

# **PARTICIPACIÓN DEL PÚBLICO EN TELEVISIONES PÚBLICAS AUTONÓMICAS: UNA PROPUESTA A PARTIR DE LA REFORMA 2016 DE LA BBC**

**Audience participation in regional public television: A proposal that looks the 2016 reform of the BBC**

**Ana Azurmendi y Mercedes Muñoz-Saldaña**



**Ana Azurmendi** es profesora titular de derecho de la comunicación en la *Universidad de Navarra (UNA)* desde 1991. Board del *Center for Internet Studies and Digital Life* de la *UNA*. Investigadora principal del proyecto de investigación *Televisiones autonómicas*. Autora de *Derecho de la comunicación. Guía jurídica para profesionales de los medios* (2016), *Derecho de la comunicación* (2011), *La reforma de la televisión pública española* (2007), *El derecho a la propia imagen* (1997). Sus principales intereses de investigación son la televisión pública y el derecho al olvido en internet.  
<http://tvautonomicas.com>  
<http://orcid.org/0000-0001-6679-8826>

*aazur@unav.es*



**Mercedes Muñoz-Saldaña** es directora del *Departamento de Comunicación Pública* de la *Universidad de Navarra*. Profesora titular de derecho y deontología de la comunicación, es miembro del proyecto de investigación *Televisiones autonómicas*. Sus líneas de investigación se centran en la gobernanza audiovisual, la financiación del servicio público audiovisual, autorregulación y corrección en el mercado digital, clasificación de contenidos y la regulación publicitaria. Es miembro de la *Asociación Española de Investigación en Comunicación* e investigador colaborador del *Institute of European Media Law*.  
<http://tvautonomicas.com>  
<http://orcid.org/0000-0002-0981-2027>

*mms@unav.es*

*Universidad de Navarra, Departamento de Comunicación Pública*

*Edificio de Bibliotecas, Campus Universitario. 31080 Pamplona (Navarra), España*

## **Resumen**

La *BBC* abrió dos consultas públicas en 2015 como parte del proceso de elaboración del *Informe para la Reforma de la Carta de la BBC*, la cual expira en diciembre de 2016. Entre las cuestiones planteadas destaca la necesidad de crear nuevas vías de participación de la audiencia. De hecho, la *BBC* es uno de los operadores públicos que más pasos ha dado para integrar a las audiencias en el gobierno de la entidad a través de sus cuatro *Audience Councils*: England, Wales, Scotland y North Ireland. En el caso de España, las televisiones públicas autonómicas ofrecen un medio de participación de la audiencia que se asemeja al de los *Audience Councils* de la *BBC*: los *Consejos Asesores*. Esta investigación, partiendo de la clasificación sobre participación propuesta por Carpentier y del estudio del caso británico y español, propone unos indicadores que permitan valorar y mejorar la participación de la audiencia en las televisiones públicas autonómicas españolas.

## **Palabras clave**

Televisión; Televisión autonómica; Participación; Audiencia; Gobernanza; Consejos asesores; *BBC*; *Audience Council*.

## **Abstract**

The *BBC* opened two public enquiries in 2015 during the drafting of the *Report on the Reform of the Charter of the BBC*, which will expire in December, 2016. Among the issues raised was the need to create new ways of audience participation. In fact, the *BBC* has taken steps to integrate audiences through its four *Audience Councils*: England, Wales, Scotland, and North Ireland. Likewise, in Spain, regional public television offers a specific way for public participation similar to *Audience Councils*: the *Consejos Asesores*. The research presented in this paper is based on the "classification of participation" offered by Carpentier and the British and Spanish cases, and it offers some indicators to assess and improve the participation of the audiences in Spanish regional public television.

## Keywords

Television; Regional television; Participation, Audience, Governance, Audience Councils, BBC.

**Azurmendi, Ana; Muñoz-Saldaña, Mercedes** (2016). "Participación del público en televisiones públicas autonómicas: una propuesta a partir de la reforma 2016 de la BBC". *El profesional de la información*, v. 25, n. 5, pp. 803-813.

<https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.11>

### 1. Aproximación teórica a la participación institucionalizada de la audiencia en un modelo de gobernanza de televisiones públicas<sup>1</sup>

El marco teórico sobre la participación de las audiencias seguido en esta propuesta es equivalente al de las aportaciones previas del equipo que sustenta esta investigación en una versión actualizada.

<https://tvautonomicas.com/equipo-team>

Se utiliza el modelo de clasificación propuesto por **Carpentier** (2011), que distingue entre participación de la audiencia:

- en los medios: engloba la vinculada con la estructura del medio (*structural-related participation*) y la vinculada al contenido (*content-related participation*);
- a través de los medios: incorpora la autorrepresentación de los grupos sociales por acceso directo<sup>2</sup> y la representación mediada realizada por el propio medio.

Este estudio centra su atención en los supuestos incluidos en la primera categoría:

- en la *structural-related participation* la audiencia interviene y/o colabora en las actividades de gestión, dirección, financiación y distribución. Este tipo de participación es el que tiene lugar a través de los *Audience Councils* del Reino Unido e Irlanda (**Azurmendi**, 2015).
- en la *content related participation*, la audiencia influye en el contenido en la medida en que interviene en los procesos de definición y diseño de la programación, por ejemplo, a través de los consejos asesores de algunas televisiones públicas españolas (**Fernández-Alonso; Fernández-Viso**, 2012).

Queda por tanto al margen de este trabajo toda aquella participación no considerada como institucionalizada. En un planteamiento sintético se propone la siguiente definición de participación institucionalizada de la audiencia en los medios públicos:

"Aquella participación con reflejo en la estructura y/o política de contenidos, a través de la variedad de espacios y tecnologías, que tiene lugar en los medios de servicio público".

Las investigaciones sobre participación institucionalizada de la audiencia se relacionan estrechamente con la apuesta por la implantación de la gobernanza en la gestión de los medios (**Hasenbrick**, 2011; **Von-Krogh**, 2012; **Heise et al.**, 2014). Se asume que la gobernanza es un concepto abierto, que genera fuertes debates doctrinales y con un marcado carácter polisémico (**Mariscal-Berástegui**, 2011). Sin embargo, en sus diferentes acepciones o enfoques, refiere a una nueva forma de gobernar los asuntos públicos. **Llorens**

y **Costache** (2013, p. 71) proponen como concepto de gobernanza aplicado a los medios:

"la suma de mecanismos, tanto formales como informales, nacionales y supranacionales, centralizados y dispersos, de organización interna y/o externa, que permite la participación de los actores del sector y la reclamación de responsabilidades de dichos mecanismos con el objetivo de erigir un nuevo sistema de medios más abierto y responsable"

La puesta en marcha de la gobernanza implica la existencia de la participación institucionalizada de la audiencia. Ésta, en el caso del servicio público audiovisual, además de ser consecuencia de la digitalización y de la convergencia, ha sido considerada un indicador de transparencia. No obstante, aun siendo importante este argumento no refleja el papel que la participación institucionalizada tiene, no como elemento de legitimación del servicio público audiovisual ante la sociedad, sino como parte intrínseca de la definición del propio servicio público.

