

At'n: M.A. Granados Chapa / Raúl Muñiz

Libro "La Democratización de los medios"  
Editado por la Asoc. de Emisoras Municipales  
de Andalucía, EMA-RTV y  
la Diputación de Sevilla

*"Creemos en una escuela que despierte los sueños de nuestra juventud que cultive la solidaridad, la esperanza y el deseo de aprender, enseñar y transformar el mundo."*

*MSI (Movimiento de los Sin Tierra Brasil)*

Trasladamos acercando irremisiblemente al final de un milenio, al inicio de un nuevo siglo que estará marcado, con seguridad, por los mayores progresos que la ciencia conocerá, fruto de los extraordinarios desarrollos científicos realizados, básicamente, en las últimas décadas. Hemos creado ingenios no tripulados capaces de navegar y explorar el espacio de nuestro sistema solar, estamos a punto de conseguir el mapa genético completo. Descubierta la producción de energías alternativas no contaminantes, procesar millones de datos en segundos con equipos miniaturizados, crear autopistas de información que alcanzan todos los rincones del planeta. Visto así parecería que los seres humanos nos acercamos cada día más a un mundo capaz de ofrecer soluciones para todos y a todo.

## Introducción

Manuel Chaparro Escudero

La balanza, sin embargo, no está ni mucho menos equilibrada. Todo cuanto hacemos parece estar exclusivamente orientado a satisfacer ambiciones de mercado, es decir, a proveer de más riqueza a una minoría privilegiada y acaparadora. Un hecho que, incluso, parece estar socialmente aceptado y relacionado con el propio

destino modificable, sólo, por el azar. Los mensajes propalados por los medios de comunicación, uniformadores de valores cada vez más universales y carentes de cualquier energía vital constructiva, contribuyen a ello.

Todo el beneficio que esta sociedad es capaz de generar sólo sirve, mayoritariamente, para respaldar combinados eurocentristas, posiciones dominantes en los ámbitos culturales y económicos. En definitiva; los aspectos más patéticos de la especie humana, o debiéramos decir, en este caso, del hombre como género nominador.

Antes nos invitó a las imágenes de marcas comerciales, que los asuntos de democracia y las exposiciones públicas en pro de la resolución de los problemas transnacionales que afectan a la humanidad. De esta forma a las empresas y multinacionales manifestaciones en demanda de que por sus acciones, acciones que impulsan a las corporaciones informáticas, empresas de telecomunicaciones de datos de las 625 líneas apoyando, hamburguesas en mano, aglutinados como la de la Fundación Ronald M. Lauder, que se alinea en la búsqueda de sus objetivos, sus fines. La publicidad de la hamburguesa se da un bando de publicidad gratuita y sin límite alguna, pues de sus enormes beneficios recauda fondos de tipo económico invitando a consumir sus productos. Hace un momento de sus intereses generales que han terminado por ser los intereses de la humanidad. Tenemos una nueva forma de hacer el mundo, el nombre del mundo vendiendo hamburguesas, de la hamburguesa, otras formas de refrescos y de la hamburguesería se dedica también a explotar las conciencias y mantenerlas en estado de constante alerta.

La revolución tecnológica que intenta contribuir a solucionar los graves problemas a los que se enfrenta una humanidad cada día con más desigualdad, no es capaz de desequilibrar esta balanza de



manera favorable. Los últimos descubrimientos médicos de impacto en los medios de comunicación han destacado más por los costes para sus potenciales usuarios y los beneficios que rentan a sus descubridores, que por las soluciones que aportaban a los problemas de salud. No solo la desideologización social cuenta como causa principal esta tendencia, también la pérdida o la inexistencia de una conciencia crítica por la sociedad.

En aquel donde los medios de comunicación debieran jugar un papel fundamental y fundamentalmente, los medios audiovisuales, por su mayor impacto y los de mayor difusión es universal. En aquellos donde la democratización de los medios, de los sujetos de comunicación, del espacio radioeléctrico, de los usos que se le da, por ejemplo para el ocio, ha pasado hoy en mero acto de pura ideología, donde se desperdician las sinergias de los lenguajes audiovisuales por la cultura.

