

BASES PREMIO CÓRDOBA A LA COMUNICACIÓN

CIC Batá en colaboración con el Ayuntamiento de Córdoba convoca el Premio Córdoba a la Comunicación (anteriormente Premio Ciudad de Córdoba a la Comunicación Solidaria¹). El Premio asume en la ciudad de Córdoba y, desde el marco de la Capitalidad Cultural Córdoba 2016, el reto de trabajar para hacer de Córdoba un referente a nivel europeo y mundial en la promoción y defensa del derecho a la comunicación, y por tanto de la defensa de la libertad de expresión, de la manifestación de las expresiones culturales y de los valores democráticos.

1. Contexto

El Premio Córdoba a la Comunicación se apoya y hace suyas declaraciones y acuerdos internacionales relacionados con los derechos fundamentales, el derecho a la comunicación y la diversidad cultural:

1.- Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948). En el Artículo 19 se recoge el valor de la comunicación: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

¹ CIC Batá ha resuelto la cuestión del nombre, reduciéndolo a Premio Córdoba a la Comunicación con el fin de economizar palabras, pero sobre todo con objeto de asentar el concepto comunicativo en su totalidad, sin calificativos ni acotaciones.

2.- **Informe McBride**, encargado a principios de 1980 por la UNESCO.

Este documento revela y denuncia la estructura mundial de las comunicaciones, dominada por los países enriquecidos, encabezada por empresas multinacionales que concentran cada vez más medios y agencias de comunicación, negando el horizonte de “un solo mundo, voces múltiples”.

3.- **Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales (1950)** Artículo 10: “Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas, sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras (...)”.

4.- El Premio hace suyo el objetivo de la **UNESCO nacido de la XXV Convención de la UNESCO**, celebrada en 1989, es decir, “fomentar la libre circulación de la información en el plano nacional e internacional; promover la más amplia y equilibrada difusión de la información sin trabas a la libertad de expresión, y desarrollar todos los medios adecuados para fortalecer las capacidades de comunicación en los países en vías de desarrollo, con el fin de aumentar su participación en el proceso de comunicación”.

5.- **Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Ratificada por España**, dice el punto 12 de su preámbulo: “La libertad de pensamiento, de expresión y de información, así como la diversidad en los medios de comunicación permiten el florecimiento de las expresiones culturales en el seno de las sociedades”. Este importante convenio internacional expresa que la diversidad cultural debe considerarse como “patrimonio común de la humanidad” y su “defensa como un imperativo ético, inseparable del respeto de la dignidad de la persona humana”. El texto

recoge específicamente que ninguna medida destinada a proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales puede atentar contra los derechos humanos y libertades fundamentales “como la libertad de expresión, información y comunicación”.

5.- El **Foro de las Américas (Julio de 2004)**. Asume que la comunicación y los medios son bienes de servicio público e identifica el espectro radioeléctrico como patrimonio de la humanidad.

6.- La **Carta Cultural Iberoamericana**, aprobada en la XVI Cumbre Iberoamericana de Montevideo, responde a los valores del premio porque afronta el reto de conseguir que la cultura y los Derechos Culturales de los pueblos sean un espacio de encuentro, de reconocimiento, de valoración y de pertenencia. Asimismo expresa que los medios de comunicación son escenarios para la creación, y cauces importantes para la difusión y el fomento de la diversidad cultural.

7.- **Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas (2007)**, que en su artículo 16 EXPONE que los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación alguna.

2. Objetivo

El objetivo del Premio es reconocer e impulsar la labor de personas o entidades de ámbitos diversos que contribuyen a través de su dedicación y buen hacer a promover el derecho a la comunicación como un derecho humano más, así

como los valores y principios inherentes a él: la diversidad cultural, la libertad de expresión, etc.

Otro de los propósitos del galardón es premiar la defensa y la promoción de los Derechos Humanos y realzar la democratización de la sociedad a través de la actividad comunicativa. En este sentido, se reconoce el esfuerzo por proyectar pluralidad y diversidad informativa y de opiniones.

Con el Premio se apoya la pluralidad, la diversidad y la descentralización de los medios de comunicación, el trabajo de los medios de comunicación sociales, y la incidencia de las políticas culturales y de cooperación al desarrollo en promover el derecho a la comunicación, posibilitando las nuevas modalidades de comunicación adaptadas a las características sociales y culturales de cada comunidad.

3. Categoría

Se instaura una doble categoría, que se alternará cada año.

1.- Se premiará a una persona que destaca por su labor en pro del derecho a la comunicación a través de su actividad profesional, a través de su compromiso con el derecho a la comunicación y con relación al objetivo general que instaura el Premio Córdoba a la Comunicación, sus valores y sus fundamentos.

2.- Se premiará a una organización o proyecto colectivo relacionado con el derecho a la comunicación, concebido como una exigencia y conquista colectiva y global con relación al objetivo general que instaura el Premio Córdoba a la Comunicación, sus valores y sus fundamentos.

[En la edición del 2009, se premiará a una organización o proyecto colectivo.](#)

4. Aspectos a tener en cuenta en la baremación de los proyectos:

- Trayectoria, recorrido, años de experiencia del proyecto comunicativo.
- Construcción de un trabajo en red a nivel nacional e internacional.
- Carácter interdisciplinar de su metodología de trabajo.
- Incidencia social, política y cultural, a nivel nacional e internacional, en relación con la promoción y desarrollo del derecho a la comunicación en todos sus aspectos.
- Contribución real a cambios y transformaciones sociales.
- Aportación al diálogo intercultural y su incidencia en una efectiva igualdad de género.
- Relación con procesos de innovación política, conformación identitaria, alfabetización tecnológica, movilización social, etc.
- Valor de la innovación y creatividad.
- Aportación a la investigación y al estudio del objetivo del Premio Córdoba a la Comunicación.
- Resultados concretos alcanzados, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

5. Premio

El Premio Córdoba a la Comunicación está dotado con 2.500 euros (impuestos incluidos). Además, en el acto oficial de entrega se regala una pieza de cuero, trabajado en repujado, símbolo de la artesanía tradicional de Córdoba.