Los casos en los que la participación institucionalizada tiene mayor vitalidad son los *Audience Councils* de la BBC, de Escocia, Gales, Inglaterra, e Irlanda del Norte

Sin embargo las referencias a la participación en la legislación española vigente son breves y excesivamente reduccionistas. La *Ley 7/2010*, de 31 de marzo, *general de la comunicación audiovisual* (artículo 9) (**España**, 2010); la *Ley 17/2006*, de 5 junio, *de la radio y la televisión de titularidad estatal* (artículos 2.d), 3 y 23) (**España**, 2006a); y la *Ley 8/2009*, de 28 de agosto, *de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española* (artículo 9) (**España**, 2009) limitan la participación al derecho de acceso (**Carpentier**, 2015) y/o a su configuración a través de un organismo, el *Consejo Asesor*, con escaso poder y representación. Estas referencias no responden a lo que se considera una participación institucionalizada de la audiencia según el modelo propuesto: a partir de la *structural-related participation* o de la *content-related participation*.

Aunque las experiencias no siempre resultan fácilmente extrapolables, los casos en los que la participación institucionalizada parece tener una mayor vitalidad son los *Audience Councils* de la BBC, de Escocia, Gales, Inglaterra, e Irlanda del Norte. Su organización, sistema de elección de los miembros, funciones y convocatoria de reunión están disponibles en la Web. El contenido de las actas de las reuniones, de carácter público, permite valorar la participación de las audiencias.

## 2. Reforma de la *Royal Charter* de la BBC: una ocasión de mejora en la participación institucionalizada

La BBC ha acometido una reforma con ocasión de la publicación de la nueva *Royal Charter* –la norma que la regula y que expira en su edición actual en diciembre de 2016-. En este proceso, con el objetivo de incorporar cambios que se ajustaran a las opiniones de los ciudadanos británicos, lanzo dos consultas públicas en 2015<sup>3</sup>.

En la primera –la más relevante para este estudio- se obtuvieron más de 40.000 respuestas centradas en cinco temas: financiación, gobernanza e independencia, gestión de quejas, objetivos y valores, y eficiencia y valor por dinero.

[http://www.bbc.co.uk/bbctrust/governance/charter\\_review/consultation](http://www.bbc.co.uk/bbctrust/governance/charter_review/consultation)

<https://www.gov.uk/government/consultations/bbc-charter-review-public-consultation>

En el capítulo de gobernanza e independencia se plantearon las cuestiones sobre participación del público bajo el título *Engagement* (compromiso con las audiencias). El informe de la BBC señala que desde la apreciación de los ciudadanos, los medios principales para mejorar la responsabilidad social de la BBC son tres:

- investigación sobre audiencias y los Consejos de Audiencia (*Audience Councils*);
- transparencia
- gestión de quejas del público

Sobre la transparencia se pide mejorar en la información acerca de:

- sueldos y dietas de los miembros del *Trust* (gobierno de la BBC);
- actas de las reuniones del *Trust*;
- detalles de los cambios previstos en las consultas públicas y en servicios;
- licencias del servicio;
- protocolos sobre funcionamiento.

A partir de estos datos y de la constatación de que existe una demanda de mejora en la gobernanza de la BBC que pase por incrementar los cauces de participación del público, se presentan los medios institucionalizados de participación y su situación actual.

### 2.1. Cauce institucional de participación de la BBC, los *Audience Councils* y las demandas de mejora

Los *Audience Councils* de Escocia, Gales, Inglaterra y Norte de Irlanda son un cuerpo consultivo del *BBC Trust*, el órgano de gobierno de la BBC. Se crearon en 2007 en sustitución de los *Broadcasting Councils* de cada región. Su misión es llevar al *Trust* las opiniones directas de los espectadores y radioyentes de la radiotelevisión pública, pudiendo de este modo valorar tanto las necesidades e intereses de las audiencias en sus respectivas naciones como el modo en que la BBC sirve a tales necesidades e intereses y cumple sus objetivos públicos.

Cada *Council* es presidido por un miembro del *Trust*, el *Chairman*, para la nación de que se trate y está constituido por 11 miembros. Estos son nombrados por el *Trust*, habitualmente por un período de 3 años, entre las personas que

se han ofrecido como voluntarios. No se concreta cuál es el proceso de nombramiento ni los criterios que se tienen en cuenta para poder llegar a ser miembro de un *Audience Council*. En las reuniones que mantienen –habitualmente 7 cada año- pueden participar otras personas que no sean miembros, y el propio *Council* realiza consultas entre el público al que invita a participar a través de diferentes vías:

- se ofrece la posibilidad de enviar por correo o correo electrónico sus puntos de vista sobre cualquier asunto relativo a la BBC;
- para cuestiones relativas a programas y a informativos se invita a enviar comentarios desde la web y por correo postal y se garantiza que se revisan y atienden dichos comentarios en el plazo de un mes.

El análisis de las reuniones de los 4 *Audience Councils* en 2015, durante el período de las dos consultas públicas de la BBC (16 de julio y 5 de noviembre) resulta interesante para ver si discutieron la necesidad de un incremento o modificación en la participación institucional de la audiencia.

Para obtener evidencias se han analizado las actas de las reuniones de los 4 *Audience Councils* en esas fechas (11 actas de las 32 disponibles en ese año y accesibles en la web de la BBC)<sup>4</sup>. En ellas se observa cómo, aunque se trata el tema de la reforma de la *Royal Charter*, únicamente en las reuniones del *Audience Council* de Gales se critica abiertamente la falta de una participación real de las audiencias en la toma de decisiones de la BBC. En concreto se solicita el cambio de funciones de sólo asesoramiento –que son las reconocidas hasta el momento en la vigente *Royal Charter*- a unas funciones activas, ejecutivas. Por otro lado, se exige también que exista un cauce para poder comprobar o controlar hasta qué punto los aspectos que se han acordado en las reuniones del *Audience Council* se transfieren a decisiones concretas del gobierno de la BBC.

Con menor insistencia, en las reuniones del *Audience Council* de Irlanda del Norte se advierte de la necesidad de que lo que se dice en los *Audience Councils* tenga repercusión en las decisiones del *Trust* y *Executive* de la BBC y de que pueda medirse de algún modo.

### 2.2. Otros cauces de participación

La web del *Trust* de la BBC muestra visualmente otros cauces de participación, los cuales se sitúan en el marco de gobierno explicitando así que se trata de un aspecto integrado en la gobernanza del servicio público. Son:

- web de transparencia
- consultas públicas
- web de quejas de los usuarios.

