

LA EDUCACIÓN DE LOS CIUDADANOS ALIADA A LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS: EL PAPEL DE LOS CONSEJOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA COMO PROMOTORES DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

Ricardo Carniel Bugs

ricardo.carniel@uab.cat

Universitat Autònoma de Barcelona

Periodista y Personal Investigador en Formación del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació

Resumen

Aunque generalmente son reconocidos por sus potestades para fiscalizar y sancionar a los operadores de medios audiovisuales, muchos Organismos Reguladores trabajan también para fomentar las buenas prácticas en el sector y promover junto a la ciudadanía las capacidades relativas a la alfabetización mediática. Es el caso de los Consejos Audiovisuales de tres Comunidades Autónomas españolas - Andalucía, Cataluña y Navarra -, que son el objeto de estudio de la presente comunicación. La revisión de sus marcos legales y de sus Informes Anuales nos permite verificar qué tareas relacionadas con la alfabetización mediática tienen asignadas y en qué medida son cumplidas. El estudio analiza también la recién aprobada Ley General de Comunicación Audiovisual, que incluye la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), para observar si el texto contempla la alfabetización mediática en el marco estatal español y el papel del futuro CEMA.

Palabras-clave: regulación, audiovisual, alfabetización mediática, consejos audiovisuales.

Abstract

In spite of being generally recognized by their powers in order to supervise and punish the broadcasters, many Regulatory Bodies also work to incentive good practices within the sector and to promote, together with citizens, the abilities related to media literacy. This is the case of the Audiovisual Councils of three Spanish Autonomous Regions – Andalusia, Catalonia and Navarra -, which are the aim of this paper. The review of their legal frameworks and their annual reports allow us to verify which tasks related to media literacy are assigned to them, and to what extent they are fulfilled. Furthermore, we will also analyse the Spanish Audiovisual Communication Act, which includes the creation of the State Council of Audiovisual Media, to observe if the law provides media literacy for the Spanish framework and the future role of the State Council.

Keywords: regulation, broadcasting, media literacy, audiovisual councils.

1. Introducción

Cuando, en el año 2003, Reino Unido reformó su marco legal para el campo de la comunicación a través de la nueva *Communications Act*, la autoridad reguladora tuvo asignado un amplio conjunto de funciones. La entonces recién creada *Office of Communications* (Ofcom), fue definitivamente puesta en marcha como un ente independiente, con poderes para regular las telecomunicaciones y la radiodifusión. Un organismo pensado para afrontar el proceso de convergencia tecnológica, a través de una

intervención particular, tal y como exige el sector audiovisual. Además de las tareas específicas de la regulación, la sección 11 de dicha Ley atribuyó formalmente a la Ofcom el deber de promover la alfabetización mediática entre los británicos. Así se recoge del texto:

“Será deber de Ofcom tomar medidas y celebrar los acuerdos que considere para lograr o fomentar a que otros logren: 1. una mejor comprensión pública de la naturaleza y de las características de los contenidos divulgados por los medios de comunicación electrónicos; 2. un mejor conocimiento y comprensión de los procesos por los que dicho material es seleccionado y publicado por tales medios; 3. el desarrollo de una mayor conciencia pública de los sistemas disponibles por los cuales el acceso a los contenidos de los medios electrónicos es o puede ser regulado; 4. el desarrollo de una mayor conciencia pública sobre los sistemas disponibles por los cuales las personas pueden controlar el material que se recibe; 5. fomentar el desarrollo y uso de tecnologías y sistemas que permitan regular el acceso a dicho material, facilitar el control sobre qué material se recibe, de manera fácil y eficiente.” (OPSI, 2003: 12)¹.

En los últimos seis años la Ofcom desarrolló un amplio plan estratégico de alfabetización mediática, cuyos resultados pueden ser observados en diferentes documentos publicados por el ente regulador, además de realizar una constante monitorización de los índices pertinentes en el Reino Unido. El caso británico es un ejemplo de lo que se ocupa este estudio², la regulación de los medios aliada a la alfabetización mediática de los ciudadanos.

La función de regular un mercado conlleva, de por sí, el nivel de complejidad que presenta cada sector. Para responder a las necesidades de determinados ámbitos socio-económicos, la regulación debe reunir un conjunto más o menos diversificado de tareas y poderes, para hacer frente a las posibles dificultades. En este sentido, un sector tan particular como es el audiovisual necesita una regulación diferenciada, según indican varios expertos³, como Tornos Mas (1999):

“...un nuevo tipo de intervención de la Administración sobre un sector sensible, en el que confluyen poderosos intereses que inciden sobre derechos fundamentales, valores y principios constitucionales. Los intereses políticos en su control o dirección, el derecho constitucional a la libre información, con sus propios límites como la protección de sectores débiles, y los intereses en imponer determinados contenidos que se definen como de interés general, forman un complejo nudo de relaciones que requieren una intervención singular” (TORNOS MAS, 1999: 19).

Esta “intervención singular” presenta, actualmente, muchas variantes. La tradición política y el marco jurídico de cada contexto hacen que encontremos, en el mismo continente europeo, una gran diversidad de organismos reguladores, formas de actuación, ámbitos de competencia, etc. (EPRA, 2007 y OSI, 2005). Pero todos, o casi todos, son reconocidos por los mecanismos que disponen para establecer normas, inspeccionar, supervisar, fiscalizar y, cuando resulta necesario, sancionar a los operadores audiovisuales. Es el principal compromiso de dichos entes reguladores: velar por el cumplimiento de las normas y el consecuente buen funcionamiento del sector.

¹ Disponible en http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/pdf/ukpga_20030021_en.pdf/ Texto original en inglés, traducido al castellano por el autor del estudio.

² Con el apoyo de la Universitat Autònoma de Barcelona.

³ Por ejemplo, Carreras (2000), García Castillejo (2006), Machet (2007) y otros.

