

MEMORIA 2009

Sumario

1. ¿Quiénes somos? _____
2. Carta del Presidente _____
3. Equipo iCmedia _____
4. Proyectos y actividades _____
5. Las asociaciones _____
6. Colaboración con otras entidades _____
7. Eco en los medios _____

1. ¿Quiénes somos?

- iCmedia
- Nuestra misión
- Nuestra historia
- Datos de interés
- Asociaciones que agrupa

a) iCmedia

iCmedia es la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios. Trabaja con los principales agentes del sector para concretar decisiones y acciones que mejoren la

calidad de los contenidos y contribuyan a crear una sociedad más justa, más libre y más solidaria, atendiendo a la nueva realidad multipantalla.

b) Nuestra misión:

- Colaborar en la mejora de los contenidos de los medios mediante una relación positiva entre productores, emisores y usuarios.
- Representar los intereses de los consumidores y usuarios de los medios.
- Ser un referente de apoyo a las familias, sobre todo en lo que respecta a la oferta para la infancia y la juventud.
- Contribuir al desarrollo de las asociaciones autonómicas y locales.

c) Nuestra historia:

- En el año 1985 comienza la *Asociación de Telespectadores y Radioyentes* (ATR) con sede en Madrid. El mismo año, nace en Barcelona *Telespectadores Asociados de Cataluña* (TAC).
- Un año más tarde, comienzan a implantarse las asociaciones regionales en las diferentes autonomías.
- En 1991, se constituye la *Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes* (FIATYR) y se integra en la *European Alliance of Listeners & Viewers Associations* (EURALVA).
- En 2008 se lanza una nueva imagen de marca -iCmedia-, más acorde con la misión específica de la propia Federación y con la realidad social en la que desarrolla su actividad. Como indica su nombre, iCmedia nació para fomentar Iniciativas para la Calidad de los Medios.

d) Datos de interés:

- Cerca de 100.000 socios
- Cerca de 470 voluntarios
- Más de 130 instituciones educativas inscritas el Proyecto Educativo
- Formada por 17 asociaciones, implantada en 12 Comunidades Autónomas y en 17 ciudades.

- Más de 6.000 artículos en los medios
- Participación en más de 600 programas de radio y televisión
- Casi 20 años otorgando premios a los mejores programas, series y profesionales de los medios
- Cinco años evaluando el desarrollo y la aplicación del Código de Autorregulación
- 35.000 ejemplares de tirada de la revista Contraste Audiovisual

e) Asociaciones que agrupa:

<p><u>Andalucía</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATEA · ATR Andalucía · ATR Jaén <p><u>Aragón</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATRA <p><u>Asturias</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATR Asturias <p><u>Cataluña</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · TAC <p><u>Castilla y León</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATR Salamanca · iCmedia Castilla y León (Valladolid) <p><u>Castilla La Mancha</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATR Castilla La Mancha 	<p><u>Murcia</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ASSUME <p><u>Navarra</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Plaza del Castillo <p><u>País Vasco</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATELEUS <p><u>Comunidad Valenciana</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · Vermás · ATR Comunidad Valenciana <p><u>Portugal</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · AC Media <p>En constitución:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Cantabria · Extremadura
--	--

<p><u>Galicia</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATERGA <p><u>Madrid</u></p> <ul style="list-style-type: none"> · ATR Madrid 	<ul style="list-style-type: none"> · Islas Baleares · Islas Canarias · La Rioja
--	--

2. Carta del Presidente

Un nuevo panorama, la misma misión

En 2009 iCmedia ha conseguido muchos de los propósitos que se había marcado el año anterior. Estamos avanzando poco a poco en nuestro objetivo principal: convertirnos en un referente del escenario mediático para poder ser más útiles a la sociedad.

Este año se ha consolidado el equipo de trabajo, mediante la dedicación a tiempo completo de más personas, y una cadena de voluntariado activa, motivada y eficiente; ha aumentado nuestra presencia en los medios, con una relación cada vez más fluida y participativa, pudiendo emitir nuestra opinión sobre temas de actualidad; ha crecido nuestro reconocimiento en el campo de la comunicación a través de encuentros y reuniones con profesionales para seguir compartiendo ideas y conocimiento, y hemos realizado actividades en conjunto con otras organizaciones, reflejo de que la Federación está presente cada vez más en el día a día del sector.