La justificación de estas posibilidades de participación reside en el principio de transparencia. De hecho, el rendimiento de cuentas de la corporación tiene su espacio propio en la web de transparencia, en la que se incluye desde información sobre medidas adoptadas o cambios en curso, hasta la explicación acerca de los procesos de toma de decisiones del *Trust*, así como de los marcos normativos para la cobertura de algunos acontecimientos (por ejemplo campañas electorales y elecciones).

<http://www.bbc.co.uk/bbctrust/governance/transparency.html>

Sin embargo es una web poco actualizada: muchas secciones no ofrecen nada nuevo desde 2010 y otras están ancladas en 2014. Por otro lado, las consultas públicas más recientes –en el momento presente las de la reforma de la *Royal Charter*- se presentan con toda la información necesaria: porqués y paraqués de cada una, plazos, acceso abierto a cuestionarios y medios para hacer llegar la propia opinión. Además esa web ofrece la posibilidad de acceder a los informes completos sobre consultas anteriores.

[http://www.bbc.co.uk/bbctrust/have\\_your\\_say](http://www.bbc.co.uk/bbctrust/have_your_say)

Por último, la web de gestión de quejas de los usuarios es otra de las formas de participación. Junto al procedimiento para plantear una queja, incluye informes anuales de las reclamaciones que se han gestionado y sus resultados e información destacada sobre los asuntos que han suscitado más protestas por parte del público.

<http://www.bbc.co.uk/complaints>

### 3. Situación en España

Un gran número de las televisiones públicas autonómicas cuenta con un medio de participación de la audiencia que se asemeja al de los *Audience Councils* de la BBC, los consejos asesores de:

- *Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)*
- *Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)*
- *Radiotelevisión de Castilla-La Mancha (RTVCM)*
- *Radiotelevisión de las Islas Baleares (IB3)*
- *Corporación de Radio y Televisión de Galicia (CRTVG)*
- *Radio y Televisión del Principado de Asturias (RTPA)*
- *Radio Televisión Canaria (RTVC)*
- *Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CART)*
- *Canal Extremadura*
- *Telemadrid.*

Las leyes de estos entes consideran este medio institucionalizado, tal y como su mismo nombre indica, como una herramienta de asesoramiento. Se estudia a continuación el estado de dichos consejos asesores con el fin de determinar si su funcionamiento se identifica con una vía participativa del público. También se analizan otras entidades o sistemas orientados a fomentar la participación institucionalizada de la audiencia.

#### 3.1. *Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)*

##### 3.1.1. *Consejo Asesor de Contenidos y Programación*

Es un órgano integrado en el gobierno de la *Corporación* pública según lo dispuesto en la *Ley 11/2007*, de 11 de octubre, de la *Corporación Catalana de Medios Audiovisuales*

(*Cataluña*, 2007; *España*, 2007) (con última modificación en 2014).

<http://www.ccma.cat/corporatiu/es/com-funciona/organs-govern/#>

Su función principal es la de valorar las decisiones sobre la programación, asistiendo de esta manera al *Consejo de Gobierno* en la definición y evaluación de las políticas y estrategias de programación.

La ley catalana, que regula el nombramiento de sus 16 miembros, sus tareas y su organización, facilita la politización del *Consejo Asesor* al señalar que dichos miembros “deben ser elegidos por el pleno del *Parlamento* por una mayoría de dos tercios”. De entre los 16 miembros se elige un presidente que asume la representación del *Consejo*. En cuanto al perfil de los integrantes dispone que tienen que ser:

“personas de reconocido prestigio, (...) representar la pluralidad de la sociedad catalana (...) como mínimo, los sectores profesionales, los sectores educativos, las asociaciones cívicas, culturales y de usuarios y los trabajadores de la *Corporación Catalana de Medios*”.

Sus funciones (artículo 17.1), se muestran en la tabla 1.

Sobre sus reuniones la ley establece que el *Consejo Asesor* se reunirá cuando sea convocado o, como mínimo, cada cuatro meses. También cuando deba pronunciarse preceptivamente.

El artículo 17.3 prevé que la financiación del *Consejo Asesor de Contenidos y de Programación* correrá a cargo de la CCMA, quien garantizará los recursos suficientes para que pueda llevar a cabo con eficiencia las funciones que le corresponden. Al mismo tiempo especifica que pertenecer al *Consejo Asesor* no exige una dedicación exclusiva.

Existen similitudes entre este órgano y los *Audience Councils* de la BBC, pero son mucho mayores y de mayor calado las diferencias. No sólo por el hecho de que, desde la misma *Ley*, se propicie la politización del órgano, sino también porque el *Consejo Asesor* de la CCMA es sobre todo eso, un órgano asesor, y no un órgano de representación de la audiencia.

Aunque las funciones de uno y otros coinciden en algunos aspectos -los *Audience Councils* cumplen funciones de asesoramiento al *Executive*- la participación de las audiencias en la CCMA queda fuera de la toma de decisiones del gobierno de la *Corporación*. El órgano catalán se queda en el paso previo de facilitar información, hacer llegar las opiniones del público, etc. De hecho no se prevé que en sus reu-

Tabla 1. Funciones del *Consejo Asesor de Contenidos y Programación CCMA*

Informar	Emitir informe	Estudiar	Proponer
Al <i>Consejo de Gobierno</i> sobre líneas y aspectos de programación del contrato programa	Semestral sobre programas de la CCMA	Demandas de las audiencias	Al <i>Consejo de Gobierno</i> medidas e iniciativas que ayuden a mejorar la programación
	Otros informes que encargue el <i>Consejo de Gobierno</i>		

Tabla 2. Defensora de la Audiencia /Servicio de Atención a la Audiencia CCMA

Identidad	Estructura	Comunicación con audiencias	Objetivos de servicio público
Servicio de autorregulación periodística	Unipersonal	Teléfono Blog	Defensa del ejercicio de derechos de ciudadanía Transparencia de los medios de comunicación públicos

niones participen ni rindan cuentas miembros del gobierno de la *Corporación*, algo que es esencial en el caso de los *Audience Councils* de la BBC.

Por último, cabe destacar algún aspecto relativo a la transparencia de las actividades, sesiones e informes. Si la web de los *Audience Councils* incluye las actas de cada reunión, procedimiento de elección, contenido de los informes, etc.; en el caso catalán la única información que existe, aparte de la ley que lo regula, es la institucional relativa a la *Corporación de Medios Audiovisuales* (funciones y relación de miembros). No hay acceso al contenido de las reuniones ni trasciende la valoración o posicionamiento del *Consejo* respecto de asuntos concretos, ni siquiera en el caso de eventos políticos de envergadura como la consulta por la independencia de Cataluña de 2014.

