



foroandaluz

educacióncomunicaciónciudadanía

**DOCUMENTO DE MEDIDAS DEL FORO ANDALUZ DE
EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA
PROPUESTAS PARA EL PLAN DE ORDENACIÓN E
IMPULSO DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE
ANDALUCÍA**

Marzo 2014

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, la igualdad de género, la multiculturalidad 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 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, ofreciendo equidad en el acceso tanto a las antiguas como a las nuevas formas de organización social de la ciudadanía.

MEDIDAS PARA EL IMPULSO

1.- Incorporación de una representación social civil y del tercer sector en los órganos de control de la RTVA. Al menos debería haber una persona representando a cada uno de estos sectores: sindicatos, universidades, las entidades sociales que promueven la educación en comunicación, las que agrupan a consumidores, mujeres, minorías y diversidad funcional, entre otros.

2.- Incorporación de una representación social en los órganos de control de las emisoras municipales (televisión y radio) existentes en la demarcación del medio de comunicación. Al menos debería haber una persona representando a cada uno de estos sectores: sindicatos, universidades, las entidades sociales que promueven la educación en comunicación, las que agrupan a consumidores, mujeres, minorías y diversidad funcional, entre otros.

3.- Regulación del derecho de acceso a RTVA, tal y como establece la Ley General de Comunicación Audiovisual, la Constitución Española y la disposición adicional quinta del Reglamento de Organización y Funcionamiento del Consejo de Administración de la RTVA, así como en los puntos 5-8 y 14 del Contrato Programa de la RTVA.

Esta regulación debe consistir:

- La RTVA deberá promocionar el derecho de acceso a través de una campaña institucional que será retransmitida por todos sus medios (radios, televisión e Internet) al menos dos veces al año (enero y junio). En la portada de la web de la RTVA deberá publicarse un banner anunciando dicho derecho con todos los pasos claros para solicitarlo.

- La RTVA tendrá a disposición de las organizaciones que lo soliciten un equipo profesional para la realización de contenidos informativos. Serán los profesionales de la casa quienes produzcan y elaboren sus piezas, siempre con el acompañamiento de los/as representantes de los colectivos. Además, las organizaciones podrán elaborar los contenidos por sus propios medios o subcontratándolos siempre que cumplan los criterios de calidad del medio de comunicación.

- Las entidades a las que se reconozca el derecho de acceso en los medios públicos podrán proponer preguntas a los periodistas que asistan a cualquier rueda de prensa o participar ellas mismas en estos eventos.

- La RTVA deberá difundir a las organizaciones sociales las ruedas de prensa institucionales (visitas de presidentes de otras comunidades autónomas, países, o consejerías) para que puedan también proponer a los periodistas que cubran el acto con preguntas pertinentes.

-La RTVA deberá garantizar, como mínimo, 10 horas semanales en horario no residual en televisión distribuidas en distintos formatos. El horario debe garantizar el contacto con la audiencia. Mínimo 10 horas en Canal Sur Radio y en RAI (Radio Andalucía Información):

- Como fuentes informativas en cualquier espacio informativo y en magazines informativos y de entretenimiento, o considerados como servicio públicos
- Contar con un programa específico sobre la realidad social andaluza.

-Sobre las emisoras municipales, se establecen los mismos requisitos que para la RTVA, a excepción de la reserva de horas semanales.

4.- El libro de estilo de la RTVA incorpora la visión transversal del derecho de acceso.

5.- Elaboración de una guía de asociaciones de diversa índole con datos actualizados para que sea utilizado como fuentes de información. Esta guía debe actualizarse periódicamente y debe estar colgada en la página web de la Consejería de Presidencia, como un anexo a la Agenda de la Comunicación. Esta guía debe difundirse periódicamente por parte de la Administración Pública a todos los medios de comunicación andaluces.

6.- Rendición de cuentas y transparencia: la RTVA y los medios municipales deberán publicar un informe anual donde se dé cuenta de las organizaciones y entidades sociales que han ejercido su derecho de acceso, así como las horas utilizadas, horario y

formatos y géneros. Este informe deberá difundirse en las páginas web de cada medio y/o entidad local.

