

INSTRUMENTOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS EN ESPAÑA. ANÁLISIS COMPARATIVO EN CATALUÑA, GALICIA, MADRID Y VALENCIA

Media accountability instruments in Spain. Comparative analysis in Catalonia, Galicia, Madrid and Valencia

Ruth Rodríguez-Martínez, Amparo López-Meri, Adoración Merino-Arribas y Marcel Mauri-Ríos



Ruth Rodríguez-Martínez, doctora en Periodismo por la *Universidad Complutense de Madrid*, es profesora en el *Departamento de Comunicación* de la *Universitat Pompeu Fabra (UPF)* y miembro del *Grup de Recerca en Periodisme* de la *UPF*. Sus principales líneas de investigación son el periodismo cultural, la ética en los medios, y el periodismo digital. Ha participado en proyectos de investigación financiados por el *Ministerio de Economía y Competitividad* de España y la *Comisión Europea*. Es investigadora principal del proyecto de investigación *MediaACES. Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles* (Mineco/Feder, UE, ref.: CSO2015-66404-P).

<http://orcid.org/0000-0001-5633-6126>

*Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138. 08018 Barcelona, España
ruth.rodriguez@upf.edu*



Amparo López-Meri es doctora en Periodismo y profesora del *Departamento de Ciencias de la Comunicación* de la *Universitat Jaume I* de Castellón. Sus líneas de investigación se centran en la reformulación del periodismo y de la comunicación política en el entorno digital. También investiga en campos como la ética de los medios de comunicación y la innovación en la educación superior. Participa en proyectos de investigación financiados por el *Ministerio de Economía y Competitividad* de España. Durante doce años ha trabajado como periodista y editora de informativos en varios medios españoles.

<http://orcid.org/0000-0003-3408-2190>

*Universitat Jaume I de Castellón, Facultat de Ciències Humanes i Socials
Departament de Ciències de la Comunicació
Av. Vicent de Sos Baynat, s/n. 12071 Castellón, España
meri@uji.es*



Adoración Merino-Arribas es doctora en Ciencias de la Información y diplomada en Formación del Profesorado. Periodista con 22 años de experiencia en grupos de comunicación, es profesora e investigadora de la *Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades* de la *Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)*. Sus líneas de investigación son: tratamiento informativo de la inmigración, comunicación digital, narrativa transmedia y redes sociales. Miembro del proyecto de investigación *Comunicación pública, transparencia, rendición de cuentas y participación en los gobiernos locales (GlobalCOM)*, del grupo de investigación *Coysodi (UNIR)* y del *Plan Propio de Investigación* de *Unir Research*.

<http://orcid.org/0000-0002-3294-9996>

*Universidad Internacional de La Rioja, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades
Avenida de La Paz, 137. 26006 Logroño, España
dory.merino@unir.net*



Marcel Mauri-Ríos es doctor en Periodismo por la *Universitat Pompeu Fabra (UPF)*. Sus principales líneas de investigación son la historia del periodismo y la deontología periodística, el periodismo de calidad y la rendición de cuentas. Es profesor e investigador del *Departamento de Comunicación* de la *UPF* y es consultor de *Ética y derecho de la información* en la *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*. Es investigador principal del proyecto de investigación *MediaACES. Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles* (Mineco/Feder, UE, ref.: CSO2015-66404-P).

<http://orcid.org/0000-0003-2615-8343>

*Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació
Roc Boronat, 138. 08018 Barcelona, España
marcel.mauri@upf.edu*

Resumen

Se analiza la existencia o no de instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Cataluña, Galicia, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. En total, se analizan 60 instrumentos de rendición de cuentas agrupados en cinco categorías desde la aparición de los primeros (a finales del s. XIX) hasta la actualidad, si bien centrándose en el último período de democracia. También se estudian las leyes sobre libertad de prensa existentes en cada territorio analizado. Los instrumentos analizados son: colegios y sindicatos de periodistas, consejos de prensa, códigos éticos, consejos audiovisuales, observatorios de medios, leyes sobre libertad de prensa, blogs de periodistas, asociaciones de espectadores y blogs de ciudadanos. La perspectiva comparativa permite conocer el estado de estos instrumentos en cada una de las cuatro comunidades autónomas estudiadas, observar semejanzas y diferencias, y detectar cuáles están más consolidados.

Palabras clave

Medios de comunicación; Rendición de cuentas; Códigos éticos; Leyes reguladoras; España, Cataluña, Galicia, Madrid, Valencia.

Abstract

The existence or lack of media accountability instruments in Catalonia, Galicia, Madrid, and Valencia is described. Among the 60 instruments analyzed are journalists associations and unions, press councils, codes of ethics, regulatory authorities, laws regulating the media, online media criticism by journalists bloggers, blogs about media written by members of the public, and viewers associations. A comparative perspective allows us to identify the status of these instruments in the areas studied, including their similarities and differences, and determine which ones are more consolidated within the studied media context.