En 2009 hemos continuado nuestras labores de apoyo a las distintas asociaciones para poder extender el proyecto educativo de iCmedia en todo el territorio nacional. En este sentido, aún tenemos un amplio reto por delante para mejorarlo y continuar impulsándolo, porque constituye una excelente herramienta educativa para los menores. Y más aún ahora, que el tiempo que pasan delante de las pantallas incrementa cada día.

Los logros son **fruto de un trabajo conjunto de las asociaciones y sus miembros**. Por eso quiero agradecer a cada una de esas personas que hacen posible que iCmedia funcione y mejore cada día su esfuerzo y dedicación. Gracias también a los patronos, a los voluntarios, a

las empresas colaboradoras y a todos aquellos que han aportado su granito de arena en un tiempo que económicamente no ha sido fácil.

2010 se presenta lleno de retos. El panorama audiovisual se reestructura. La nueva LGCA viene a ordenar un mercado en el que cada agente tiene que buscar su sitio. Es el año de la TDT, de la implantación de la televisión pública sin publicidad, de la búsqueda de nuevos formatos para conquistar al usuario. **Un año en el que, a pesar de los cambios, la Federación seguirá trabajando para que prime la calidad de los contenidos y no la lucha por las audiencias.** Con motivo del 20 aniversario de la declaración sobre los Derechos de la Infancia, además, insistimos en que cada una de nuestras actividades tiene que seguir estando enfocada a proteger al menor, al más débil, al consumidor más vulnerable.

Queremos que 2010 sea un periodo para aprender, mejorar y ampliar el número de iniciativas y para aumentar el eco y la eficacia de las que ya tenemos. Sois vosotros los que podéis mover a cada uno de vuestros socios, los que –por medio de canales como la web- podéis crear opinión, movilizar y llegar a la sociedad. Y os pedimos que continuéis a nuestro lado, para que con vuestra ayuda, la labor de iCmedia sea posible.

3. Equipo iCmedia

En iCmedia trabajan contratadas a tiempo completo dos personas del ámbito de la Comunicación. Además, sin recibir remuneración alguna, participan unos 25 voluntarios, profesionales de diferentes sectores: Derecho, Economía, Empresa y Finanzas, Periodismo, Publicidad, etc.

Junta Directiva 2009

PERSONAS	CARGO
Iñigo Millán-Astray	Presidente
Nuno Von Amann de Campos	Vicepresidente
Ricardo Vela	Secretario
Antonio Baselga	Tesorero
Candy Martínez	Vocal

Beatriz Gracia Oliván	Vocal
Marta Roel	Vocal
Manuel Fidalgo	Vocal
Miriam Cusí	Vocal
Clara de Corral	Vocal
José Luis Colás	Vocal
Adolfo Momoitio	Vocal

Consejo Asesor

Javier Fernández del Moral. Catedrático de Periodismo Especializado en la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Javier Cremades. Presidente del Despacho Cremades & Calvo Sotelo.

Ignacio Bel. Director de Comunicación del IESE. Profesor Titular de Derecho de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

José Antonio Ruiz San Román. Profesor Titular de Sociología de la Comunicación, Universidad Complutense de Madrid.

Loreto Corredoira. Profesora Titular de Derecho de la Información en la Facultad de Ciencias de la información, Universidad Complutense de Madrid.

Raquel Urquiza. Profesora de Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid y Centro Universitario Villanueva.

Alfonso Sánchez-Tabernero. Vicerrector de Relaciones Internacionales y Catedrático de Empresa Informativa en la Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

Charo Sádaba. Directora del Departamento de Empresa Informativa, e investigadora del proyecto sobre Generaciones Interactivas en la Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

Luis Núñez Ladevéze. Catedrático de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Catedrático y Director del Instituto de Estudios de la Democracia, Universidad CEU San Pablo de Madrid.