6. Jurado

Las personas que forman parte del jurado son personas de reconocido prestigio en el ámbito de la comunicación. El jurado es compuesto por CIC Batá mediante acuerdo con el Ayuntamiento de Córdoba. El Jurado no es fijo y en él se refleja el carácter internacional que tiene el premio y también el ámbito de las instituciones locales de Córdoba.

El jurado 2008-2009 es el siguiente:

Eduardo Álvarez, en representación de CIC Batá

Hilary Sandison, documentalista. Reino Unido

Víctor Marí Sáez, Universidad de Cádiz

Antonio Granadino, representante del Ayuntamiento de Córdoba

Antonio Carlos Zurita, miembro del FAMSI (Fondo Andaluz de Municipios por la Solidaridad)

Belén Torres Vela, periodista de Canal Sur Televisión

Santiago Ausmesquet, Universidad de Sevilla

Francisco Sierra, Universidad de Sevilla

Félix Zurita, Fundación Luciérnaga. Nicaragua

Ariel Ogando, Wayruro Comunicación. Argentina

Víctor Sampedro, Universidad de Salamanca

Agustín García Matilla, Universidad de Valladolid

Rafaela Pereira, AIC. Brasil

Rosa María Alfaro, presidenta y fundadora de la A.C.S Calandria y coordinadora de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación y la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios

Manuel Chaparro, Universidad de Málaga y director de EMARTV

Ana Romero, periodista y representante Sindicato Periodistas de Córdoba

Manuel Fernández, Asociación de la Prensa de Córdoba



BASES PREMIO CÓRDOBA A LA COMUNICACIÓN 2009

Córdoba Solidaria (colectivo social que aglutina asociaciones de Córdoba)
Octavio Salazar, director general de Cultura de la Universidad de Córdoba
Javier Erro, experto en comunicación y PTM-Mundobat

Presentación de candidatos

7.1 Plazo y propuesta de candidaturas.

CIC Batá realizará todos los años una propuesta de candidaturas (organizaciones y proyectos colectivos o personas individuales), según el premio que se otorgue ese año a una entidad o proyecto colectivo, o a una persona física (el Premio se concede de forma alterna cada edición a proyectos colectivos y a personas individuales).

Una vez que el jurado reciba el listado de candidaturas elaborado por la organización del premio, que será el 26 de Enero, se abre un plazo de 20 días naturales para recibir nuevas candidaturas sugeridas por los miembros del jurado, por tanto hasta el 14 de Febrero. Tras ese plazo, se confeccionará la lista definitiva de candidaturas.

7.2 Candidaturas Propuestas por el jurado.

El Jurado tiene la oportunidad de sugerir otras candidaturas, diferentes a las propuestas por la organización del premio, dentro del plazo establecido. Para ello tendrá que facilitar la información y documentación necesaria, justificando y argumentando los motivos y los méritos para ser merecedor del Premio. Esa documentación será fundamental para contribuir a la deliberación final.

7.3 Propuesta de autocandidaturas.

También se abre la posibilidad de presentar autocandidaturas, dentro del plazo establecido de 20 días naturales. Las personas o entidades que presenten su candidatura deberán adjuntar la información requerida en cada edición. La organización del premio difundirá la convocatoria a través de diferentes canales de información.

7.4 Miembros del Jurado de candidatos/as

Si coinciden en una misma persona u organización el ser miembro del jurado y candidato a obtener el premio automáticamente causará baja transitoria como parte del jurado para la edición del Premio en la cual se le propone como aspirante al Premio Córdoba a la Comunicación.

7.5 Información requerida de las candidaturas.

Se solicitará a todas las candidaturas una información suficiente, a modo de guión, para facilitar la deliberación del jurado. La organización del premio facilitará un guión con la información solicitada a las candidaturas. Las candidaturas no serán tenidas en cuenta hasta que toda la información que se solicita esté en poder de la organización del premio, y en todo caso, ésta deberá ser recibida dentro del plazo de los 20 días naturales (hasta el 14 de Febrero).

8- Plazo límite para presentar candidatos

El plazo límite para presentar candidaturas se cerrará el 14 de Febrero. Se deberá remitir a premiocordobacomunicacion@cicbata.org.

El equipo de CIC Batá será el encargado de realizar la selección inicial, atendiendo a los requisitos de las bases.

9. Sistema de votación

El jurado votará las distintas candidaturas, argumentando su voto y con la información que aporta cada candidatura.

La candidatura más votada será la merecedora del PREMIO CÓRDOBA A LA COMUNICACIÓN de ese año.

10. Fecha del acto de entrega del Premio

La aceptación del premio conlleva el compromiso por parte del premiado de asistir al acto para la recogida del mismo en la ciudad de Córdoba y participar en una actividad de sensibilización relacionada con el derecho a la comunicación en la ciudad de Córdoba. Se adecuará la fecha de entrega del Premio Córdoba a la Comunicación a la agenda de la persona u organización premiada y a las posibilidades y necesidades de la organización del Premio.