Sin embargo, tal y como se afirma anteriormente, el audiovisual exige una regulación más compleja que, además de fiscalizar y punir, también promueva las buenas prácticas, como los códigos de autorregulación, y el desarrollo del sector. Así, para que se ejerza una efectiva regulación con vistas al desarrollo del audiovisual, entendemos que es fundamental que las autoridades competentes no actúen tan sólo frente a los medios de comunicación, sino que involucren también al público de estos medios. Que la ciudadanía abandone la posición pasiva de receptora de contenidos y pase a ser considerada un actor del sector comunicativo. En este sentido, nos remitimos a la Directiva europea de Servicios de Medios Audiovisuales (DSMA) que recoge:

“La alfabetización mediática abarca las habilidades, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permiten a los consumidores utilizar con eficacia y seguridad los medios. Las personas competentes en el uso de los medios podrán elegir con conocimiento de causa, entender la naturaleza de los contenidos y los servicios, aprovechar toda la gama de oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de la comunicación y proteger mejor a sus familias y a sí mismas frente a los contenidos dañinos u ofensivos” (DOUE, 2007:31)⁴.

Al día de la entrada en vigor de la DSMA, la Comisión de las Comunidades Europeas hizo pública una Comunicación⁵ titulada “Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital”, en la que define la alfabetización mediática como “la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar con sentido crítico diversos aspectos de los mismos y de sus contenidos, así como de establecer formas de comunicación en diversos contextos” (CCE, 2007: 4). La definición se aplica a los diferentes medios de comunicación electrónicos y las tecnologías digitales, un aspecto fundamental, según la Comisión, para una ciudadanía activa en la Sociedad de la Información.

Sin embargo, si el objetivo de la alfabetización mediática es dotar al público de autonomía crítica, ¿qué papel pueden desempeñar los entes reguladores que, tradicionalmente, presentan un carácter protector e interventor? La respuesta está en la combinación, en la complementación. El ciudadano, como individuo autónomo y capacitado, es el objeto de la alfabetización mediática, pero ésta, de acuerdo con Pérez Tornero (2003) no elimina la necesidad de los marcos reguladores, sino más bien se enriquece de las políticas de carácter protector:

“De hecho, la educación en medios se ve favorecida por la consolidación de los principios en que se suelen amparar estas políticas de protección y de regulación. Es frecuente, que tales políticas pongan el acento en asegurar, en la práctica, los derechos del individuo ante los *media* y en tutelarlos mediante legislaciones que ofrezcan garantías concretas. Con su actitud vigilante de los derechos y de la protección de los elementos vulnerables, acaban suscitando debates, conceptos e ideas que contribuyen a la toma de conciencia sobre los problemas mediáticos en general y favorecen la educación en medios” (PÉREZ TORNERO, 2003: 9)

La aproximación entre regulación y alfabetización mediática se respalda también a partir

⁴ Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea L332, de 18 de diciembre de 2007 (p.27-45).

⁵ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones, COM (2007) 833 final, de 20 de diciembre.

de debates en las esferas supranacionales, como la plataforma europea que congrega a las autoridades de regulación (European Platform of Regulatory Authorities, EPRA). En la reunión de Letonia, en 2008, uno de los ejes de discusión fue la implicación de los entes reguladores en dicho proceso de educación de la ciudadanía. Se constató que la mayoría de las autoridades de regulación se centra en los aspectos “proteccionistas” de la alfabetización mediática, mientras que unas pocas, como la británica Ofcom, apuestan por las acciones basadas en incentivos y la producción creativa, es decir, “el desarrollo del conocimiento y la comprensión crítica de los medios de comunicación, la formación de competencias y la promoción de la capacidad de creación y producción mediáticas”⁶. Las autoridades también reconocieron que el papel de los reguladores debe evolucionar, a consecuencia de un consumidor cada vez más activo y que asume su responsabilidad a la hora de elegir los contenidos audiovisuales. Así, se propuso que la EPRA recogiera entre sus miembros las iniciativas y proyectos relativos a la alfabetización mediática, la cual se entiende como un conjunto de medidas preventivas, en base al supuesto de que la regulación por sí sola no puede resolver todos los problemas que plantea la comunicación audiovisual⁷.

Del mismo modo, la alfabetización mediática paralela a la regulación recibe la atención de la Unión Europea. La misma Comunicación de la Comisión, en la que anteriormente encontramos la referencia conceptual de alfabetización mediática, ya en 2007 invitaba a los Estados miembros a “animar a las autoridades encargadas de reglamentar las comunicaciones audiovisuales y electrónicas a participar con más intensidad y colaborar en la mejora de los diversos niveles de alfabetización mediática” (CCE, 2007: 9). Dos años después, de esta vez en una Recomendación, la Comisión volvió a abordar la alfabetización mediática, y destacó la importancia de la cooperación entre los Estados y sus autoridades reguladoras para desarrollar los diferentes aspectos que se detallaron en el documento⁸. El Parlamento Europeo también se pronunció sobre la materia, a través de una Resolución⁹ que recoge un conjunto de fundamentos, entre ellas:

“Pide a las autoridades responsables de la regulación audiovisual y de las comunicaciones electrónicas que colaboren en los distintos niveles para mejorar la alfabetización mediática; reconoce la especial necesidad de desarrollar a nivel nacional tanto códigos de conducta como iniciativas de reglamentación común; pone de relieve la necesidad de que todas las partes interesadas participen en la promoción del estudio sistemático y el análisis periódico de las diversas facetas y dimensiones de la alfabetización mediática” (PE, 2008: 4).

A partir de los principios compilados hasta ahora, nuestro estudio se centra en el ámbito español. Uno de los objetivos es analizar qué dice la reciente Ley General de Comunicación Audiovisual sobre la alfabetización mediática, y si el texto deriva tareas específicas sobre la materia al futuro Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA). Considerando, no obstante, que dicho organismo aún tardará en ser creado, nos proponemos empezar nuestra observación a partir de los casos de tres Comunidades Autónomas españolas, en donde existen organismos reguladores independientes de

⁶ <http://www.epra.org/content/english/index2.html/> acceso abril 1, 2010.

⁷ http://www.epra.org/content/english/press/papers/literacy_final.pdf/ acceso febrero 10, 2010.

⁸ Recomendación C(2009) 6464 final, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente, de 20 de agosto.

⁹ Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de diciembre de 2008, sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital.

reconocida trayectoria y prestigio¹⁰. Son los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Cataluña y Navarra, sobre los que verificaremos las tareas asignadas y las actividades relacionadas con la alfabetización mediática, a partir de sus marcos normativos (leyes pertinentes y estatutos de funcionamiento) y de los documentos por los cuales dichos organismos hacen la prestación de cuentas pública de su trabajo (informes y/o memorias anuales).