4. Proyectos y actividades

Durante el curso 2009, hemos organizado diferentes actividades con el objetivo de seguir fortaleciendo la relación con las asociaciones, fomentando el vínculo con los diferentes agentes del sector e impulsando la protección a la familia y la infancia. A continuación se detallan las más destacadas.

- Jornada iCmedia
- Encuentros iCmedia con profesionales
- Foro iCmedia: “Reinventar la publicidad. Nuevos modos para nuevos medios”
- Premios ATR-iCmedia (XVII Edición)
- Proyecto Educativo
- Sello de calidad
- Boletín mensual
- Nuevos materiales corporativos

a) Jornada iCmedia

La Asamblea General Ordinaria y la Jornada iCmedia se celebraron el 28 de febrero en el Centro Universitario Villanueva.

En su informe, el Presidente explicó los logros y avances conseguidos a lo largo del año y señaló las principales actividades llevadas a cabo. Además, presentó el panorama para el 2009, explicando algunos proyectos como la web de la Federación, las publicaciones, los encuentros con profesionales o el Foro iCmedia.

Tras la aprobación de las cuentas del ejercicio, D. Iñigo Millán-Astray y D. Nuno Von Amann hablaron del papel de iCmedia en Europa (EURALVA y otros proyectos internacionales).

A continuación, tuvo lugar la Jornada iCmedia, en la que D. José Antonio Ruiz San Román, profesor Sociología de la Universidad de Villanueva, impartió una conferencia titulada “Las Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios: reflexiones sobre sus mensajes y estrategias”.

Finalmente, fue el turno de las asociaciones, que pudieron presentar sus principales proyectos y actividades e intercambiar experiencias. Se expusieron proyectos como el Informe de Seguimiento del Código de Autorregulación, el Sello de calidad, el Proyecto Educativo o los Premios que otorgan algunas a los mejores programas y series.

b) Encuentros iCmedia con profesionales

Desde inicios de año, en la Federación decidimos organizar unos desayunos de trabajo con profesionales de la Comunicación. Con estos denominados “Encuentros iCmedia”, la Federación pretende mantener un intercambio de opiniones abierto y positivo con los agentes del sector, que permita mejorar el conocimiento mutuo para generar sinergias y contribuir a mejorar la calidad de los contenidos de los medios, logrando así una mayor protección de la infancia y la familia.

El formato que seguimos es un desayuno (de periodicidad quincenal) que tiene una duración aproximada de hora y 45 minutos en la Cafetería Embassy, (en el Pº de la Castellana, nº12), al que asisten unas 12 personas de la Federación (sobre todo, de la Junta Directiva). La reunión es guiada por un moderador, que presenta iCmedia, introduce al invitado y establece turnos de preguntas.

A continuación detallamos los invitados que participaron a lo largo del año:

-José M^a Irisarri,

Presidente Ejecutivo de VERTICE 360º, filial audiovisual del GRUPO AVANZIT, que integra Videoreport, Notro Films, Manga Films, Telespan y Grupo Telson.

José M^a Irisarri nos habló del mundo audiovisual desde la perspectiva del productor, e iCmedia aprovechó para darse a conocer y trasladarle la importancia de ser responsables en ese primer paso de la creación de contenidos.

-Luis Piedrahita

Guionista de cine y TV. Ha trabajado en programas como "El Club de la Comedia" o "Cruz y raya". Actualmente interviene en "El hormiguero" (Cuatro). Escritor de libros de monólogos, también ha participado en programas de radio y obras de teatro. Escribió y dirigió, junto a Rodrigo Sopeña, el largometraje "La Habitación de Fermat".

-Rodrigo Sopeña

Guionista de cine y TV. Ha trabajado como director en 'La Habitación de Fermat', junto a Piedrahita; en el programa 'Nada por aquí' y en 'Guau'. También es conocido por sus trabajos en programas de humor como 'El Club de la comedia', 'El hormiguero' y 'Cruz y Raya'.

