artículo 29.1 de la

Ley 18/2007 de 17 de diciembre de la Ley de la Radio y Televisión de Titularidad Autonómica Gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).

#### ***4.5. La aportación de los profesionales de la información***

Una parte de las propuestas presentadas a la Administración por el Foro de Comunicación pueden influir directamente en el trabajo de los periodistas, como profesionales de los medios de comunicación y elemento fundamental de las redacciones. El cumplimiento de los Códigos Deontológicos, la salvaguarda de los principios éticos de la profesión y las condiciones sociolaborales en las que los informadores desarrollan su trabajo, repercute directamente en la calidad de los contenidos, así como la libertad en su ejercicio profesional que debe quedar exento de toda injerencia política, especialmente en los medios públicos, para evitar situaciones como las que se han expuesto en este artículo que han llevado al desprestigio de cadenas autonómicas como Telemadrid o la Radiotelevisión de Valencia. Para sentar las bases de una comunicación democrática, es necesario que la información deje de considerarse como una mercancía sujeta a las leyes del mercado. La revolución informativa de los últimos años ha incrementado las diferencias entre la opulencia y la precariedad informativa. Cuanto mayor es el poder económico mayor es la capacidad informativa de ese poder. Esto se ha manifestado en el crecimiento de los grandes monopolios informativos. Dardo Gómez, ex secretario general de la Federación de Sindicatos de Periodistas, aseguraba en su colaboración periódica de la Revista El Observador del 20 de noviembre de 2013 titulada La “inofocación” o los riesgos de la intoxicación informativa que “los países más ricos del planeta son los que tienen la mayor capacidad de generación y emisión de información, mientras que los países más pobres que no pueden sostener estructuras informativas eficaces se convierten en los grandes consumidores de esa información”. Unido a este poder informativo de los países más ricos aparecen las condiciones de trabajo de los periodistas sin capacidad, en muchas ocasiones, de

“contextualizar por lo que, agobiados por esa avalancha de entrada, se dedican a emitir titulares-consignas que tienen una profunda carga ideológica. De esta manera, cae sobre el público una contenida lluvia de eslóganes, más que de información, que van calando en el pensamiento del receptor que no tiene tiempo ni elementos para procesar esos contenidos”.

Esta realidad ha llevado a los sindicatos de Periodistas a tomar una postura clara ante la degradación de la información, favorecida ahora más que nunca por la precariedad en la que los profesionales de los medios elaboran diariamente los contenidos que llegan a la ciudadanía. Como intermediarios de la información y ciudadanos, los integrantes del Sindicato de Periodistas de Andalucía se han sumado al Foro Andaluz de Comunicación como grupo motor para aportar al mismo la visión de los informadores y los comunicadores junto a aquellos aspectos que la Ley debe contemplar para garantizar el mejor tratamiento de un derecho fundamental. Las seis propuestas presentadas por el Sindicato de Periodistas de Andalucía se sustentaron en los principios de independencia de los profesionales, garantías para la supervivencia de los medios y transparencia de los mismos:

-La independencia de los periodistas es vital para la sociedad. El periodismo es un servicio público a los ciudadanos que no puede estar sometido a intereses políticos o económicos particulares. Sus derechos no podrán ser vulnerados y los poderes públicos otorgarán especial protección a los profesionales de la comunicación en el ejercicio de su tarea, ante el abuso de sus propias empresas, intereses económicos o políticos.

-Las empresas periodísticas se deben considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental, por lo que es necesaria una regulación y supervisión de éstas.

-Los medios de comunicación deberán estar sometidos a la Ley de Transparencia, sean públicos o privados, posibilitando el conocimiento claro de los

ciudadanos sobre la identidad de los propietarios y del nivel de su participación económica en los medios de comunicación.

-Son los profesionales de la comunicación a quienes corresponde en última instancia ser los emisores finales de la información, por lo que es necesario desarrollar jurídicamente y clarificar las figuras de la cláusula de conciencia, secreto profesional de las fuentes confidenciales, así como un régimen especial para estos trabajadores con gran responsabilidad en el desarrollo democrático de nuestras sociedades.

-Los gobiernos velarán para que las leyes garanticen la organización de los medios de comunicación a fin de asegurar la neutralidad de las informaciones, el pluralismo de las opiniones y voces en el espacio público, así como la equidad de género, la diversidad cultural y el derecho a la comunicación de la ciudadanía.

#### ***4.6. Campaña divulgativa con una participación ciudadana activa***

La iniciativa del Foro Andaluz de Comunicación se sustenta en la capacidad de sus integrantes para activar el grado de concienciación de la ciudadanía y su participación en el proceso propuesto a tenor de su posicionamiento como productora y consumidora de información, tanto individualmente como de forma colectiva a través de sus propias organizaciones civiles. Es necesario pues lograr la máxima participación de la sociedad civil para que sean sus integrantes quienes reclamen un derecho que les es inherente. Para ello se ha diseñado una campaña informativa en varias fases utilizando distintos materiales y soportes de difusión.