### 3.1.2. Portal de Transparencia

La CCMA dispone de un *Portal de Transparencia* en el que ofrece documentos contables del ejercicio de 2014, documentación de la *Corporación* y entradas a la información sobre cauces de participación de los ciudadanos. Sin embargo, al acceder se remite al ciudadano a la sección corporativa de la web de la CCMA donde se recoge la información escueta e insuficiente a la que se ha hecho referencia con anterioridad. <http://www.cma.cat/corporatiu/transparencia>

### 3.1.3. Servicio de Atención a la Audiencia

La CCMA creó en 2006 este servicio y en 2008 la *Defensora de la Audiencia* (Laura Baladas) como mecanismo de autorregulación periodística siguiendo lo dispuesto en la *Ley 22/2005*, de 29 de diciembre, de *comunicación audiovisual de Cataluña* (Cataluña, 2006; España, 2006b).

Por un lado, desde la perspectiva de la participación, la personalización institucional que representa una *Defensora de la Audiencia* evidencia una rebaja de planteamiento en los roles colaborativos o participativos de los ciudadanos. Por otro lado, definir a dicha *Defensora* como un mecanismo de autorregulación periodística resulta en parte extraño; aunque quizá algo menos si se entiende como la persona o lugar donde se hacen reclamaciones o críticas por los contenidos informativos.

La *Defensora* supervisa las respuestas que el *Servicio de Atención a la Audiencia* proporciona ante las quejas, demandas y comentarios de los ciudadanos. Llama la atención

que estos mensajes del público no estén accesibles, más aún si como se dice en sus respectivas webs, el objetivo es “conocer mejor las exigencias, preferencias y opiniones de la audiencia y mejorar así la calidad de la información”.

Por otro lado las informaciones que aparecen en el blog de la *Defensora de la Audiencia* responden más a unos patrones de publicidad corporativa de la CCMA que a una respuesta hacia la audiencia ante requerimientos particulares.

No hay referencia a comentarios del público sobre estrategias, informes o revisiones realizadas en los diferentes departamentos de la CCMA; tampoco una puesta en común con representantes de las audiencias.

## 3.2. Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)

### 3.2.1. Consejo Asesor de RTVA

Se regula por la *Ley 18/2007*, de 17 de diciembre, de la *radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)* (Andalucía, 2007; España, 2008b), donde se define como “el órgano de participación de la sociedad en la radio y televisión pública de Andalucía” (artículo 20).

Sus miembros pertenecen a las organizaciones sindicales (2 vocales) y empresariales (2 vocales) más representativas de Andalucía, o son representantes de los ayuntamientos (3 vocales) o de la administración pública andaluza (4 vocales designados por el *Consejo de Gobierno* de la *Junta de Andalucía*); o bien son propuestos por varias entidades sociales –desde el *Consejo Escolar* al *Consejo de Consumidores y Usuarios de Andalucía*– y designados por el gobierno andaluz (*Consejo de Gobierno* de la *Junta de Andalucía*). Por lo tanto, desde su composición se favorece el control gubernamental, teniendo en cuenta que 10 vocales de 17 son nombrados por el gobierno andaluz. El *Consejo Asesor* de RTVA se limita a emitir opinión o dictamen cuando se lo requiere el *Consejo de Administración*. Se trata por lo tanto de un organismo de perfil bajo, de escasa relevancia en la toma de decisiones del gobierno de RTVA.

### 3.2.2. Portal de Transparencia

Ofrece información corporativa, presupuestaria, legal y retributiva de los altos cargos del operador audiovisual regional. [http://www.canalsur.es/portal\\_transparencia/625197.html](http://www.canalsur.es/portal_transparencia/625197.html)

Tabla 3. RTVA. Defensor de la Audiencia

Identidad	Estructura	Comunicación con audiencias	Objetivos de servicio público
Interlocutor entre audiencia y RTVA para mejora de los contenidos	Unipersonal	Teléfono Blog	Defensa de la libertad de expresión Calidad de los contenidos

### 3.2.3. El Defensor de la Audiencia

Regulado por los artículos 32 y 33 de la Ley 18/2007, sigue un esquema de estructura y funcionamiento similar al de la Defensora de la Audiencia de la CCMA. Hay también un teléfono como cauce para las quejas, peticiones y demandas, y un blog del Defensor.

Una diferencia significativa en el funcionamiento del Defensor de Canal Sur con el del CCMA es que responde directamente en el blog a cada una de las quejas, y éstas aparecen también tal y como el espectador las ha enviado al Defensor.

### 3.3. Radiotelevisión de Castilla-La Mancha (RTVCM): Consejo Asesor y Portal de Transparencia

Mediante el artículo 10 de la Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha (Castilla-La Mancha, 2000; España, 2000) se aprueba el Consejo Asesor con miembros elegidos por:

- Parlamento autonómico (3 vocales, entre personas de reconocido prestigio cultural);
- Consejo de Gobierno (3 vocales);
- ayuntamientos de la región;
- Universidad de Castilla-La Mancha (3 vocales, con la condición de que tengan relevantes méritos culturales);
- sindicatos del ente público de radio y televisión autonómico (3 vocales).

Lo convoca el Consejo de Administración de la RTVCM y su función es emitir opinión o dictamen sobre asuntos que aquel le plantee, en particular sobre temas de programación.

Desde el Portal de Transparencia de la web corporativa de la RTVCM se accede a documentos institucionales, organizativos, económicos y presupuestarios, así como a los referidos más específicamente al cumplimiento de las misiones de servicio público audiovisuales.

<http://www.rtvcm.es/rtvcm/portal-de-transparencia>

### 3.4. Radiotelevisión de las Islas Baleares (IB3)

#### 3.4.1. Consejo Asesor

La radiotelevisión pública de las Islas Baleares prevé, a través de la Ley 15/2010, de 22 de diciembre, del Ente Público de Radiotelevisión de las Illes Balears (Illes Balears, 2011; España 2011), la existencia de un Consejo Asesor como entidad destinada a la participación social en el organigrama del ente público (artículos 24 y 25). Está formado por 15 miembros, elegidos por el Parlamento por mayoría de dos

tercios y para un período de cuatro años (la Ley dispone que deben ser representativos del ámbito educativo, cultural, asociaciones de consumidores y usuarios, discapacitados, jóvenes y mayores). El nombramiento no exige dedicación exclusiva y no es remunerado<sup>5</sup>. Se pueden ver sus funciones en la tabla 4.

Aunque el Parlamento anunció su constitución en octubre de 2015 y sus miembros fueron elegidos en junio de 2016, llama la atención que de momento la web corporativa no haga ninguna referencia a su existencia, composición o actividad.