Los guionistas expusieron lo que consideraban "calidad" en los contenidos audiovisuales, y señalaron los ingredientes que requiere un guión para ser comprado por una productora y, a continuación, emitido por una cadena. A su vez, iCmedia aprovechó el encuentro para informales de sus actividades y objetivos, insistiendo en la necesidad de una buena revisión de los guiones sin pensar exclusivamente en términos de audiencia, sino en el consumidor final.

-Pedro Pérez

Presidente de FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles)

Nos habló de la necesidad de ordenar el panorama audiovisual actual, haciendo hincapié en que "las épocas de crisis y cambio son una buena oportunidad". Además, expuso su visión sobre el escenario que se presenta con la TDT, a lo que iCmedia señaló que la fragmentación de audiencias y la multiplicación de canales no debe llevar a una pérdida de calidad de los contenidos.

-Michael Amigot

Experto en Comunicación y Tecnología. Fundó el primer periódico de Internet de España, "Labrujula.net" y fue apodado el "Bill Gates español". Hoy en día, su canal de TV on-line se está convirtiendo en una de las compañías líderes en la revolución del vídeo on-line y móvil.

Pudimos comentar con él la importancia de Internet en el contexto mediático actual y la necesidad de estar al día en el ámbito de las nuevas tecnologías. Resaltó que Internet está evolucionando hacia la creación de contenidos para formato vídeo y no tanto para texto escrito, e insistió en que lo fundamental es dar información interesante que ayude a solucionar problemas. En este sentido, iCmedia expresó que su misión última es resultar útiles a la sociedad mediante el fomento de contenidos de calidad que sean respetuosos con el público, sobre todo con los menores.

c) Foro iCmedia: “Reinventar la publicidad. Nuevos modos para nuevos medios”

Dentro del objetivo de fortalecer la relación con los profesionales de los medios y contribuir a la formación de sus asociaciones, iCmedia celebra anualmente un Foro de reflexión para tratar un tema de actualidad en el sector.

En 2009, representantes de Coca-Cola, Tuenti, Youtube, Shackleton, Impulsa TDT, Sogecable y Arena, entre otros, participaron en el Foro “Reinventar la Publicidad. Nuevos modos para nuevos medios”, que tuvo lugar en el IESE el 12 de noviembre.

En la presentación de la jornada, nuestro Presidente, Iñigo Millán-Astray aprovechó para dar a conocer las actividades y objetivos de iCmedia. Apuntó que la publicidad, por su importancia para los medios, puede contribuir de forma significativa a trasladar los valores comprometidos con la calidad de los contenidos y respetuosos con la infancia y la familia.

En el Foro, los expertos en Comunicación coincidieron en que el sector de la publicidad se encuentra ante un futuro incierto, pero lleno de posibilidades, pues dispone de nuevas herramientas para hacer llegar mensajes específicos a segmentos de población cada vez más concretos.

Según se desprende de las intervenciones de los ponentes, los principales factores que están revolucionando el sector audiovisual son la llegada de la TDT, con la consiguiente fragmentación de las audiencias, la supresión de publicidad en TVE, la nueva Ley Audiovisual y el desarrollo de nuevas tecnologías y soportes audiovisuales. Esta situación, acentuada por la crisis económica, está obligando a replantear las estrategias de las empresas publicitarias, que deberán hacer “un esfuerzo muy grande de imaginación” para adaptarse, según comentó Fernando Castillo, Subdirector General de Medios Audiovisuales del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Para debatir acerca de estas cuestiones, estuvieron presentes representantes de organizaciones del mundo de la Comunicación, que dieron su enfoque sobre el nuevo escenario que estos cambios dibujan para el sector publicitario. Entre ellos, participaron Teresa Pérez Alfageme (Directora de Comunicación y Relaciones Externas de La Sexta), Javier Suso (Director General de la agencia Shackleton), Álvaro Castán (Director de Acciones especiales de Sogecable Media), Alfonso González (Director de planificación estratégica de la agencia Arena Media Communications), Marta Fontcuberta (*Creative Excellent Director* de Coca-Cola Iberia), Eladio Gutiérrez (Presidente de Impulsa TDT), Ícaro Moyano (Responsable de Comunicación de la red social Tuenti), Javier Alonso (Responsable de Socios Estratégicos de Youtube España) y Mónica Deza, (ex CEO de Universal McCann).