Bajo el lema, #TúTambién, presentado con las características de un hastag para la red social Twitter, se han celebrado en distintas capitales andaluzas reuniones con asociaciones y colectivos ciudadanos para informar sobre los objetivos que se pretenden conseguir y recoger las aportaciones de cada organización con una dinámica participativa y de reflexión para generar debate. Las conclusiones de

estos encuentros, que tuvieron lugar durante los meses de mayo y junio de 2013, se recogieron en un documento denominado Declaración de Córdoba, por ser esta la ciudad en la que surgió la iniciativa, que se presentó el 23 de septiembre de 2013 a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía en el transcurso de una reunión mantenida con su responsable, David García Ostos, quien aseguró que el debate de la Ley Audiovisual de Andalucía tendrá lugar en el Parlamento andaluz a lo largo de 2014. Para su elaboración se constituirá una Mesa de Ordenación de Impulso del Sector Audiovisual de Andalucía a la que los representantes del Foro fueron convocados el pasado 16 de diciembre para su constitución, lo que significa un avance importante ya que una de sus demandas era su inclusión en este espacio de negociación.

Mientras se esperaba la conformación de esta mesa, la campaña para la concienciación de la ciudadanía andaluza ha continuado extendiéndose por todas las provincias utilizando distintos soportes, especialmente las radios alternativas o comunitarias a las que se han entregado cuñas gratuitas con el decálogo de exigencias ante la futura Ley Audiovisual que se emiten en Onda Local Andalucía

(perteneciente a la red de Emisoras Municipales de Andalucía-EMA), Onda Color de Málaga, Radio Almaina y Radio Actividad de Granada, Radiópolis y Radio Abierta de Sevilla, Radio El Pespunte de Osuna (Sevilla), Radio Libre Écija (Sevilla), Radio Marinaleda (Marinaleda, Sevilla), Hispanidad Radio (Huelva), Gossam FM (Minas de Ríotinto, Huelva), Radio Mazagón (Moguer, Huelva), Radio Disc y Uniradio de Huelva, UniRadio de Jaén, Alcalá Dial (Alcalá del Valle, Cádiz), Radio Alcalá la Real (Jaén), Radio El Palmar (Vejer de la Frontera, Cádiz) y Frontera Radio (Jerez, Cádiz).

Simultáneamente, los integrantes del Foro han llevado a cabo acciones en la calle en las que han participado representantes de medios de comunicación a los que los ciudadanos han tenido la oportunidad de preguntar su funcionamiento, el diseño de las parrillas de programación y a los que han hecho llegar sus propuestas para una comunicación participativa e inclusiva. Estas acciones se han completado con una recogida de firmas a través de la red en la Plataforma Oígame ([www.oiga.me/es/campaigns/por-una-comunicacion-participativa-e-independiente-al-servicio-de-la-sociedad](http://www.oiga.me/es/campaigns/por-una-comunicacion-participativa-e-independiente-al-servicio-de-la-sociedad)).

## 5. Conclusiones

La iniciativa del Foro Andaluz de Comunicación ha evidenciado la preocupación de los colectivos ciudadanos más concienciados ante un panorama de medios de comunicación que no aborda los verdaderos problemas de la ciudadanía. Éstos se alejan cada vez más de la realidad social de un país con una aguda crisis económica en el que las informaciones del poder han copado los informativos de radio y televisión y una parte importante de las parrillas de programación. Aunque se trata de una experiencia en construcción cuya evolución habrá que observar, se evidencia cierta capacidad de organización de la sociedad civil andaluza para reclamar, no sólo un derecho a la información que les es inherente sino su participación en la redacción de la futura Ley Audiovisual Andaluza lo que constituye una novedad. La extensión del territorio andaluz, con ocho provincias situadas en un espacio geográfico muy amplio, y un gran número de colectivos ciudadanos

obligará a sus responsables a trabajar en red y muy coordinadamente para obtener resultados positivos. La campaña de divulgación desarrollada durante los meses de septiembre y octubre, con actividades en la vía pública en las que han implicado a los medios de comunicación, los talleres formativos y los debates entre sus miembros se presenta como una herramienta acertada para hacer públicas sus propuestas aunque el número de organizaciones implicadas, hasta el momento, podría considerarse discreto si se tiene en cuenta la población de la comunidad autónoma y su tejido asociativo. Los integrantes del Foro Andaluz de Comunicación fueron convocados el pasado 16 de diciembre a la primera reunión de la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en Andalucía para su constitución lo que puede suponer ya un avance significativo.