<http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2015/10/13/aprobado-consejo-asesor-ib3-elaborar/1062391.html>

<http://ultimahora.es/noticias/local/2016/06/14/198500/elegidos-miembros-del-consejo-asesor-contenidos-programacion-ib3.html>

#### 3.4.2. Portal de Transparencia

En él se ofrece información sobre contratación, convenios de colaboración, bienes y retribuciones, y derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública. En el enlace de este último apartado se da la posibilidad al usuario de contactar para realizar consultas.

[http://ib3tv.com/20160217\\_237504-transparencia-informacio-publica-i-bon-govern.html](http://ib3tv.com/20160217_237504-transparencia-informacio-publica-i-bon-govern.html)

### 3.5. Corporación de Radio y Televisión de Galicia (CRTVG): Consejo Asesor y Portal de Transparencia

La web no hace mención alguna al Consejo Asesor. Sin embargo, este organismo está reconocido por una doble vía:

- en el artículo 30 (sección 4ª) de los Estatutos de la Corporación de Radio y Televisión de Galicia (modificados el 29 de febrero de 2016);
- en el artículo 27 de la Ley 9/2011, de 9 de noviembre, de los medios públicos de comunicación audiovisual de Galicia (Galicia, 2011; España, 2012).

Los dos textos son similares y recogen que:

“tendrá la consideración de Consejo Asesor de la Corporación RTVG la comisión, sección u órgano que para ese fin se señale en la estructura de la autoridad audiovisual independiente de Galicia que al efecto se constituya por ley”.

Se deja en manos de la autoridad audiovisual de Galicia, aún no constituida, la concreción de los miembros y las funciones del Consejo Asesor. Al margen de este organismo aún inexistente, en ninguno de los dos textos gallegos se encuentran más referencias concretas a la participación del público.

Tabla 4. Funciones del Consejo Asesor de IB3

Asesorar	Informar	Proponer
Orientaciones generales sobre políticas de programación y de contenidos	Sobre la propuesta de los contratos programa y de los criterios de programación. Sobre los criterios de admisión de publicidad. A petición del Consejo de Dirección o del director general sobre asuntos relacionados con los contenidos y la programación.	Al Consejo de Dirección y al director general las medidas o iniciativas que contribuyen a mejorar la calidad de la programación. Un reglamento de funcionamiento interno para su aprobación, que debe prever, en cualquier caso, el procedimiento de elección de su presidente, el régimen de las sesiones y el procedimiento de adopción de acuerdos.

Tabla 5. Funciones del *Consejo de Comunicación* de la RTPA

Asesorar	Informar	Defender al telespectador y radioyente
Orientaciones generales de la programación	Sobre los criterios y las normas que garanticen el derecho de acceso a los grupos sociales significativos	Elevar al <i>Consejo de Administración</i> las reclamaciones y observaciones recibidas
	Sobre las solicitudes de derecho de acceso. Sobre el establecimiento de las normas de admisión de publicidad. Otros asuntos sometidos a su consideración	

La CRTVG sí cuenta con un *Portal de Transparencia* en el que, junto a la información para la interacción con los usuarios, se publican las cuentas de la *Corporación* desde 2013, los códigos de autorregulación y los compromisos adquiridos de responsabilidad social.

<http://www.crtvg.es/crtvg/portal-de-transparencia>

### 3.6. Radio y Televisión del Principado de Asturias (RTPA)

#### 3.6.1. Consejo de Comunicación

La *Ley* competente no habla de consejo asesor, sino de *Consejo de Comunicación*. Sin embargo a efectos prácticos tiene la misma finalidad y sentido. Al igual que en el caso gallego, aunque la *Ley 8/2014*, de 17 de julio, de *segunda reestructuración del sector público autonómico* (Asturias, 2014; España, 2014) establece la composición, nombramiento (con duración de 6 años) y funciones del *Consejo de Comunicación* como un órgano que da voz a la audiencia, no se tiene noticias de que se haya constituido o, al menos, de ninguna actividad que haya tenido cierta proyección pública. La web de la RTPA no lo menciona.

Aunque las propuestas de posibles miembros del *Consejo* parten de asociaciones o instituciones, finalmente es el gobierno autonómico quien nombra a sus 11 miembros (artículo 24.1).

Respecto a las funciones que asume, la ley limita el alcance de su actividad a dos ámbitos:

- informar y asesorar, con carácter no vinculante, al *Consejo de Administración* de la *Corporación* audiovisual;
- actuar como órgano defensor del telespectador y radioyente “elevando al *Consejo de Administración* las reclamaciones y observaciones recibidas” (artículo 25).

En cuanto a las normas de funcionamiento del *Consejo de Comunicación*, la ley prevé que sea el mismo *Consejo* quien las elabore.

#### 3.6.2. Portal de Transparencia

La RTPA, al igual que las anteriores corporaciones autonómicas, cuenta con un *Portal de Transparencia*. Se destina a difundir información corporativa, actividad de gestión, contratación, información laboral y contabilidad.

Ofrece la posibilidad de solicitar, a través de un formulario, información adicional a la suministrada en dicho *Portal*.

<http://corporativo.rtpa.es/portal-de-transparencia>

#### 3.7. Radio Televisión Canaria (RTVC). Consejo Asesor y Portal de Transparencia

La *Ley 13/2014*, de 26 de diciembre, de *Radio y Televisión Públicas de la Comunidad Autónoma (Canarias, 2015; España, 2015)* contempla un *Consejo Asesor* como representante del público (Zallo, 2014). Al igual que en Asturias, el nombramiento de sus 26 miembros –de entrada representantes de la pluralidad social, sectorial y orgánica de donde proceden– corresponde al gobierno y cabildos en su mayor parte y, en una proporción considerable, al *Consejo Rector* de la *Corporación* pública.

En cuanto a las funciones del *Consejo Asesor* la tabla 6 muestra lo señalado por la *Ley*, en el artículo 22.3.

El *Consejo Asesor* es convocado por el *Consejo Rector* al menos cada seis meses, además de cuando sea obligado su pronunciamiento. Al igual que en las demás corporaciones audiovisuales autonómicas, la condición de miembro del *Consejo Asesor* no exige dedicación exclusiva ni da derecho a remuneración de ningún tipo. Las normas de funciona-

Tabla 6. Funciones del *Consejo Asesor* de la CRTVC

Asesorar	Informar
Orientaciones generales de la programación	Sobre los criterios y las normas que garanticen el derecho de acceso a los grupos sociales significativos
	Sobre grado de cumplimiento del mandato marco y las líneas de programación Sobre el establecimiento de las normas de admisión de publicidad, incluidas las autopromociones Otros asuntos sometidos a su consideración a petición del <i>Consejo Rector</i>

miento se dejan para un reglamento elaborado por el *Consejo Rector*.

Resulta destacable que la web de RTVC no haga ninguna referencia ni proporcione información alguna sobre el *Consejo Asesor*.