Con la celebración de este evento, iCmedia busca fomentar el conocimiento sobre las nuevas formas de comunicación, explorar intereses comunes y sinergias con los invitados, ponentes y asistentes y buscar contacto regular con algunos de ellos, para poder llevar a la acción las ideas e iniciativas que surjan del Foro.

d) Premios ATR-iCmedia (XVII Edición)

Desde hace varios años, algunas de las asociaciones que agrupa iCmedia reúnen a profesionales de los medios para premiar los mejores programas y series, con el objetivo de resaltar valores como la calidad, el servicio, la creatividad, la atención a la infancia, la imaginación, el entretenimiento o la credibilidad.

El 13 de mayo, ATR Madrid e iCmedia convocaron a 500 personas en la entrega de los Premios 2009, que tuvo lugar en el Mirasierra Suites Hotel de Madrid. Fue reseñable la distinción concedida a la actividad de Foro Generaciones Interactivas, "clave para alumbrar normas sobre el mejor uso de las viejas y nuevas pantallas", como afirmó su Presidente de Honor, Iñaki Urdangarín, al recoger el galardón.

El resto de los premiados fueron:

-Programa Debate: **59 segundos. TVE 1**

Recogió: Alicia G. Montano, Servicios Informativos TVE

-Programa de Radio: **Mundo Noticias Inter. Radio Intercontinental**

Recogió: Carlos Peñaloza, Director del programa

-Espacio Informativo: **Servicios informativos de Intereconomía**

Recogió: Susana Burgos, directora de Servicios Informativos

-Serie Documental: **Madriños por el mundo. Telemadrid**

Recogió: Paloma Ferre, Directora del programa

-Programa infantil: **Pocoyo. TVE 2**

Recogió: Fernando Hernández Benjumbeda, Delegado de Adquisiciones de TVE

-Programa de cine en la Radio: **Radiocine, 24 horas en Internet**

Recogió: Antonio Peláez, director del programa

-Programa Concurso: **Al pie de la letra. Antena 3**

Recogió: Javier Estrada, presentador

- Anuncio: **Casa Tarradellas**

Recogió: Miquelina Saborit, Dra. De Comunicación de Casa Tarradellas

-Programa divulgativo: **Supernanny. Cuatro**

Recogió: Rocío Ramos-Paul, psicóloga de la serie

-Programa reality: **Decogarden. Telecinco**

Recogió: Yolanda Alzola, presentadora

-Premio iCmedia: **Selección Española de Fútbol**

Recogió: Jorge Carretero, Presidente de la Federación Española de Fútbol

e) **Proyecto Educativo**

Desde hace varios años, se ha venido desarrollando un proyecto integral destinado a las instituciones educativas. El Proyecto Educativo cuenta con la revista "Contraste Audiovisual", el portal de internet "Contraste A", conferencias sobre las pantallas y otras actividades destinadas a la formación en las aulas. Durante este año, iCmedia ha continuado coordinando este proyecto y la implantación de sus actividades.

En los colegios:

Se han visitado diferentes centros educativos de España para ofrecerles el proyecto y se ha hecho un seguimiento de los colegios que ya lo tienen, para asesorarles sobre los servicios.

Con las asociaciones:

Se ha continuado dando apoyo a las distintas asociaciones, proporcionándoles soporte y asesoramiento en la gestión del proyecto en varios puntos.

-Revista Contraste: El consejo de redacción –del que forman parte miembros de iCmedia- coordina la edición de la revista, que se distribuye en los colegios y otros centros educativos con el objetivo de ser una guía de referencia para el espectador. Actualmente, la tirada ronda los 35.000 ejemplares.

-Portal de internet "Contraste A". La asociación catalana TAC, integrada en iCmedia, se encarga del mantenimiento y de la actualización diaria de la información e imágenes de la página. Incluye información sobre estrenos de cine, series y noticias y análisis de contenidos televisivos, de web y de videojuegos.

-Conferencias: en los colegios, se han impartido conferencias a padres, profesores y alumnos sobre las nuevas tecnologías y los contenidos audiovisuales, sobre las redes sociales y otros fenómenos de internet. También se han seguido organizando cine fórums y análisis de las series de actualidad.