Hay que ser conscientes, tanto, que es bueno para las políticas de democratización de los medios, porque el objetivo fundamental del Ministerio de Cultura y Medios de Comunicación, Locales y Autonómicas, de la mejora de la estructura de desarrollo cultural y profesional de la comunicación entre lo local y lo global. En los medios audiovisuales se han producido por la actividad social con una gran variedad de canales donde están presentes las relaciones humanas de relaciones relacionadas con la producción y consumo de los medios, donde la configuración de la agenda diaria se da por una serie de intereses ajenos a los valores que sustentan los grandes movimientos.

El desarrollo de la tecnología presenta, por un lado, todos los requisitos necesarios para la optimización de la digitalización de las comunicaciones, pero por otro lado una mayor presencia de canales de comunicación en la televisión. Pero, por otro lado, se advierte que la concentración del mercado difuso se mantendrá, favoreciendo a los mismos operadores. De esta manera, sin que el

audiovisual español haya resuelto la convivencia entre los medios alternativos sin ánimo de lucro y los comerciales, se pretende dar un salto meramente cuantitativo y cualitativo sólo en sus aspectos técnicos, sin prever el impacto regresivo que la exclusividad de los contenidos comerciales y la creciente monopolización de servicio público puedan tener sobre la sociedad.

El debate acerca de la desmonopolización de los medios audiovisuales está directamente relacionado con la supervivencia de un sistema democrático basado en la libre circulación de la información. En Europa significó un primer paso hacia la democratización de los medios que, a pesar de los límites que se impusieron, permitió el abandono de los modelos monopolísticos imperantes en los medios audiovisuales. Después de ellos, la lucha de poderes se proyecta en los hogares que, además de algunas clases de monopolio del servicio, sólo deben contemplarse a nivel de la producción de programas. La democratización de los medios audiovisuales sigue siendo un proceso largo y complejo. En países que, a pesar de ser democráticos, han mantenido una fuerte tradición audiovisual monopolista, como España, Francia y Alemania, este proceso aún se encuentra en sus comienzos.

Por otra parte, la democratización de los medios audiovisuales no puede ser un fin en sí mismo. El desarrollo de los medios locales es una condición necesaria para la democratización de los medios audiovisuales. La democratización de los medios audiovisuales es un proceso largo y complejo que requiere una participación activa de la sociedad. En España, este proceso comenzó en 1982, con la creación de los primeros medios audiovisuales locales, y se ha desarrollado a lo largo de los últimos cuatro años.

En todos los países, la democratización de los medios audiovisuales es un proceso largo y complejo que requiere una participación activa de la sociedad. En España, este proceso comenzó en 1982, con la creación de los primeros medios audiovisuales locales, y se ha desarrollado a lo largo de los últimos cuatro años. La democratización de los medios audiovisuales es un proceso largo y complejo que requiere una participación activa de la sociedad. En España, este proceso comenzó en 1982, con la creación de los primeros medios audiovisuales locales, y se ha desarrollado a lo largo de los últimos cuatro años.







tribuye a un ejercicio de higiene democrática.

En qué sentido podemos hablar de una sociedad más desarrollada por contar con mayor número de medios audiovisuales, locales, regionales o nacionales, más que con 238 sistemas emisores de televisión existentes en la década o los más de 700 existentes en la década anterior a este país, a sociedades más asentadas y evolucionadas del norte de Europa. Desde luego no en los parámetros en que se hacen estos datos. Por ejemplo, Holanda, donde los requisitos de planificación social y técnica de futuro son imprescindibles para garantizar el acceso a la condición de emisor, donde el operador recibe la licencia por concesión local, presentes en el tiempo, dentro del marco legal y las de difusión actual, es modélico.