RTVC también cuenta con un *Portal de Transparencia*. Sin embargo, al igual que en el caso asturiano, se limita a ser un compendio de información y no proporciona al ciudadano/audiencia ninguna posibilidad de interactuar o participar. <http://www.rtv.es/corporativa/transparencia.aspx>

### 3.8. Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CART). Consejo Asesor y Portal de Transparencia

Se define en la *Ley 8/1987*, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la *Corporación Aragonesa de Radio y Televisión* (Aragón, 1987; España, 1987) (modificada en mayo 2016) como un órgano de participación de la sociedad civil (artículo 13). Como ocurre en los demás consejos asesores, sus miembros son representantes de organizaciones de distinto tipo, aunque llama la atención la representación significativa de personas relacionadas con los medios de comunicación de Aragón (8 de los 16 vocales: dos representantes sindicales de la CARTV, dos representantes de las empresas privadas que trabajan para la CARTV, dos elegidos por las asociaciones de la prensa y dos en representación de otras asociaciones profesionales del sector). Sus funciones son de asesoramiento al *Consejo de Administración*, quien lo convocará “al menos trimestralmente” en cuestiones de programación.

« Llama la atención la ausencia de información en las webs corporativas sobre la actividad de los consejos asesores de las televisiones autonómicas españolas »

El representante del *Consejo Asesor*, elegido según las normas que apruebe el mismo *Consejo*, formará parte del *Consejo de Administración* de la *Corporación* (artículo 14).

Llama la atención que la web corporativa de la *CART* no haga referencia a este *Consejo*.

El ente público aragonés también cuenta con un *Portal de Transparencia*. Al igual que en los casos anteriores, está destinado principalmente a ofrecer información sobre estructura; actividades, financiación, contratos, sueldos. También dispone de una pestaña informativa sobre el derecho de acceso y que posibilita al usuario contactar con el ente público.

<https://goo.gl/gJQQjg>

### 3.9. Canal Extremadura. Consejo Asesor

La *Ley 3/2008*, de 16 de junio, reguladora de la empresa pública *Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales* (Extremadura, 2008; España, 2008a), constituye y regula el *Consejo Asesor*. De forma semejante a Asturias y Canarias, el nombramiento de sus 17 miembros implica una fórmula mixta de propuesta de las asociaciones representadas en el

Tabla 7. Funciones del *Consejo Asesor* de *Canal Extremadura*

Emitir opinión/dictamen
Sobre programación Sobre otros asuntos en los que sea requerido expresamente por el <i>Consejo de Administración</i>

*Consejo* y de decisión última del *Gobierno de Extremadura*. En lo que respecta a sus funciones, éstas se limitan a informar y a dar opinión (artículo 11.2).

Aunque la web de la *Corporación* incorpora una pestaña sobre el *Consejo Asesor*, ésta se limita a proporcionar el nombre de los 17 representantes sin ninguna información añadida.

La *Corporación Extremeña* no cuenta con ninguna otra institución destinada a la participación o representación de la audiencia ni con *Portal de Transparencia*.

### 3.10. Telemadrid: Consejo Asesor y Portal de Transparencia

La *Ley 8/2015*, de 28 de diciembre, de *RadioTelevisión Madrid* (Madrid, 2015; España, 2016), contempla el *Consejo Asesor* entre sus órganos de gobierno. Le confía la misión de “velar por el derecho de acceso y por una programación que sirva con objetividad a los intereses generales de los madrileños” (artículo 26).

Sus funciones son de asesoramiento y emisión de informes. Se prevé que no sea constituido hasta finales de 2016, cuando se complete el cambio estructural promovido por la nueva *Ley*.

*Telemadrid* también cuenta con un *Portal de Transparencia* en el que se ofrece información institucional y organizativa; asuntos de relevancia jurídica; económica y presupuestaria. Aunque en el *Portal* se ofrece la posibilidad de contactar a través del teléfono, no se proporciona ninguna cuenta de correo específica al efecto.

<http://transparencia.telemadrid.es>

« La transparencia es uno de los valores de la actividad de los *Audience Councils* de la *BBC* »

## 4. Conclusiones

1) Los *Audience Councils* de la *BBC* constituyen uno de los modelos de participación de las audiencias en televisión pública más relevantes en Europa en la medida en que tienen atribuidas funciones no sólo de asesoramiento al órgano de gobierno —el *Trust*— sino también de representación de la audiencia. Esta competencia genera una serie de actividades obligadas para la dirección de la *BBC*; así, el *Trust* tiene por un lado la obligación de tener en cuenta en su toma de decisiones las opiniones de los *Audience Councils*, y por otro el deber de dar cuentas ante estos organismos de participación del público.



2) Los *Audience Councils* de la BBC cuentan con un procedimiento de nombramiento de sus miembros abierto –aunque esto no sea equivalente a transparente– ya que la propuesta de miembros se realiza a través de la web de la BBC. El nombramiento lo realiza el *Trust*, en principio teniendo en cuenta las condiciones exigidas que figuran en la información publicada en la web.

3) La transparencia es uno de los valores del desarrollo de actividad de los *Audience Councils* de la BBC, con evidencias de las actas de cada una de sus reuniones. En estos documentos constan –entre otros datos– personas que han intervenido en la reunión del *Trust*, del *Executive* –organización de producción audiovisual de la BBC– del *Audience Council* correspondiente, de los temas que se han tratado, de las discusiones, de las peticiones que se han formulado y de los asuntos pendientes.

Se ha planteado una mejora en la participación institucionalizada del público en la BBC potenciando las consultas públicas, el portal de transparencia y la gestión de las quejas del público

4) A partir de las dos consultas públicas lanzadas por la BBC en 2015 para la reforma de la *Royal Charter* se ha planteado una mejora en la participación institucionalizada del público poniendo un mayor esfuerzo en tres cauces más de participación ya existentes en la BBC:

- consultas públicas;
- portal de transparencia;
- gestión de las quejas del público.

5) A tenor de las respuestas obtenidas en las dos consultas públicas de 2015, el interés por una mayor implicación del público en el gobierno de la *Corporación* es más activo por parte de la BBC que por parte de la ciudadanía. A este respecto, dos *Audience Councils* –Irlanda del Norte y Gales– en las reuniones mantenidas durante las consultas han demandado tener unas funciones más directamente de gobierno en la BBC.

6) En el caso español, las vías institucionalizadas de participación del público en las televisiones públicas autonómicas se canalizan mediante la constitución y funcionamiento, entre otras herramientas, de los consejos asesores. En la actualidad diez televisiones públicas autonómicas cuentan con un *Consejo Asesor* o similar, de representación del público.

7) Los consejos asesores españoles tienen atribuida por ley una función de simple emisión de opiniones ante el órgano de gobierno sobre asuntos de programación o, en todo caso, sobre temas que ese órgano de gobierno decida someter a su estudio.