-Clases en las aulas: Se ha continuado ofreciendo sesiones educativas sobre televisión,

internet, uso responsable del móvil, el conocimiento del lenguaje audiovisual...

-**"Aprender a mirar"**: se han seguido realizando actividades mensuales dentro y fuera de las aulas dirigidas a niños de tres a seis años.

f) Sello de Calidad

El Sello de Calidad Audiovisual es una acreditación que las asociaciones de consumidores y usuarios de medios quieren otorgar a aquellos productos audiovisuales que, tras ser estudiados por expertos, se atienen a la legalidad, aportan valores a la sociedad y cumplen con las finalidades de los medios de comunicación: formar, informar y entretener.

Durante el pasado año, se mantuvieron reuniones con las asociaciones implicadas en el Sello de Calidad Audiovisual y con expertos en la materia para continuar avanzando en su definición. Actualmente, nos encontramos en la segunda fase del proyecto, la de evaluación. A medio plazo, podremos realizar el lanzamiento para empezar la implantación.

¿Por qué es necesario?

- Parte del trabajo de las asociaciones es ofrecer información fiable, adecuada y objetiva de los espacios televisivos. El derecho de los usuarios a recibir este tipo de información se ha convertido en una necesidad.
- Desde hace 20 años, las asociaciones estudian contenidos para informar a sus socios a través de su página web, la revista *Contraste Audiovisual* y otras publicaciones de diversa periodicidad.
- Asimismo, estas entidades otorgan anualmente unos galardones a los espacios televisivos que destacan por la calidad y por el trabajo bien hecho de sus profesionales. Aunque la relevancia social y mediática de estos premios es evidente, su carácter puntual en el tiempo hace necesaria una certificación más estudiada y definitiva.
- El valor de esta labor informativa y divulgativa se incrementará con la marca del Sello de Calidad. Del mismo modo que el consumidor de productos audiovisuales tiene derecho a conocer con antelación la programación de las parrillas televisivas, también tiene derecho a saber previamente si el programa goza de calidad. Esta situación es análoga a la del consumidor al que se le da cada vez más información -incluso por ley- de aquellos productos que va a consumir.

- El ente más adecuado para otorgar este sello son las asociaciones, por su independencia e imparcialidad a la hora de valorar la calidad de los contenidos, ya que no son parte implicada en su producción y distribución. Con la existencia de un Sello de Calidad, las asociaciones están cumpliendo con una de sus finalidades fundamentales: informar a la sociedad sobre los contenidos positivos de los productos audiovisuales.

Interés para cadenas y productoras

- Cada vez existe una mayor conciencia social de la influencia de la televisión en la conducta, sobre todo en la de los niños y adolescentes. En este sentido, cualquier cadena que asuma esta apuesta por la calidad ganará la confianza de todos aquellos telespectadores que se preocupan por los contenidos -especialmente los programados en horario de superprotección al menor- que puedan afectar a los consumidores más vulnerables.
- Además, en el caso de las productoras, el Sello de Calidad otorgará un valor añadido a sus contenidos para la posible venta en el mercado.
- Por otro lado, es de justicia reconocer de manera pública el trabajo bien hecho y responsable del sector audiovisual por su gran repercusión social. Esto tiene aún más valor en un momento en el que la sociedad y los propios medios entronizan como ídolos y referentes a personajes que abanderan productos audiovisuales alejados de los estándares de calidad.

iCmedia cree que el Sello de Calidad Audiovisual es un proyecto esencial en la sociedad, por lo que, a lo largo de 2010 se seguirán destinando recursos para su ejecución en coordinación con todas las asociaciones.

g) Boletín mensual

Se han seguido enviando boletines mensuales a todas las asociaciones para informar de las principales actividades y proyectos de las agrupaciones y de la Federación, y favorecer así la comunicación interna.

h) Nuevos materiales corporativos:

Folleto corporativo: en 2009 se elaboró un folleto de iCmedia para usarlo como instrumento informativo y de promoción, con el objetivo de seguir dando a conocer nuestra labor y las actividades que realizamos.