## Referencias

- Aznar, H. (2005) Comunicación responsable. La autorregulación de los medios. Barcelona: Ariel S.A.
- Aznar, H. (2002) Televisión, telebasura y audiencia: condiciones para la elección libre. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 48. Recuperado el 18/12/2013.  
[www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4807aznar2.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4807aznar2.htm)
- Barranquero, Alejandro & Sáez Baeza, Chiara (2010) Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. Congreso Internacional AE-IC Málaga Comunicación y desarrollo en la era digital.
- Bernardo, J.M; Pellisser, N. & Vicent, C. (2010) Lógica Económica y Política de Comunicación. Una aproximación crítica a la LGCA. Mercado y políticas de cultura y comunicación en la convergencia global. Ramón Zallo y Ángel Badillo (eds.) Actas del 3er Congreso Nacional de ULEPICC España, Universidad de Salamanca. Recuperado el 23/11/2013  
[www.ulepicc.es/web/documentos/ActasULEPICC2010.pdf](http://www.ulepicc.es/web/documentos/ActasULEPICC2010.pdf)
- Chaparro, Manuel (2012) Medios de comunicación y democracia. Lecciones desde América Latina. En *Commons, Revista de comunicación y Ciudadanía Digital número 1*, pp 15-32. Recuperado el 19/11/2013  
<http://reuredc.uca.es/index.php/cayp/article/view/398>
- Dowbor, L.(2005) Información para la ciudadanía y el desarrollo sustentable. En *Nueva Sociedad*, nº 196 (marzo-abril), pp. 125-144. Recuperado el 18/12/2013.  
[www.nuso.org/upload/articulos/3253\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3253_1.pdf)
- *El Observador* [en línea]. Málaga, Airon Sesenta S. L., 20 de noviembre de 2011. Recuperado el 27/11/2013.  
<http://www.revistaelobservador.com/opinion/35-me-quieren-oir>
- Errejón, Íñigo. (2011) El 15-M como discurso contrahegemónico. En *Encrucijadas Revista Crítica de Ciencias Sociales n°2*, pp. 120-145. Recuperado el 18/11/2013  
[www.encrucijadas.org/2011/12/errejon-n2.html](http://www.encrucijadas.org/2011/12/errejon-n2.html)
- Foro Andaluz de Comunicación, [www.comunicacionyciudadania.org](http://www.comunicacionyciudadania.org)
- García de Madariaga, José María (2006) Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes. En *Zer Revista de Estudios de Comunicación n° 21*, pp 203-217. Recuperado el 20/11/2013  
<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-12-garcia.pdf>
- Gumucio, Alfonso (2004) El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. En *Investigación y desarrollo, vol. 12, n° 1*, pp 2-23. Recuperado el 20/11/2013  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101>
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003) *The elements of journalism*. London: Guardian
- Martín Núñez, Marta & Montero Sierra, Alicia (2005) La manipulación en los medios de comunicación. Tratamiento informativo del 11M. X Jornades de Foment de la Investigació. Universitat Jaume I Recuperado el 18/11/2013  
<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi10/publ/3.pdf>
- McBride, S. et al (1980) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Recuperado el 20/11/2013  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
- Plataforma Oígame. [www.oiga.me/es/campaigns/por-una-comunicacion-participativa-e-independiente-al-servicio-de-la-sociedad](http://www.oiga.me/es/campaigns/por-una-comunicacion-participativa-e-independiente-al-servicio-de-la-sociedad)
- Propuesta Legislativa Futura Ley de Comunicación Audiovisual Andalucía. [www.comunicacionyciudadania.org/sites/default/files/PropuestaLegislativaFuturaLeyComAudiovisualAndaluza.pdf](http://www.comunicacionyciudadania.org/sites/default/files/PropuestaLegislativaFuturaLeyComAudiovisualAndaluza.pdf)
- Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía (BOJA número 246, de 22 de diciembre de 2006), modificado por

Decreto 135/2012, de 22 de mayo (Boja número 113, de 11 de junio de 2012. [www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/1209/decreto\\_219.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/normativa/pdf/1209/decreto_219.pdf)

- Servaes, J. & Malikhao, P. (2005) Participatory communication: the new paradigm? En *Media and Global Change: Rethinking Communication for Development* (pp. 91-103). Buenos Aires, Argentina: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado el 18/12/2013 <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/coediciones/20100824064944/09Chapter5.pdf>
- Serrano, Pascual (2011). “¿Quién impide hoy el libre acceso a la información? Comunicación: avances y desafíos en la lucha por el libre acceso a la información”. Mar de Plata (Argentina). IV Congreso Iberoamericano de Cultura. Recuperado el 18/11/2013 <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=137345>
- Zallo, R. (2010) La política de comunicación audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, páginas 14 -29. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el 18 de diciembre de 2013. [www.revistalatinacs.org/10/art/880\\_UPV/02\\_Zallo.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html)
- Vizcarra, Fernando. (2005). Opinión pública, medios y globalización. Un retorno a los conceptos. En: *Culturales*, Universidad Autónoma de Baja California, México, 1 (1), 57-73.

## Forma de Citación

PRIETO SÁNCHEZ, Cristina: El Foro Andaluz De Comunicación como caso de empoderamiento ciudadano ante la futura ley audiovisual de ámbito autonómico. *Revista Communication Papers*, Nº 3, páginas 22 a 37 . Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de Girona. Recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2\_\_\_\_ de: <http://www.communicationpapers.es>