Es importante, entre tanto, hacer una precisión de carácter teórico-metodológico antes de pasar al análisis de los casos. Se puede afirmar que muchas de las tareas de regulación están vinculadas con la alfabetización mediática, aunque no se encuentren formalmente bajo este “paraguas”. Sin embargo, para los fines prácticos de este estudio, consideraremos únicamente las funciones relacionadas a través de referencias expresas o literales a la alfabetización mediática, así como las actividades que se consideren directamente vinculadas con este ámbito. A continuación, analizaremos los casos seleccionados por orden de creación de los organismos reguladores.

2. Cataluña

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) surgió en 1996, inicialmente como un órgano consultivo del Gobierno autonómico. Cuatro años después, a través de una ley específica, el CAC empezaba a adquirir otro estatus. El cambio jurídico le confería personalidad jurídica propia y una serie de mecanismos que permitieron al Consell erigirse como la autoridad competente para regular el audiovisual catalán, con independencia respecto al poder público y al mercado.

En el marco legal del CAC, en el que se incluye, además de las leyes pertinentes¹¹, su Estatuto Orgánico y de Funcionamiento¹², no se encuentra ninguna mención expresa a la alfabetización mediática, ni tampoco ninguna función directamente relacionada con la misma. Al contrario, la reforma jurídica que la Generalitat de Catalunya realizó en 2005 y que originó la nueva *Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya*¹³, deriva, en su Artículo 88, a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual la tarea de contribuir a la alfabetización audiovisual “básica” de los ciudadanos. Más adelante, en el Artículo 111, el texto atribuye al Gobierno la competencia para “*Adoptar les mesures necessàries per a afavorir l'ensenyament de les matèries relacionades amb el món audiovisual en el sistema educatiu*”. La tercera y última referencia se encuentra en el Artículo 124, sobre el fomento de la cultura audiovisual:

“El Govern de la Generalitat ha de fomentar una cultura audiovisual de qualitat mitjançant les mesures següents: a) Afavorir l'ensenyament dels mitjans audiovisuals en el sistema educatiu, facilitant els recursos i els arxius audiovisuals amb drets propis als centres educatius; b) Incentivar la recerca, el desenvolupament i la innovació tecnològica i artística” (DOGC, 2006: 102-103).

¹⁰ Para el desarrollo inicial y la trayectoria de los organismos en cuestión, véase Carniel Bugs (2008).

¹¹ Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Texto consolidado de acuerdo con las modificaciones introducidas por la Ley 31/2002, de 30 de diciembre, de medidas fiscales y administrativas, la Ley 3/2004, de 28 de junio, de segunda modificación de la Ley 2/2000, de 4 de mayo y la Llei 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya.

¹² Estatut orgànic i de funcionament del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, aprobado el 28 de febrero de 2001. DOGC 3377, 27 de abril de 2001 (p. 6093-6099)

¹³ Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, publicada al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya 4543, de 3 de enero de 2006, (p. 84-106). Texto consolidado de acuerdo con las modificaciones introducidas por la Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales.

En la normativa reguladora del CAC no se observa ninguna referencia explícita a la alfabetización mediática, lo que no le otorga al Consell ninguna función expresa en este ámbito. Sin embargo, desde un primer momento el organismo regulador parece apostar por la asociación entre regulación y educación. Ya en 2001, el CAC propuso la creación del *Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual*, que reúne a representantes de asociaciones, organismos, universidades, sindicatos y colegios profesionales. De este grupo de trabajo empiezan a surgir destacadas iniciativas. Al año siguiente se publica una guía destinada al público en general, que recoge los derechos de los usuarios de medios audiovisuales. El objetivo central era divulgar las normas de defensa de estos derechos y dar a conocer los mecanismos disponibles para las reclamaciones, con énfasis en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA). Una segunda publicación con un conjunto de recomendaciones fue dirigida a los profesionales de la comunicación, así como a los padres y madres y responsables educativos: “*Les propostes apel·len a la responsabilitat ètica dels agents que produeixen, emeten o reben continguts televisius perquè tinguin especial cura en els valors i contravalors que transmeten*” (CAC, 2003b: 43). En este mismo período el CAC empezó a fomentar el conocimiento de las tecnologías digitales, de cara al reto del apagón analógico, a través de comparecencias públicas, debates o jornadas como la Semana Digital¹⁴. Del mismo modo que el grupo de usuarios, se creó el *Fòrum de la Televisió Digital Terrestre*. Esta tónica se mantuvo en el trabajo del Consell en los años siguientes, durante todo el proceso de despliegue de la TDT en Cataluña.

En 2003, el CAC empieza a acercarse a la comunidad escolar. A través del *Fòrum d'usuaris*, distribuyó en 300 centros escolares más de 60 mil ejemplares del documento llamado “*Televisió i família*”, un conjunto de recomendaciones. En el mismo año, convocó la primera edición del premio *El CAC a l'escola*, una idea que invitaba a profesores y alumnos a crear proyectos para “fomentar la lectura crítica y creativa del lenguaje audiovisual”. Debido al éxito de la iniciativa, el premio está, a mediados de 2010, en su séptima edición. Cada año se convocan diferentes categorías destinadas a los estudiantes, profesores y centros educativos, en las cuales se premian trabajos sobre la percepción de contenidos, las rutinas profesionales, o incluso la incidencia de la TV en la tarea docente. También durante este año el CAC finalizó el Libro Blanco “*L'educació en l'entorn audiovisual*”, un amplio informe sobre la influencia de dicho entorno en el desarrollo infantil y propuestas de actuación para convertir a los medios audiovisuales en “herramientas educativas”.

Otros 20 mil ejemplares de la guía *Televisió i família* fueron distribuidos en 2004, al mismo tiempo que los diferentes grupos de trabajo elaboraron nuevas versiones y documentos ampliados con orientaciones, por ejemplo, sobre la señalización obligatoria de los programas televisivos, la discriminación de personas o la participación en concursos de TV. Otro grupo se dedicó a la elaboración del texto *L'educació en comunicació audiovisual*, que aborda el audiovisual “tanto como materia de estudio como recurso para la enseñanza”. En este mismo año, el CAC organizó una jornada precedida de una consulta pública sobre la “telebasura”, en la que manifestaba su preocupación por el aumento de espacios dedicados a este tipo de programación en la TV.