8) Llama la atención la ausencia de información que muestran las webs corporativas sobre la actividad de los consejos asesores o de comunicación de las televisiones autonómicas españolas. En ninguno de los diez casos estudiados se han encontrado evidencias sobre sus reuniones, informes, resultados o interacción con el órgano de gobierno de las televisiones autonómicas.

9) Los entes públicos analizados, con la excepción de Extremadura, cuentan con *Portal de Transparencia*. Sin embargo, en ellos se da escaso protagonismo al contacto/interacción con el ciudadano centrándose todos ellos en el objetivo de “información organizativa/rendición de cuentas/transparencia financiera”. En muchos de ellos incluso resulta difícil localizar la pestaña o enlace de *Contacto* con el usuario.

## 5. Propuesta de indicadores sobre participación de la audiencia

Partiendo de lo expuesto se proponen unos indicadores de participación aplicables a los estudios de gobernanza de las televisiones autonómicas de servicio público.

### 5.1. Indicadores: Órgano de la audiencia

5.1.1. Existencia de un órgano de la audiencia.

5.1.2. Que el nombre del órgano que se cree visualice su identidad y misión. Por ejemplo “Consejo de audiencias de ...” o “Representación de las audiencias de ...” “Unión de usuarios de ...” o “Consejo de usuarios de ...”.

5.1.3. Que tenga reconocidas y explicitadas –por ley, por norma interna y publicitada en la web de la corporación– su carácter de representación de la audiencia.

5.1.4. En el caso de que no tenga reconocido su carácter representativo de la audiencia, que esté explicitado su carácter de asesoramiento a la dirección, o ejecutivo, de la corporación.

5.1.5. Que tenga reconocidas y explicitadas –por ley, por norma interna y publicitada en la web de la corporación– sus competencias y sus funciones.

5.1.6. Que tenga reconocido y explicitado –por ley, por norma interna y publicitada en la web de la corporación– el proceso de elección de sus miembros, duración de su mandato, incompatibilidades, etc.

5.1.7. Que tenga reconocido y explicitado –por ley, por norma interna y publicitada en la web de la corporación– su funcionamiento: convocatorias, quién marca el orden del día de las reuniones, quién la elaboración y circulación de la documentación para los temas del orden del día.

5.1.8. Que tenga reconocido y explicitado –por ley, por norma interna y publicitada en la web de la corporación– su financiación.

5.1.9. Que las reuniones, su contenido y documentación en la que se han basado sean accesibles con carácter general en la web de la corporación.

### 5.2. Indicadores: Investigación sobre audiencias

5.2.1. Que existan consultas públicas lanzadas por la corporación audiovisual y sobre las que exista información en la web.

5.2.2. Que se regule por ley o por norma autorreguladora: periodicidad, responsable y publicidad de los resultados de la consulta.

5.2.3. Accesibilidad de la participación en la consulta: web, vía telefónica, correo postal, e-mail, mensajes de móvil, o redes sociales.

5.2.4. Accesibilidad de los resultados de la consulta en la web.

### 5.3. Indicadores: Transparencia

- 5.3.1. Que exista un portal de transparencia en la web de la corporación audiovisual.
- 5.3.2. Que el portal permita el acceso al informe anual de la corporación (finanzas, estrategia, gestión, programación, participación, etc.)
- 5.3.3. Que el portal permita el acceso a datos económicos:
  - sueldos y dietas del año de miembros del gobierno de la corporación audiovisual;
  - contabilidad analítica anual de la corporación audiovisual.
- 5.3.4. Que el portal permita el acceso a datos de gobierno:
  - actas de las reuniones del órgano de gobierno;
  - información sobre la ejecución de la estrategia publicada en el informe anual;
  - información de actos, eventos significativos de gobierno (nombramientos, acuerdos, decisiones).

### 5.4. Indicadores: Gestión de quejas del público

- 5.4.1. Que exista un órgano de gestión de quejas del público.
- 5.4.2. Que su funcionamiento esté articulado a partir de ley o norma de autorregulación: responsable, procedimiento de nombramientos, funciones, obligaciones, proceso de resolución de quejas y plazos para la resolución.
- 5.4.3. Que esté presente en la web de la corporación y sea de acceso abierto universal.
- 5.4.4. Que sea público el código ético, código de valores y principios de la corporación audiovisual y de la programación.
- 5.4.5. Que a través de la web esté accesible el procedimiento de resolución de las quejas. Que se facilite la participación ciudadana para el envío a la corporación de quejas, opiniones y comentarios.
- 5.4.6. Que esté accesible en la web el contenido de las quejas realizadas, el plazo en el que se han resuelto y con qué argumentos o acciones han concluido.

### Notas

1. Esta comunicación se enmarca en el Proyecto I+D+I: *Transformación de la televisión autonómica: debilitamiento del servicio público y perspectivas de desarrollo tecnológico en un entorno de crisis, CSO2013-42270-R*, del programa *Investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad (2013-2016)*. Ministerio de Economía y Competitividad.
2. Regulado en muchos servicios públicos como Derecho de Acceso.
3. La primera entre el 16 de julio y el 8 de octubre de 2015; la segunda entre el 10 de septiembre y el 5 de noviembre de 2015.
4. Las autoras del artículo disponen de un análisis por temas del contenido de todas las Actas. No se han incluido por problema de extensión.
5. A excepción de dietas por asistencia a reuniones.

