



COMUNICAC
Y DIVERSID
VALÈNCIA @ 2

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA



Libro de resúmenes

VII CONGRESO INTERNACIONAL

VII Congreso Internacional de la AE-IC
COMUNICACIÓN Y DIVERSIDAD
VALENCIA del 28 al 30 de OCTUBRE de 2020

LIBRO DE RESÚMENES



Resúmenes del VII Congreso Internacional de la AE-IC

‘Comunicación y Diversidad’

28 al 30 de octubre de 2020, Valencia, España.

© Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2020

ISBN: 978-84-09-20962-0

Licencia Creative Commons: Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0
Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Edición: octubre de 2020

Título: Resúmenes del VII Congreso Internacional de la AE-IC

Subtítulo: Comunicación y Diversidad.

Autores: VV.AA.

Maquetación: José María Jiménez

Edición: Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), Universidad
Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento CAVP I – AE-IC.
Avda. Complutense s/n. - 28040 Madrid. España

info@ae-ic.org

www.ae-ic.org

321.- Propuesta para una gestión transparente en medios audiovisuales: el caso de las corporaciones de radio públicas de proximidad en Andalucía

Carmen del Rocío Monedero Morales. Universidad de Málaga. España

Francisco Marcos Martín Martín. Universidad de Málaga. España

Silvia Olmedo Salar. Universidad de Málaga. España

La investigación que aquí se presenta tiene como principal objetivo proponer una serie de principios a incluir en la legislación en materia de transparencia, concretamente en aquella relativa a la gestión de los medios de comunicación sociales, tanto de titularidad pública como para los de titularidad privada. Aunque la Ley 19/2013 de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, sigue la tendencia de la mayoría de los países europeos en identificar a organismos del poder ejecutivo como los responsables de rendir cuentas, la norma no contempla el cumplimiento específico de transparencia en materia de gestión de los medios de comunicación. La hipótesis principal es considerar que, la mayoría de las corporaciones radiofónicas públicas de proximidad en Andalucía realizan su labor de información corporativa dirigida a la ciudadanía de una manera elemental. La metodología empleada para validar la investigación es la revisión y el análisis exhaustivo de la Ley 19/2013 y de su aplicación, así como de leyes equivalentes en otros países de nuestro entorno y de los decretos autonómicos en esta materia a nivel nacional. Además, se ha aplicado, parcialmente, el Índice de Rentabilidad Social (IRSCOM) a las corporaciones de radio públicas de proximidad en Andalucía, en lo referido a transparencia en la gestión. Dicho índice, desarrollado por el grupo COMandalucía, al cual pertenecen los autores del presente estudio, evalúa 32 categorías agrupadas en seis áreas. En materia de gestión, mide la transparencia y cumplimiento de los Estatutos, la gestión y funcionamiento de sus órganos asesores y directivos. Como principal conclusión, destacamos que La ley de Transparencia debería contemplar a los medios y obligarlos a hacer públicas las fuentes de sus ingresos, de manera pormenorizada. Y en el caso de poseer ingresos derivados de contratos con entidades de carácter público (subvenciones o publicidad institucional) se debe indicar el origen de las partidas, la cuantía de la adjudicación y el uso de las mismas. La publicación de esta información se convierte en un elemento diferenciador entre las sociedades democráticas y las sociedades democráticas plenas. Al mismo tiempo, se trata de un ejercicio de empoderamiento mediático ciudadano, pues facilita a la sociedad una información fundamental para desarrollar el pensamiento crítico, el criterio propio y, en consecuencia, para que los medios de comunicación recuperen el nivel de confianza que generan en la ciudadanía.

Palabras clave: radio, transparencia, gestión, regulación