A partir del año 2005, la relación entre educación y medios audiovisuales cobra más protagonismo en el trabajo del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Lo demuestra la Memoria Anual de actividades que, por primera vez, incluye un apartado específico dedicado a “*Televisió i Educació*”. En este período, se presentó el “*Programa d'Educació en Comunicació Audiovisual*”, una iniciativa del gobierno autonómico con la colaboración

¹⁴ Fira de Barcelona, mayo de 2002.

del CAC. El programa de innovación educativa reúne los fundamentos de la alfabetización mediática, es decir, desarrollar entre los estudiantes las capacidades necesarias para dominar los sistemas de acceso a la información, saber leer e interpretar los mensajes audiovisuales y analizarlos de manera crítica (CAC, 2006b: 52). Paralelamente, el CAC presentó un nuevo material didáctico, “*Com veure la TV?*”, dirigido al profesorado. Todos los centros de primaria y secundaria recibieron el manual, y los profesores participaron de una jornada de formación.

La competencia en comunicación audiovisual también fue el tema de otra jornada promovida por el CAC, en la que expertos de varios países debatieron qué conocimientos o habilidades determinan si las personas pueden ser consideradas competentes en este ámbito, con el objetivo de elaborar un documento sobre estos criterios. A través del *Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual*, el CAC aumentó la distribución de materiales – como la guía de orientaciones a las familias sobre señalización de programas televisivos de la que fueron repartidos más de 200 mil ejemplares – y elaboró nuevos documentos, como la lista de consideraciones sobre la “telebasura” o una guía didáctica de actividades para debate, creada en colaboración con el Departament d'Educació, con material audiovisual. Aún durante el transcurso de 2005, el CAC se sumó como colaborador al *Pacte de la Comunicació per a l'Educació*, promovido por el Ayuntamiento de Barcelona, con la intención de incrementar el compromiso de los medios de comunicación como agentes educativos y promover códigos de autorregulación en materias como la protección infantil.

En la Memoria de Actividades de 2006, acompañando la evolución de los conceptos utilizados, el CAC habla por primera vez de la alfabetización mediática con relación a sus funciones reguladoras:

“Més enllà de la funció de control o supervisió dels continguts, el CAC té un interès especial a promoure tot allò que pugui contribuir a posar en marxa l'alfabetització mediàtica, incidint en conseqüència en l'àmbit de l'educació, tant per la via de convocar premis perquè l'escola eduqui en l'audiovisual, com per la d'incentivar la recerca dirigida a establir les línies i maneres de dur a terme l'educació en el llenguatge audiovisual” (CAC, 2007b: 6).

En este sentido, el CAC editó un número de su publicación periódica, “*Quaderns del CAC*”, dedicado exclusivamente a este tema. El monográfico reunió artículos de expertos que trataron sobre los diferentes aspectos que relacionan la educación y la comunicación audiovisual, desde el concepto de competencias, propuestas de indicadores e iniciativas.

Este mismo año el Consell mantuvo todas las actividades que ya se venían realizando, las jornadas de formación “*Com veure la TV?*”, los premios a los proyectos escolares, la distribución de los materiales como la guía “*Televisió i família*” que – debido a diversas solicitudes – fue traducida al castellano para ser distribuida también fuera de Cataluña. En este período, se realizó también la revisión, actualización y una nueva campaña de divulgación de la Carta de Derechos de los usuarios de la comunicación audiovisual. Además, en una sesión plenaria el Consell aprobó el “*Manifest per l'educació en comunicació audiovisual i multimèdia*”, documento que expone:

“... durant els darrers anys l'ensenyament de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) s'ha centrat sovint de manera prioritària en l'aprenentatge del funcionament dels ordinadors i dels seus programes, i que no s'ha tingut prou en compte que aquest ensenyament ha d'anar íntimament lligat a les pràctiques de lectura dels missatges que es difonen a través de les diverses pantalles i el

foment de la producció comunicativa com a mitjà per desenvolupar la creativitat i l'autonomia crítica" (CAC, 2007:72).

Del mismo modo, en 2007 la Memoria de actividades del CAC reserva un apartado para *"Educació en Comunicació Audiovisual"*, en el que se relata la continuidad de las iniciativas ya mencionadas, que a mediados de 2010 siguen en activo. Además de las Memorias Anuales, que prestan cuentas de las actividades del CAC, creemos pertinente destacar también otro documento, los *"Informes sobre l'Audiovisual a Catalunya"*, publicados anualmente en una edición especial de los "Quaderns", que presentan un diagnóstico bastante completo del panorama audiovisual en la comunidad catalana, en el que también se observan posibles indicadores de la alfabetización mediática, como las iniciativas de los medios o programas que potencian el uso de la comunicación audiovisual¹⁵.

Coincidiendo con el período de redacción de este artículo, el CAC anuncia en su página Web la organización de la 1ª Semana de la Educación en Comunicación Audiovisual en la Era Digital, prevista para finales de abril de 2010. Están previstos más de 100 talleres para los estudiantes de diferentes poblaciones catalanas, además de sesiones formativas destinadas a los profesores. Según publica el Consell, el evento parte del convencimiento de que:

"(...) formar una ciutadania crítica, culta i activa en la seva relació amb les pantalles i els llenguatges audiovisuals té una importància vital en un món on l'aparició de noves formes de comunicació digital ha transformat radicalment el panorama mediàtic i les noves formes d'accedir al coneixement."¹⁶

3. Navarra

El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) fue, dentro del Estado español, el primer organismo regulador del audiovisual en nacer con el estatus de independiente. En 2001, poco después de que Cataluña convirtiera su órgano consultivo en organismo independiente, la Comunidad Foral de Navarra creó su ente regulador. Igual que el Consejo catalán, no se observa en la normativa del CoAN¹⁷ ninguna función directamente relacionada con la alfabetización mediática. Del mismo modo, el Estatuto Orgánico y de Funcionamiento¹⁸ de la autoridad navarra tampoco hace ninguna mención expresa a dicho ámbito.