7.- Apoyo activo a los proyectos comunicativos comunitarios, entendiendo dicho apoyo como una implicación en la financiación y dotación de los medios de producción necesarios para la puesta en marcha y desarrollo de los medios de difusión promovidos desde las entidades sin ánimo de lucro. En definitiva, las instituciones deben promover el ejercicio de los derechos fundamentales a la transmisión de información veraz y a la libertad de expresión y entender éstos como una necesidad social, participando de forma activa en la configuración del tejido comunicativo gestionado por el III sector andaluz.

8.- Creación de una entidad autonómica que asesore a las entidades del Tercer Sector que pongan en marcha proyectos comunicativos, con el fin de que dichos proyectos cuenten con la calidad necesaria y reduzcan las dificultades técnicas y tecnológicas que implican su puesta en marcha y desarrollo.

9.- Elaboración de planes de formación continua para que las personas integrantes de las entidades del Tercer Sector que se encuentren implicadas en proyectos comunicativos puedan adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para su gestión y desarrollo. La formación continua de estas personas redundará en una mayor calidad técnica y de los contenidos que produzcan estas entidades.

10.- Reaprovechamiento de los medios de producción para la comunicación social que se encuentran actualmente en desuso; en especial, los que se encuentran bajo la gestión directa de los municipios, promoviendo y garantizando la participación de las entidades sin ánimo de lucro de estas localidades en la gestión de dichos medios, facilitando así su utilización.

11. Las organizaciones sociales tendrán derechos a hacer preguntas en las ruedas de prensa donde se traten temas de su ámbito.

La Ley Audiovisual Andaluza, de acuerdo con la Directiva Europea 2010/13/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.

Buckingham (2005: 21), uno de los investigadores principales en el mundo de esta temática, afirma que “la educación mediática es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación; la alfabetización mediática es el resultado: el conocimiento y las destrezas que las personas adquieren”, e igualmente opina que “la alfabetización mediática se propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa”. Según él, esto capacitará a la ciudadanía “para que como consumidora de los medios esté en condiciones de interpretar y valorar con criterio sus productos; al mismo tiempo les capacita para convertirse en productora de medios por derecho propio”.

En el Informe sobre Alfabetización en Medios del Parlamento Europeo en 2008 se señala que “la educación mediática es esencial para lograr un alto nivel de alfabetización mediática, que es una parte importante de la educación política que ayuda a las personas a fortalecer su comportamiento como ciudadanos activos y la conciencia de sus derechos y deberes; que, además, los ciudadanos bien informados y políticamente maduros constituyen la base de una sociedad pluralista, y considerando que mediante la elaboración de contenidos y productos mediáticos propios se adquieren capacidades que hacen posible una comprensión más profunda de los principios y valores de contenidos mediáticos elaborados profesionalmente”.

El Informe del Parlamento además señala que “la alfabetización mediática implica poseer las capacidades para utilizar de forma autónoma los distintos medios de comunicación, para comprender y valorar críticamente los diversos aspectos de dichos medios y sus contenidos, así como para comunicarse incluso en contextos variados y crear y difundir contenidos en los medios de comunicación; constata que, dada la multiplicidad de fuentes disponibles, lo esencial es la capacidad de filtrar certeramente y ordenar la información obtenida a partir del torrente de datos e imágenes de los nuevos medios de comunicación” (Parlamento Europeo, 2008).

MEDIDAS PARA EL IMPULSO

Se trabajaría en coherencia con la Consejería de Educación.

1.- Solicitar a la Consejería de Educación que diseñe y elabore un plan de educomunicación para que los centros educativos lo desarrollen e implementen de forma curricular. Planteamos que este plan debe ser elaborado de manera participada por otros agentes sociales como AMPAS, Consejería de Innovación, profesionales de la educación y comunicación, medios públicos y comunitarios, entre otros.

2.- Modificar la Orden de 6 de junio de 2013 por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para la mejora de la alfabetización mediática para la promoción de la lectura de la prensa en Andalucía (BOJA, N°114, de 13 de junio) con las siguientes incorporaciones:

-Añadir la línea de formación continua al profesorado (para niveles de Primaria, ESO, Bachillerato, Educación Adulta y Formación Profesional).

-Mantener acciones en el ámbito formal, no formal e informal.