Keywords

Media; Media accountability; Codes of ethics; Regulatory laws; Spain; Catalonia; Galicia; Madrid; Valencia.

Rodríguez-Martínez, Ruth; López-Meri, Amparo; Merino-Arribas, Adoración; Mauri-Ríos, Marcel (2017). "Instrumentos de rendición de cuentas en España. Análisis comparativo en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia". *El profesional de la información*, v. 26, n. 2, pp. 255-266.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.12>

1. Introducción

La idea, formulada en el siglo XVIII, de la prensa como "cuarto poder" se ha ido complementando e incluso sustituyendo por la convicción de que la información libre y plural es un elemento nuclear para cualquier democracia. Los medios de comunicación, como actores fundamentales en la configuración de la agenda y la opinión pública, tienen una alta responsabilidad en la transmisión de valores a la sociedad (Hardy, 2008). La tarea de un periodista o comunicador de garantizar que el derecho a la información y expresión de los ciudadanos se cumpla, debe ser ponderado con el cumplimiento de una serie de responsabilidades profesionales.

Según Kovach y Rosenstiel (2001, p. 181), todos los periodistas necesitan una brújula moral, es decir, una ética profesional para trabajar para el interés público y para proporcionar información de una forma verdadera, precisa y honesta (Alsius, 1999; Frost, 2011). Esta ética profesional es la base para realizar una comunicación basada en la excelencia y la calidad informativa.

Los medios de comunicación han elaborado diversos instrumentos para rendir cuentas a los ciudadanos sobre la acción que desarrollan (por ejemplo, los *ombudsmen*), como reflejo de una concepción del rol profesional que tiene en cuenta el papel de la ciudadanía en la fijación de los criterios éticos de los medios. La rendición de cuentas "se traduce en la voluntad periodística de ejercer la autorregulación profesio-

nal, la transparencia informativa y fomentar la participación del público" (Mauri-Ríos; Ramon-Vegas, 2015) con el fin de responder ante los ciudadanos por la actividad que los medios llevan a cabo.

Los sistemas que permiten una mayor interacción con el público han evolucionado al aprovechar las posibilidades que ofrecen las redes sociales e internet (Fengler *et al.*, 2014). Diversos estudios (Domingo; Heinonen, 2008; Eberwein, 2010; Fengler *et al.*, 2014; Ramon-Vegas; Mauri-Ríos; Alcalá, 2016) han demostrado que en Europa son habituales los instrumentos de rendición de cuentas que explotan las posibilidades del entorno online. En el caso español, estos estudios son más escasos (Fengler *et al.*, 2015; Mauri-Ríos; Ramon-Vegas, 2015) pero confirman esta mayor participación, interacción y transparencia.

El uso creciente de blogs, chats, redes sociales, botones de corrección u observatorios, ha generado nuevos espacios de supervisión, reflexión y debate sobre la línea editorial y la calidad de los contenidos, en los que la participación del público juega un papel fundamental. El auge de estos medios online no ha impedido la incipiente aparición de espacios de relación cara a cara con el público (como los consejos de redacción presenciales con los lectores). Todos estos mecanismos online y offline no sólo refuerzan el vínculo medio-usuario, sino que otorgan a los lectores el papel de responsables del compromiso de llevar a cabo un periodismo riguroso y de calidad.

2. Metodología

Si bien existen numerosas clasificaciones de los instrumentos de rendición de cuentas, esta investigación presta atención a los externos a los medios. Para elaborar la clasificación utilizada aquí, se han tenido en cuenta entre otras las de **Russ-Mohl** (2003) y **Fengler** (2008), que dividen a los instrumentos de rendición de cuentas actuales en:

- tradicionales: defensores del lector, consejos de prensa, etc.;
- innovadores: blogs de editores, actividades de los medios en las redes sociales, etc.

Se ha prestado atención a la clasificación de **Shoemaker y Reese** (1996), que diferencia los instrumentos según cuatro niveles de influencia en el periodismo:

- individual: blogs de periodistas;
- práctica profesional: consejos de prensa;
- organizacional: códigos éticos, defensores del lector;
- exterior a los medios: redes sociales, blogs de ciudadanos.

En lo referente a internet, tomando como punto de partida la división en cuatro niveles hecha por **Domingo y Heino-nen** (2008) de blogs sobre medios de comunicación, se han seguido cuatro criterios para la selección de blogs (los tres primeros ineludibles, el último opcional si se cumplen los tres anteriores):

- el tema principal es la ética periodística y la supervisión del trabajo de periodistas y medios;
- la autoría guarda relación con la profesión (periodistas, profesores, investigadores) o con instancias especializadas en *accountability* (colegios de periodistas, asociaciones profesionales, sindicatos de periodistas);
- está activo y se publican entradas con cierta regularidad;
- cuenta con un número significativo de suscriptores y/o de seguidores en redes sociales.