Pasado el primer año de vida del organismo, en el que se estructura la principal vía de comunicación con la ciudadanía – la Oficina de Defensa de la Audiencia –, en 2003 el

¹⁵ Disponibles en línea: <http://www.cac.cat/quaderns>

¹⁶ <http://www.cac.cat/web/semana/index.jsp?MTAw&MQ%3D%3D&L3dlYi9zZW1hbmEvaW5kZXhDb250ZW50>, acceso marzo 29, 2010.

¹⁷ Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra. BON nº 86, de 16 de julio de 2001. Esta ley ha sido modificada por: la Ley Foral 17/2002, de 6 de junio, y por la Ley Foral 3/2005, de 7 de marzo, de modificación de la Ley Foral 2/1985, de 4 de marzo, de creación y regulación del Consejo Asesor de Radiotelevisión Española en Navarra, de la Ley Foral 4/2000, de 3 de julio, del Defensor del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra y de la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio.

¹⁸ Acuerdo del Consejo Audiovisual de Navarra por el que se aprueba el Estatuto Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Navarra, publicado en el BON nº 72, de 9 de junio de 2003.

Informe Anual del CoAN indica el acercamiento entre el Consejo y la sociedad civil. Después de reunirse con la Asociación de Usuarios de Medios de Comunicación Plaza del Castillo, el CoAN manifiesta su apoyo y publicita el decálogo “Veo la tele con cabeza”, elaborado por la Asociación, con el fin de “educar, promover y despertar en los niños una actitud crítica y reflexiva frente a la influencia de la televisión en el entorno familiar” (COAN, 2004: 38). El Informe del CoAN presenta también una lista de objetivos para el período siguiente, entre los cuales se encuentra:

“...a raíz del protocolo de autorregulación que se firmará durante 2004 con varios departamentos del Gobierno de Navarra y los medios de comunicación audiovisuales forales, el Consejo Audiovisual de Navarra pretende realizar diversas acciones a favor de la protección de los menores frente a los contenidos de la programación y publicidad, la educación de los mismos para un uso responsable y crítico de los medios de comunicación, y la concienciación y participación de los padres, profesores, alumnos y medios en esta importante tarea” (COAN, 2004: 41).

El propósito se ha cumplido en 2004, con la firma del Protocolo de Autorregulación. Pese a que el documento tenía como objetivo central la adecuación de contenidos para la protección de los menores, el Consejo navarro presentó la iniciativa vinculada a elementos educativos y de integración entre la comunidad escolar, las familias y los medios. En el mismo período, el CoAN organizó las jornadas “La educación en el entorno audiovisual”, un espacio de reflexión sobre la influencia de la programación televisiva en la educación de jóvenes y niños, que partió del Libro Blanco publicado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, anteriormente mencionado. Una vez más, al fijarse metas para el año siguiente, el CoAN destaca el “Impulso de un Plan de Alfabetización Audiovisual para fomentar el conocimiento y el buen uso del medio televisivo por parte de las familias” (COAN, 2005: 48).

Las primeras iniciativas del Plan se observan en 2005, cuando el CoAN y diversas entidades firman un convenio para celebrar las jornadas de sensibilización “Aprender a ver la tele en familia”. La primera reunión contó con la presencia de 150 personas, entre padres y profesores, que recibieron formación a partir del documento “Aprender a ver la televisión”. En el mismo período, el Consejo promovió la protección del derecho a la propia imagen en los medios de comunicación, a través de una jornada de debates y la distribución de un documento sobre la materia.

El trabajo junto a las familias cobra fuerza y, a partir de 2006, el CoAN, el Gobierno foral y los medios de comunicación impulsan la Campaña “Familia, Televisión y otras Pantallas”, una versión ampliada de las jornadas. En este período fueron ofrecidas 30 sesiones formativas a colectivos de padres, asociaciones y entidades varias. Para orientar a las familias en el uso adecuado de los medios, se elaboraron diversos materiales y recursos metodológicos como guías informativas y fichas de trabajo. Además de ampliar la campaña de alfabetización para las familias, en 2007 el CoAN divulgó la “Guía del usuario de medios audiovisuales”, documento informativo sobre los derechos de los usuarios.

En 2008, las nuevas tecnologías centran gran parte de la atención del CoAN en lo que se refiere a la alfabetización mediática. A partir del estudio “La Generación Interactiva frente a un nuevo escenario de comunicación. Retos sociales y educativos”, el Consejo saca una nueva publicación para, además de evidenciar la relación de los menores con dichas tecnologías:

“...incidir en la necesaria mediación familiar, escolar e institucional

ante ese nuevo panorama. (...) el fenómeno de las nuevas tecnologías tiene, indudablemente, aspectos positivos, pero emergen también cuestiones conflictivas que demandan la participación activa de los padres y docentes. Y, en este sentido, se incide en que el sobreuso puede llevar a la adicción, al aislamiento del entorno familiar y social, o a la pérdida de valor y competencia en la comunicación en el mundo offline; por ello, en este escenario, proteger al menor se convierte, cada vez más, en sinónimo de educarle” (COAN, 2009: 28).

Las pautas para proteger al menor de estos peligros fueron explicadas por expertos en la Jornada “Influencias de la nuevas tecnologías en las familias”. En el mismo sentido, este año la Campaña de sensibilización cambia de nombre, pasándose a llamar “Familia y Pantallas Audiovisuales”, pero conserva el mismo objetivo final de ofrecer formación para la alfabetización mediática de las familias navarras. Además de las actividades existentes en las anteriores ediciones, la Campaña pasó a realizar un taller dirigido a padres y madres de adolescentes, con enfoque en el uso responsable de las nuevas tecnologías. Hasta finales de 2009, la Campaña “Familia y Pantallas Audiovisuales” ha reunido más de 1.800 padres y madres en el casi centenar de talleres ofrecidos a lo largo de sus ediciones.

Además, así como el organismo catalán, el Consejo Audiovisual de Navarra también estuvo involucrado en el proceso de implantación de la TDT en la Comunidad Foral, enfatizando las iniciativas de promoción entre la población. En 2009, por ejemplo, fueron publicadas las guías “Como no perderse con la TDT” y “Las seis claves para entender la TDT de pago”¹⁹. Más tarde, proyectos como el Barómetro Audiovisual de Navarra destacan la tarea de diagnosticar los múltiples aspectos de la comunicación audiovisual en el territorio, como por ejemplo los niveles de utilización de las nuevas tecnologías.