-Modificar los plazos para la ejecución correcta del proyecto y adecuarse al calendario escolar. Por ejemplo, si la Orden resuelve en mayo o junio, dar la oportunidad de ejecutar el proyecto durante el curso escolar completo (septiembre a junio).

-Objeto de la convocatoria: no solo hablamos de lectura crítica de la prensa, sino de incrementar las competencias mediáticas de la ciudadanía, desde el enfoque del ejercicio del derecho a la información y a la comunicación.

-Líneas de actuación de la convocatoria:

1. Prensa escrita
2. Ámbito audiovisual (televisión y/o radio)
3. Internet
4. Todas las anteriores (transmedia).

-Dentro de las valoraciones, se puntuarán aquellas iniciativas que promuevan:

a) El ejercicio del derecho a la comunicación (generación de resultados comunicativos: cuñas radiofónicas, artículos, audiovisuales, o cualquier iniciativa comunicativa).

b) La coeducación mediática: análisis de estereotipos y roles de género, micromachismos, violencia, empoderamiento de las mujeres, brecha digital, entre otros.

3.- Creación de un banco de recursos online en la página web del Consejo Audiovisual

de Andalucía o en el Portal Audiovisual Andaluz (propuesto en los objetivos específicos de la MOISA) donde puedan consultarse todos los recursos existentes y buenas prácticas educomunicativas andaluzas. Este banco de recursos debe estar actualizado por un/a técnico/a responsable y debe difundirse para su conocimiento y repercusión. Se propone crear un banner o un recurso de funcionalidad análoga para que cualquier entidad lo cuelgue en su página web y lo difunda. La licencia que regule los derechos sobre estos contenidos será compartida, limitada a un uso no comercial y citando siempre como fuente la autoría del material y que ha sido extraído de este banco de recursos.

4- Creación de un programa formativo continuo sobre alfabetización mediática, dirigido a personas profesionales de la educación y comunicación. Una convocatoria de subvenciones específicas promoverá el desarrollo de proyectos con esta finalidad por parte de las entidades sociales. Se pondrá a disposición de los agentes sociales el material, equipos audiovisuales y todo tipo de recursos audiovisuales públicos en desuso existentes, como en la Universidad, entidades locales, medios de comunicación públicos, institutos de educación secundaria, etc. Para ello, se difundirá la disponibilidad de estos recursos desde las páginas web de estas entidades públicas.

5- Dedicar un presupuesto para una campaña institucional mediática y anual para educar y sensibilizar en el derecho a la información y a la comunicación como pilar de la democracia. Para el diseño de la campaña se creará un concurso al que podrán acceder medios de comunicación, colectivos sociales, entidades sin ánimo de lucro, grupos de investigación. Tanto en la creación de las bases del concurso como en la composición del jurado se contará con la participación equitativa de todos los actores públicos, privados y del tercer sector.

6- Las televisiones públicas deben incorporar contenidos de entretenimiento e informativos sobre alfabetización mediática en sus parrillas en horario no residual. Así se aprovecharán materiales existentes elaborados por entidades sociales o universidades.

7- Promover una campaña informativa institucional para difundir el Observatorio de la Publicidad no sexista del Instituto Andaluz de la Mujer, así como el resto de mecanismos de defensa de la audiencia públicos, privados y del tercer sector. Las páginas web de los medios de comunicación públicos deben incorporar un banner con enlaces a estos mecanismos. Esta campaña debe incorporar los resultados obtenidos (denuncias, programas o anuncios eliminados por denuncias, etc).

8- Incentivar la investigación en materia de evaluación de las competencias mediáticas de la ciudadanía.

- Conceder becas a investigadores a través de una convocatoria pública en dos ámbitos diferenciados: investigaciones en curso y aquellas que se vayan a iniciar. Se establecerá una puntuación adicional para aquellas investigaciones que incluyan género, diversidad funcional y minorías.

- Otorgar un premio de investigación.

- Creación de un órgano público específico encargado del apoyo a la creación de los medios comunitarios en Andalucía.
- La Junta elaborará y publicará en su web un estudio sobre la disponibilidad real del espectro radioeléctrico en FM. Dicho informe incluirá la fecha en la que caducarán todas las licencias y concesiones de emisoras de gestión indirecta.