### 6. Bibliografía

- Andalucía (2007). "Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)". *BOJA*, n. 252, 26 de diciembre. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/2>
- Aragón (1987). "Ley 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión". *BOA*, n. 46, 22 de abril. [http://bases.cortesaragon.es/bases%5Cleyes.nsf/\(LeyID\)/103E163B8ABCE042C1256ABF0042AD4B?OpenDocument](http://bases.cortesaragon.es/bases%5Cleyes.nsf/(LeyID)/103E163B8ABCE042C1256ABF0042AD4B?OpenDocument)
- Asturias (2014). "Ley 8/2014, de 17 de julio, de segunda reestructuración del sector público autonómico". *BOPA*, n. 171, 24 de julio. <https://sede.asturias.es/bopa/2014/07/24/2014-12938.pdf>
- Azurmendi, Ana (2015). "Un espacio público por conquistar. La participación institucionalizada de las audiencias en las televisiones de proximidad españolas y europeas como indicador de transparencia para la gobernanza de los medios de comunicación". *Derecom*, n. 19, pp. 1-32. <https://goo.gl/xqqw7W>
- Canarias (2015). "Ley 13/2014, de 26 de diciembre, de radio y televisión públicas de la Comunidad Autónoma de Canarias". *BOC*, n. 3, 7 de enero. <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2015/003/001.html>
- Carpentier, Nico (2011). *Media and participation: A site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect Books, ISBN: 978 1841504070
- Carpentier, Nico (2015). "Differentiating between access, interaction and participation". *Conjunctions. Transdisciplinary journal of cultural participation*, v. 2, n. 2, pp. 7-28. <https://doi.org/10.7146/tjcp.v2i2.23117>
- Castilla-La Mancha (2000). "Ley 3/2000, de 26 de mayo, de creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha". *DOCM*, n. 53, 1 de junio. <http://docm.jccm.es/portaldocm/verDiarioAntiguo.do?ruta=2000/06/01>
- Cataluña (2006). "Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña". *DOGC*, n. 4543, 3 de enero. [http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/AppJava/PdfProviderServlet?documentId=440333&type=01&language=es\\_ES](http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/AppJava/PdfProviderServlet?documentId=440333&type=01&language=es_ES)
- Cataluña (2007). "Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales". *DOGC*, n. 4990, 18 de octubre. [http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/AppJava/PdfProviderServlet?documentId=415418&type=01&language=es\\_ES](http://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/AppJava/PdfProviderServlet?documentId=415418&type=01&language=es_ES)
- España (1987). "Ley 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión". *BOE*, n. 107, 5 de mayo, pp. 12986-12989. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-10624](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-10624)
- España (2000). "Ley 3/2000, de 26 de mayo, de creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha". *BOE*, n. 159, 4 de julio, pp. 23921-23926.

- <http://boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2000-12607&lang=ca>
- España (2006a). “Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal”. *BOE*, n. 134, 6 de junio. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958>
- España (2006b). “Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de comunicación audiovisual de Cataluña”. *BOE*, n. 38, 14 de febrero. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-2452-consolidado.pdf>
- España (2007). “Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales”, *BOE*, n. 266, 6 de noviembre, pp. 45483-45490. <https://www.boe.es/boe/dias/2007/11/06/pdfs/A45483-45490.pdf>
- España (2008a). “Ley 3/2008, de 16 de junio, reguladora de la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales”. *BOE*, n. 167, 11 de julio, pp. 30506-30514. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2008-11793](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2008-11793)
- España (2008b). “Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)”. *BOE*, n. 20, 23 de enero, pp. 4501-4510.
- España (2009). “Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española”. *BOE*, n. 210, 31 de agosto, pp. 74003-74015. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958>
- España (2010). “Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual”. *BOE*, n. 79, 1 de abril. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- España (2011). “Ley 15/2010, de 22 de diciembre, del Ente Público de Radiotelevisión de las Illes Balears”. *BOE*, n. 30, 4 de febrero, pp. 12222- 12241. <https://www.boe.es/boe/dias/2011/02/04/pdfs/BOE-A-2011-2107.pdf>
- España (2012). “Ley 9/2011, de 9 de noviembre, de los medios públicos de comunicación audiovisual de Galicia”. *BOE*, n. 12, 14 de enero, pp. 2419-2439. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-549](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-549)
- España (2014). “Ley 8/2014, de 17 de julio, de segunda reestructuración del sector público autonómico”. *BOE*, n. 253, 18 de octubre. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-10577-consolidado.pdf>
- España (2015). “Ley 13/2014, de 26 de diciembre, de radio y televisión públicas de la Comunidad Autónoma de Canarias”. *BOE*, n. 32, 6 de febrero, pp. 9953-9972. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-1115](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-1115)
- España (2016). “Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid”. *BOE*, n. 71, 23 de marzo. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2016/BOE-A-2016-2871-consolidado.pdf>
- Extremadura (2008). “Ley 3/2008, de 16 de junio, reguladora de la empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales”. *DOE*, n. 116, 17 de junio. [http://www.canalextrmadura.es/sites/default/files/DOE\\_116.pdf](http://www.canalextrmadura.es/sites/default/files/DOE_116.pdf)
- Fernández-Alonso, María-Isabel; Fernández-Viso, Ana** (2012). “Internal pluralism in the governance of public service broadcasters in Spain and the role of social groups and professionals: the case of RTVE”. *Communication & society*, v. 25, n. 2, pp. 203-230. [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art\\_id=426](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=426)
- Galicia (2011). “Ley 9/2011, de 9 de noviembre, de los medios públicos de comunicación audiovisual de Galicia”. *DOG*, n. 239, 16 de diciembre. [http://www.xunta.gal/dog/Publicados/2011/20111216/AnuncioC3B0-141211-9781\\_es.html](http://www.xunta.gal/dog/Publicados/2011/20111216/AnuncioC3B0-141211-9781_es.html)
- Hasebrink, Uwe** (2011). “Giving the audience a voice: The role of research in making media regulation more responsive to the needs of the audience”. *Journal of information policy*, v. 1, pp. 331-336. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.1.2011.0321>
- Heise, Nele; Loosen, Wiebke; Reimer, Julius; Schmidt, Jan-Hinrik** (2014). “Including the audience”. *Journalism studies*, v. 15, n. 4, pp. 411-430. [https://www.academia.edu/18004976/INCLUDING\\_THE\\_AUDIENCE](https://www.academia.edu/18004976/INCLUDING_THE_AUDIENCE) <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.831232>
- Illes Balears (2011). “Ley 15/2010, de 22 de diciembre, del Ente Público de Radiotelevisión de las Illes Balears”. *BOIB*, n. 2, 4 de enero, pp. 38-46. <http://boib.caib.es/pdf/2011002/mp38.pdf>
- Llorens, Carles; Costache, Andreea M.** (2014). “European Union media policy and independent regulatory authorities: A new tool to protect European media pluralism?”. *Journal of information policy*, v. 4, pp. 396-420. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.4.2014.0396>
- Madrid (2015). “Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid”. *BOCM*, n. 309, 29 de diciembre. [http://www.bocm.es/boletin/CM\\_Orden\\_BOCM/2015/12/29/BOCM-20151229-2.PDF](http://www.bocm.es/boletin/CM_Orden_BOCM/2015/12/29/BOCM-20151229-2.PDF)
- Mariscal-Berástegui, Nicolás** (2011). “Presentación”. *Cuadernos europeos de Deusto*, n. 45, pp. 13-19. <http://ced.revistas.deusto.es/article/view/1048/1228>
- Von-Krogh, Torbjörn** (2012). “Changing political attitudes towards media accountability in Sweden”. *Central European journal of communication*, v. 2, n. 9, pp. 204-223. <https://goo.gl/6AFpXq>
- Zallo, Ramón** (2014). “Análisis de la nueva ley de radio y televisión pública de Canarias”. *Revista latina de comunicación social*, v. 70, pp. 322-346. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1049>

# Colección de libros de bolsillo

## El profesional de la información (Editorial UOC)



**NOVEDAD**



El profesional de la  
**información**



**EDITORIAL UOC**

Más información:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros.html>