Los documentos de planificación del CoAN indican que iniciativas como éstas deben seguir recibiendo el impulso del Consejo. En su Plan Estratégico 2009-2011, el capítulo IV habla de “Proteger la correcta relación entre los ciudadanos y los medios audiovisuales navarros”, utilizando diversas estrategias, entre ellas “Desarrollar programas de alfabetización audiovisual” (COAN, 2009: 76).

Recientemente, a principios de 2010, el CoAN anunció el primer código de corregulación audiovisual de España²⁰, firmado entre el Consejo y las televisiones regionales. Aunque sea un documento que busca, básicamente, mejorar la calidad de la programación televisiva, destacamos la iniciativa porque dicho texto dedica el segundo de sus diez apartados a la “Alfabetización Mediática”. El apartado atribuye a la realidad “multipantalla” de la oferta audiovisual la necesidad de superar “la mera vigilancia y protección” y apostar por la capacitación de los usuarios como personas competentes frente a la oferta mediática. En este sentido, el Código CoAN acuerda con los operadores de TV que:

- 2.1. Las televisiones regionales colaborarán con el CoAN y el resto de Administraciones implicadas en desarrollar labores de educación audiovisual, especialmente en lo que respecta a la formación de padres y madres sobre las oportunidades y riesgos que entrañan las pantallas audiovisuales;
- 2.2. Del mismo modo, el CoAN y los operadores televisivos navarros se comprometen a impulsar actividades dirigidas a otros segmentos de población necesitados de educación audiovisual, como son los

¹⁹ <http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/actualidad/> (acceso enero, 2010).

²⁰ Código de corregulación para la calidad de los contenidos audiovisuales en Navarra 2010 (“Código CoAN”): <http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/documents/codigo%20CoAN%202010.pdf>

mayores de edad o, en definitiva, cualquier ciudadano que lo demande.

2.3. Al menos una vez al año, las televisiones se comprometen a dedicar un programa presente en sus parrillas de programas a la educación audiovisual” (COAN, 2010: 7).

4. Andalucía

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) es el más joven entre los organismos reguladores de ámbito autonómico en España. Su Ley de creación es de finales de 2004²¹, pero en la práctica el Consejo aún tardó hasta octubre del año siguiente para empezar a funcionar, a partir de la toma de posesión de los primeros consejeros elegidos por el Parlamento de Andalucía. Otro año más fue necesario para que, finalmente, en diciembre de 2006 se aprobara el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento²² del CAA. Ambos textos, en la línea de las leyes catalana y navarra, no encargan al ente regulador ninguna tarea expresamente relacionada con la alfabetización mediática.

En el mismo 2006, el CAA fue uno de los organizadores de la Jornada de Trabajo “Consejos Audiovisuales de Europa: Garantía de Derechos y Libertades”, con la participación de diversos organismos reguladores europeos. Las conclusiones del encuentro incluían la “Necesidad de una adecuada educación (alfabetización mediática) de la ciudadanía -especialmente de los más jóvenes- a fin de impulsar la libertad y capacidad de defensa de sus derechos como usuarios del sistema audiovisual”²³. En 2007, el entonces presidente del CAA pronunció en una conferencia el compromiso de los entes reguladores con el desarrollo de la alfabetización mediática. En la práctica, entre tanto, la observación de los informes de actividades del Consejo andaluz nos indica algunos aspectos a observar.

La vía de comunicación con el público también fue en Andalucía una de las primeras preocupaciones del ente regulador, por lo que se puso en marcha la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) y las campañas de divulgación y sensibilización de espectadores y radioyentes. Del mismo modo, el CAA empezó a trabajar en la elaboración y promoción de códigos de autorregulación y recomendaciones. En este aspecto, se destacan los estudios sobre la publicidad de juguetes, que aunque estaban dirigidos a los medios, también indican orientaciones a los padres de los niños que son el público de dicha publicidad. La violencia en el deporte fue otro de los temas abordados por el Consejo andaluz en este tipo de actuaciones.

En el mismo sentido, el CAA desarrolló un elemento que responde a la misión de diagnosticar diversos aspectos del sector audiovisual en la comunidad andaluza, a través de los Barómetros. El Barómetro de Infancia y Televisión de Andalucía y el Barómetro Audiovisual de Andalucía presentan informaciones relevantes sobre el “estado de la cuestión”, algunas de las cuales directamente relacionadas con los niveles de

²¹ Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. BOJA número 254, del 30 de Diciembre.

²² Decreto 219/2006, de 19 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía.

²³ Declaración Final de la Jornada de Trabajo “Consejos Audiovisuales de Europa: Garantía de Derechos y Libertades”, convocada por los Consejos Audiovisuales de Andalucía, Cataluña y Navarra. Sevilla, 1 de junio de 2006.

http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencms/export/sites/caa/Galerias/declaraciones/CAA_Declaracion_final_Jornada1.pdf (acceso marzo 15, 2010).

alfabetización mediática de una sociedad. Del documento de 2008, recogemos el ejemplo:

“Según los datos obtenidos del Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía, las personas entrevistadas parecen implicarse seriamente en la educación televisiva de los menores a su cargo: padres y madres andaluces se muestran dialogantes cuando el menor está viendo algo adecuado para su edad y casi la mitad de los entrevistados dice conversar con su hijo o hija sobre los contenidos que ve en televisión 'siempre o casi siempre' - 44% de los casos - o 'a veces' (36%). Sólo una sexta parte admite que no lo hace 'nunca'. Los 16 años se sitúan como la edad media hasta que los tutores encuestados creen que se debe controlar los contenidos que ven los menores a su cargo” (CAC, 2009c: 131).

El Barómetro de 2009, a su vez, presenta datos relacionadas al dominio de las nuevas tecnologías como, por ejemplo:

“El 51.6% de la población andaluza es usuaria de los formatos de información y entretenimiento que ofrecen las nuevas tecnologías (archivos de juegos, programas y música en Internet, en reproductores MP3/ MP4, telefonía móvil, etc.). Por el contrario, un 47.9% todavía no es usuario de este tipo de formatos” (CAA, 2009a: 157).