En primer lugar, el caso de España. La res-  
ta de la Ley de Radiodifusión, en la Ley de Radiodifusión, Isabelle Mariani, po-  
dría ser el caso de España. La Ley de Radiodifusión, anterior a la in-  
terveniente de la Ley de Radiodifusión, en la Ley de Radiodifusión, un ca-  
sualidad de la Ley de Radiodifusión, de la Ley de Radiodifusión y la debi-  
da a la Ley de Radiodifusión, es simplemente extrapolable a Es-  
paña.

En primer lugar, el caso de España. La Ley de Radiodifusión, en la Ley de Radiodifusión, Isabelle Mariani, po-  
dría ser el caso de España. La Ley de Radiodifusión, anterior a la in-  
terveniente de la Ley de Radiodifusión, en la Ley de Radiodifusión, un ca-  
sualidad de la Ley de Radiodifusión, de la Ley de Radiodifusión y la debi-  
da a la Ley de Radiodifusión, es simplemente extrapolable a Es-  
paña.



nominativas, lo que no ayuda a la transparencia en la propiedad de los medios. Medidas, estas últimas tomadas sin debate previo, ni negociaciones de consenso. El mismo camino de irreflexiones parece conducirnos a próximas regulaciones en torno a la radio y la televisión digital terrestre. Los intereses económicos y el control de la opinión pública han sido, hasta ahora, las razones por encima de criterios de racionalidad y aprovechamiento de recursos en beneficio de la ciudadanía.

Los criterios de racionalidad en la comunicación se ven siempre favoreciendo a los grupos de los grandes grupos multimedia. Acusadamente, como en el caso de Argentina, Uruguay, Paraguay o Brasil, todos ellos, se siguen en amplias proporciones democratizadores, se trata de la cultura de la comunidad. El uso de los medios comunitarios como herramienta de desarrollo y bienestar aportando a la mediación de la cultura y la comunicación. Todo ello, por supuesto, que no se trata de los grupos dominantes que no están interesados en el desarrollo de la cultura más allá del estrato social de la comunicación y operación.

Fue enormemente difícil, en el caso de Argentina, sumido en el caos de la crisis económica, la legislación que, prácticamente en favor de los intereses de los grupos multimedia, recientemente, se ha visto la necesidad de los grupos comunitarios de radio y televisión y sus limitaciones para poderlos considerarlos herramientas de desarrollo y bienestar. fundamentalmente, para la comunicación y la participación y sin perspectivas, por lo que se han visto los grupos dominados. Es gratificante saber que en el caso de Argentina, como en el anterior Congreso, existió una gran preocupación por la participación Posada en torno a las televidencias de la cultura y la comunicación un activismo social de gran calidad y un gran compromiso entre quienes aspiran a dejar de ser la cultura y la comunicación

progreso residir el miedo de quienes ya poseen lo que otros también reclaman en justicia?

Parecen muy utópicos que *a priori* puedan parecer los planteamientos, debates, reflexiones y conclusiones aquí expresadas, fruto del II Congreso de Radios y Televisiones Locales Públicas y Alternativas, exigen de demostrar el grado de aplicaciones prácticas puestas en marcha por estos locales comprometidos con la búsqueda de nuevas identidades culturales en torno a valores de progreso y sus épicas resistencias, con ello se cumplen dos objetivos fundamentales de este foro: agitar las conciencias y promover nuevos diseños comunitarios locales. Las ponencias aquí reunidas son buena muestra de ello.

En este momento aún es parte del legado que nos transmitió el desaparecido Juan José Pineda como él entendieron la importancia del movimiento por el desarrollo social y la democratización de los medios. El homenaje a su memoria era tan obligado como necesario.

Este segundo Congreso conyugando nuevamente, suscitar el interés de responsables y trabajadores de medios locales, de miembros activos de la comunidad universitaria y la sociedad civil, venidos de todos los departamentos autónomos. La satisfacción de una red como UDELV-TV por poder contribuir al clima de debate y a una mayor sensibilización social lleva implícito el compromiso de la difusión y divulgación de las conclusiones del foro. Si el impacto del encuentro es hoy incuestionable, lo escrito en estas páginas goza de la posibilidad de la capacidad de retener el tiempo y la memoria colectiva.

Manuel Chaparro  
Director del Congreso