Publicación: 2009 también fue el año de lanzamiento de la primera publicación iCmedia, el primer número de una serie que pretendemos consolidar bajo el nombre de "Publicaciones iCmedia". El primer título de nuestra biblioteca es "Calidad, rentabilidad y competencia en las empresas audiovisuales", escrito por Alfonso Sánchez-Taberner, Vicerrector de Relaciones Internacionales y Catedrático de Empresa Informativa en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Se entregó a todas las asociaciones para seguir contribuyendo al objetivo formativo, así como a los profesionales con los que tuvimos contacto a lo largo del año.

5. Las asociaciones

iCmedia ha seguido trabajando en estrecha colaboración con las 17 asociaciones que agrupa para, entre otras funciones:

- Asesorarlas en el trabajo con los medios para la mejora de sus contenidos.
- Representarlas en los organismos y entidades de ámbito nacional e internacional.
- Favorecer una mayor proyección social de las actividades que realizan.
- Implementar redes de intercambio de información y conocimiento que contribuyan a la mejora de la calidad en los medios.
- Contribuir a la formación de sus miembros en temas que afectan al mundo de los medios de comunicación.

6. Colaboración con otras entidades

En 2009 se ha seguido manteniendo la relación con organismos como el OCTA, EURALVA, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y el Ministerio de Sanidad y Política Social.

Además, se ha participado en otros foros del sector, como el Festival de Publicidad Infantil El Chupete.

-OCTA: iCmedia es miembro del Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales, creado en 2006, a raíz de la entrada en vigor del Código de Autorregulación. La Federación participa en sus reuniones, decisiones, trabajos y estudios. Es una organización formada por más de 50 asociaciones de diversos ámbitos unidas bajo un interés común: proteger a la infancia y la juventud en su relación con los medios de comunicación, promoviendo la realización y difusión de contenidos adecuados para los menores. Actualmente, la Federación es Vicepresidente de la Asociación "Amigos del OCTA", que tiene, además, capacidad jurídica. En 2009, mediante el envío de enmiendas a la Ley General de Comunicación Audiovisual a través del Observatorio, iCmedia logró que se eliminara la emisión de pornografía y de violencia gratuita en horario infantil.

-EURALVA: iCmedia es miembro de EURALVA (European Alliance of Listeners & Viewers Associations, fundada en 1.996), donde trabaja y colabora para favorecer la calidad de los contenidos de los medios a nivel europeo.

-Colaboración en el Festival El Chupete

iCmedia colaboró en la V Edición del Festival El Chupete (el Primer Festival Internacional de Comunicación Infantil) que tuvo lugar en Valencia los días 2 y 3 de julio.

El festival tiene como finalidad premiar los mejores trabajos publicitarios de productos dirigidos al público infantil emitidos en todo el mundo. Además de entregar galardones, El Chupete creó un foro de reflexión sobre los problemas y oportunidades del mercado, a través de un tema de actualidad: "El cine y la televisión infantil y juvenil".

iCmedia participó en el Kiosco El Chupete -un espacio donde diversas organizaciones exponen sus publicaciones- y pudo entregar revistas Contraste a los asistentes. Además, contactó con algunos ponentes y profesionales del sector de la televisión, la publicidad y el cine.

-Otras entidades: la Federación coopera con el Ministerio de Industria Turismo y Comercio, el Ministerio de Sanidad y Política Social y con los gobiernos autonómicos. Además, colabora con universidades y con todos los agentes activos en el campo de los medios: productoras de contenidos, cadenas, organismos reguladores, etc.

7. Eco en los medios

En 2009 se ha consolidado nuestra presencia en los medios. Las notas de prensa y artículos que hemos difundido tienen cada vez más eco. Por otra parte, sigue aumentando el número de cadenas de TV, diarios y radios que piden a iCmedia declaraciones sobre temas relacionados con el campo de los contenidos audiovisuales, la Ley General de Comunicación Audiovisual o programas de televisión polémicos. A continuación, recogemos algunas de las noticias que más eco han tenido:

Ejemplos:

(Listado medios)