En este panorama no se puede desconsiderar la llegada de la Televisión Digital Terrestre y su progresiva implementación en la comunidad andaluza, datos que también estuvieron reflejados en los Barómetros publicados por el CAA. Además de participar en los procesos relativos a la TDT, el Consejo organizó también un ciclo de conferencias relacionadas con este nuevo modelo de televisión, en base a las experiencias de países como Italia o Francia.

De este modo, estas actividades pueden ser vinculadas al ámbito de conocimiento y fomento de la alfabetización mediática. Sin embargo, en las actuaciones del CAA no se encuentran acciones específicas comparables a las iniciativas de los Consejos Audiovisuales de Cataluña y Navarra. No obstante, el ente regulador andaluz vislumbra nuevos proyectos en este ámbito. Prueba de ello es que, aprovechando su presidencia de turno de la Red de Instituciones Reguladoras del Mediterráneo (RIRM), celebrará el próximo mes de junio una seminario sobre Alfabetización Mediática, en el que los diferentes organismos reguladores de los países de la cuenca mediterránea presentarán las iniciativas que llevan a cabo en este ámbito, promoviendo el intercambio de experiencias y el desarrollo de programas comunes.

5. España

Una de las principales reivindicaciones de los Consejos Audiovisuales antes mencionados, de expertos en la materia y, principalmente, de los espectadores españoles, es la creación de un organismo regulador independiente de ámbito estatal. Hasta la actualidad, España es un caso anómalo, el único país de la Unión Europea que no cuenta con un organismo para regular el sector audiovisual con autonomía respecto al poder político y al mercado. Después de años de divergencias políticas que impidieron el consenso en torno a más de diez propuestas diferentes, la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual, aprobada hace menos de dos meses²⁴, por fin contempla la

²⁴ Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, publicada en el BOE Núm. 79, de 1 de abril de 2010 (p. 30157- 30209).

creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA). Aunque podríamos dedicar una serie de críticas al modelo de Consejo propuesto, nos detendremos en el aspecto particular que nos atañe en el presente estudio, para observar qué dice la Ley sobre la alfabetización mediática.

De modo general, la ley española tan sólo menciona la alfabetización mediática como parte del artículo dedicado a una comunicación audiovisual transparente, en el cual determina que “Los poderes públicos y los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deben contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos” (BOE, 2010: 30169).

Posteriormente, en el apartado sobre el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, la Ley encarga dos funciones relacionadas directamente con la alfabetización mediática al futuro regulador. La primera determina que el CEMA deberá “velar por la promoción de la alfabetización mediática en el ámbito audiovisual con la finalidad de fomentar la adquisición de la máxima competencia mediática por parte de la ciudadanía” (BOE, 2010: 30190). En el tramo siguiente, la tarea asignada es:

“Elaborar un informe anual sobre el nivel de alfabetización mediática, siguiendo los indicadores de medición utilizados por la Comisión Europea u otros indicadores que el propio Consejo Estatal de Medios Audiovisuales pueda considerar de interés” (BOE, 2010: 30191).

Considerando que dicha ley representa la transposición de la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales, el texto español no parece otorgar a la alfabetización mediática un papel protagonista en las políticas audiovisuales. Si bien es cierto que, por primera vez, la ley menciona expresamente la obligación del poder público y de los medios de contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos, habrá que esperar el desarrollo de una normativa específica para saber en qué medida el Gobierno central, el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales y los operadores de servicios audiovisuales se implicarán en esta tarea.

6. Conclusiones

La revisión de los textos legales vigentes en las tres Comunidades Autónomas consideradas y la observación de las actuaciones de sus respectivos organismos reguladores, sumadas a los fundamentos que conforman nuestra base teórica, nos permiten construir algunas reflexiones sobre el papel de los Consejos Audiovisuales en la promoción de la alfabetización mediática:

- Aunque ninguno de los tres Consejos Audiovisuales que existen en el territorio español tenga asignadas funciones o tareas expresamente vinculadas a la alfabetización mediática, todos los tres dedican parte de su trabajo a dicho ámbito de actuación, amparados por la normativa europea, que llama los entes reguladores a colaborar en la promoción de las capacidades relativas a los medios de comunicación audiovisual.

- Los Consejos Audiovisuales de Cataluña, Navarra y Andalucía desarrollan, en mayor o menor medida, iniciativas que contribuyen a la alfabetización mediática del público de su ámbito de competencia. Dichos organismos reguladores representan tres diferentes niveles de actuación, con especial énfasis al Consejo catalán que, en colaboración con el Gobierno autonómico, con otras entidades o por cuenta propia, presenta el mayor número de acciones que pueden ser directamente relacionadas con la alfabetización mediática, desde la simple visibilización de elementos vinculados al tema hasta el desarrollo directo

de acciones junto a la comunidad. El ente regulador de Navarra también presenta relevantes experiencias en el campo de la alfabetización mediática, entre las que se puede destacar su constante búsqueda por obtener el compromiso de los operadores audiovisuales con las iniciativas del Consejo. El hecho de que el regulador andaluz presente un conjunto más incipiente de actuaciones directamente relacionadas con la alfabetización mediática se justifica, en parte, por su trayectoria más reciente que los dos anteriores. Aún así, el diagnóstico del estado de la cuestión es un paso importante para emprender medidas concretas en cada realidad.

- En los tres casos analizados, la mayoría de las acciones emprendidas está vinculada a la protección de la infancia y juventud. Las recomendaciones a los padres, las actividades junto a las familias y en las escuelas o el énfasis dado a estos aspectos en los estudios evidencian esta apuesta de los Consejos Audiovisuales por priorizar las nuevas generaciones. Un público muy vulnerable en la actualidad, pero que a partir de las acciones adecuadas puede desarrollar las capacidades necesarias para vivir en un mundo digital.

- Los tres Consejos Audiovisuales coinciden en una de sus primeras actuaciones, establecer una línea directa de comunicación con el público, en este caso a través de las Oficinas de Defensa de la Audiencia. Iniciativas que no sólo ofrecen al ciudadano la vía para quejarse, pero principalmente buscan sensibilizar a las personas sobre sus derechos como consumidores de medios audiovisuales. Además de facilitar la comunicación, merecen destaque las acciones de los entes reguladores cuando apoyan proyectos creados por la comunidad - como la cooperación entre el Consejo navarro y la Asociación de Usuarios de Medios - y, especialmente, las iniciativas que permiten la participación directa de la sociedad civil en espacios consultivos del organismo regulador - como el *Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual* creado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

- En el ámbito estatal, es innegable el avance que supone la inclusión del deber, por parte del poder público y de los operadores audiovisuales, de contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos. Sin embargo, la efectiva promoción de la alfabetización mediática en España dependerá del desarrollo normativo que se haga - o no - a partir de la Ley General de Comunicación Audiovisual. La tarea asignada al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de velar por este objetivo puede convertirse en una de sus principales funciones, aunque la configuración inicial otorgada al futuro organismo regulador (adscrito al Gobierno) casi no deja opciones a una perspectiva muy alentadora.

A modo de conclusión final, creemos que en las autonomías analizadas los Consejos Audiovisuales lograron consolidarse en el papel de autoridad independiente para regular los medios, lo que les otorga una posición de referencia para actuar también para la educación de la ciudadanía. Considerando que la ley estatal española habla del deber del poder público y de los operadores audiovisuales de fomentar la alfabetización mediática, entendemos que los organismos reguladores independientes, autonómicos y estatales, se postulan como los agentes idóneos para fiscalizar el cumplimiento de este deber y fomentar la regulación del sector audiovisual aliada a la alfabetización mediática.

Referencias bibliográficas

BOLETÍN OFICIAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2004). «Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía». BOJA, 254, Sevilla, 30 de diciembre, p. 29740-29744.

BOLETÍN OFICIAL DE NAVARRA (2001). «Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra», en BON nº 86, de 16 de julio, p. 5532-5539, Pamplona.

_____ (2003). «Acuerdo del Consejo Audiovisual de Navarra por el que se aprueba el Estatuto Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Navarra», en BON nº 72, de 9 de junio, p. 5708-5711, Pamplona.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (2010). «Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual», en BOE nº 79, de 1 de abril, p. 30157-30209, Madrid.

CARNIEL BUGS, R. (2008). «Las actuaciones de los organismos independientes de regulación del audiovisual: los casos de España y del Reino Unido (2003 – 2007) ». Trabajo de Investigación, junio, Cerdanyola del Vallès: Universitat Autònoma de Barcelona.

CARRERAS, L. de (2000): «La creación de un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales: naturaleza, composición y competencias», en El régimen jurídico del audiovisual, Barcelona: Generalitat de Catalunya, Institut d'Estudis Autònoms.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2007). «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital». http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/com/es.pdf (acceso febrero, 2010).

_____ (2009). «Recomendación de la Comisión sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente». http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/recom/c_2009_6464_es.pdf (Acceso febrero, 2010).

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (2009a). «Barómetro Audiovisual de Andalucía 2009». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de Andalucía.

_____ (2009b). «Barómetro Audiovisual de Andalucía. Series Temporales 2007, 2008 y 2009». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de Andalucía.

_____ (2009c). «Memoria 3, Informe 2008 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de Andalucía.

_____ (2008). «Memoria 2, Informe 2007 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de Andalucía.

_____ (2007): «Memoria 1, Informe 2006 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de Andalucía.

_____ (2006): «Memoria 0, Informe 2005 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía». Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía, Junta de

Andalucía.

CONSEJO AUDIOVISUAL DE NAVARRA (2010). «Código de Corregulación para la calidad de los contenidos audiovisuales de Navarra 2010 (“Código CoAN”)». <http://www.consejoaudiovisualnavarra.es/documents/codigo%20CoAN%202010.pdf> (acceso marzo 30, 2010).

_____ (2009). «Informe Anual 2008». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2008). «Informe Anual 2007». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2007). «Informe Anual 2006». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2006). «Informe Anual 2005». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2005). «Informe Anual 2004». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2004). «Informe Anual 2003». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2003). «Informe Anual 2002». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

_____ (2002). «Informe Anual 2001». Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra.

CONSELL DE L’AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2008). «Memòria CAC 2007». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2007). «Memòria CAC 2006». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2006). «Memòria CAC 2005». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2005). «Memòria CAC 2004». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2004). «Memòria CAC 2003». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2003). «Memòria CAC 2002». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

_____ (2002): «Memòria CAC 2001». Barcelona: Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya.

DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2006). «Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya», en Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya 4543, de 3 de enero, p. 84-106, Barcelona.

DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA (2007): «Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre, por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de

actividades de radiodifusión televisiva». *Diario Oficial de la Unión Europea* nº L 332, de 18 de diciembre, p. 27-45, Bruselas.

EUROPEAN PLATFORM OF REGULATORY AUTHORITIES (2007): «The Independence of Regulatory Authorities», Information Paper EPRA/2007/02, 25º Encuentro de la EPRA, mayo, Praga.

GARCIA CASTILLEJO, A. (2006). «Una laguna fundamental del sistema democrático. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España». *Telos*, 68, Madrid: Fundación Telefónica, julio-septiembre.

MACHET, E. (2007): «The draft Audiovisual Media Services Directive: future challenges for regulators», Information paper EPRA/2007/09, 26º Encuentro de la EPRA, octubre, Sofía.

OFFICE OF PUBLIC SERVICE INFORMATION (2003). «Communications Act 2003». Londres: Office of Public Service Information.
http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/pdf/ukpga_20030021_en.pdf (acceso enero, 2010).

OPEN SOCIETY INSTITUTE. (2005): «Television across Europe: regulation, policy and independence». EU Monitoring and Advocacy Program Vol. 3 y Summary, Budapest: Open Society Institute.

PARLAMENTO EUROPEO (2008). «Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de diciembre de 2008, sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital (2008/2129(INI))».
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0598&language=ES&ring=A6-2008-0461/> (acceso en marzo 2, 2010).

PÉREZ TORNERO, J.M. (2003). «Educación en medios: perspectivas y estrategias». *Luces en el Laberinto Audiovisual*, Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación, Universidad de Huelva, octubre. Disponible en:
http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Educaci%C3%B3n%20en%20medios_perspectivas%20y%20estrategias.pdf, (acceso febrero, 2010).

TORNOS MAS, J. (1999). «Las autoridades de regulación de lo audiovisual». Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Madrid y Barcelona: Marcial Pons.