Para la selección y análisis de blogs se ha tenido en cuenta el documento *Best practice guidebook* de **MediaAct** (**Bichler et al.**, 2012), adaptado por **Mauri-Ríos y Ramon-Vegas** (2015) en el que se hace una codificación con las categorías:

- producción interna o externa a los medios;
- descripción de las especificaciones y uso del instrumento;
- formas de participación del público;
- valoración del mecanismo para la rendición de cuentas.

A partir de estas aportaciones se propone una clasificación

que tiene en cuenta los instrumentos mencionados anteriormente para organizarlos como se muestra en la tabla 1.

El análisis presta atención a los siguientes grupos de instrumentos externos a los medios en las comunidades autónomas estudiadas:

1) Instrumentos con intervención profesional:

- colegios profesionales, asociaciones y sindicatos de periodistas: un total de 18;
- consejos de prensa y consejos audiovisuales: 4;
- códigos deontológicos y recomendaciones: 22;
- blogs sobre periodismo: 10.

2) Instrumentos sin intervención profesional:

- asociaciones de espectadores: 6.

En total el trabajo se centra en 60 instrumentos. Se descartan del análisis otros como observatorios de medios, grupos de investigación académicos, revistas de medios y blogs de ciudadanos, por no tener una implantación homogénea en los territorios analizados.

A estos instrumentos de autorregulación se le añade el estudio de la legislación en comunicación vigente en cada territorio, que en total se compone de 27 leyes. Como ya se ha indicado, se presenta el estado de la cuestión de diversos instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia desde la aparición de los primeros de ellos a finales del siglo XIX hasta la actualidad, si bien el estudio se centra en los aparecidos en los años de democracia.

A pesar de que no se cubre la totalidad de las comunidades autónomas se considera que las seleccionadas son representativas del contexto mediático español (según **Hallin y Mancini**, 2004, España forma parte del modelo mediático mediterráneo o pluralista polarizado que consiste en un contexto de medios de comunicación plurales pero muy mediatizados por la polarización política y con una fuerte influencia del poder político y económico), y al mismo tiempo cuentan con un contexto social, político y económico diferente (**Alsius; Mauri-Ríos; Rodríguez-Martínez**, 2011; **Almirón, Narberhaus; Mauri-Ríos**, 2016). Esto proporciona datos interesantes sobre los instrumentos presentes en todas las comunidades estudiadas (Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia), y los que están presentes únicamente en alguna o algunas de ellas.

Tabla 1.

Instrumentos	Internos	Externos
Con intervención profesional	Defensor del lector Blog del defensor del lector Blog del editor Sección de medios o comunicación Perfiles oficiales del medio en redes sociales	Colegios de periodistas Sindicatos de periodistas Consejos de prensa Consejos audiovisuales Observatorios de medios Grupos de investigación académicos Revistas de medios Blogs de periodistas
Sin intervención profesional	Cartas al director Chats y encuentros con lectores Botones de corrección de contenido Sección de contenido generado por usuarios	Asociaciones de espectadores Blogs de ciudadanos

Las preguntas de investigación son las siguientes:

Q1: Qué instrumentos de rendición de cuentas existen en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia, que sean externos a los medios con intervención profesional.

Q2: ídem, sin intervención profesional.

Dado que un gran número de los instrumentos incluidos en el análisis no existen a nivel estatal, el enfoque comparativo entre Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia, proporciona datos interesantes sobre las diferencias entre las comunidades autónomas estudiadas.

3. Resultados

3.1. Instrumentos sin intervención profesional: asociaciones de espectadores

Madrid, Cataluña y Valencia cuentan con asociaciones para la defensa de los derechos e intereses de los espectadores. Destaca el caso de Madrid, que dispone de tres entidades (tabla 2). En el lado opuesto se encuentra Galicia, con ninguna asociación en activo¹.

Las pioneras fueron la *Asociación de Telespectadores y Ra-*

dioyentes (ATR) de Madrid y la *Associació de Consumidors de Mitjans Audiovisuals (TAC)* de Cataluña, ambas fundadas en 1985. Una década después, en Madrid nace la *Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)*. En 2001 *ATR* abre delegación en Alicante (*ATR-Alicante*), y en 2008 amplía su radio de acción a toda la Comunidad Valenciana (*ATR-CV*). También en 2008 se constituye la *Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios (ICMedia)* con sede en Madrid, que integra a todas las asociaciones mencionadas, a excepción de *AUC*.

Como instrumentos de *accountability*, las asociaciones de espectadores tienen la misión de ejercer de puente entre la audiencia y los generadores y distribuidores de contenidos

Como instrumentos de *accountability*, estas asociaciones tienen la misión de ejercer de puente entre la audiencia y los generadores y distribuidores de contenidos (productores, cadenas de televisión y emisoras de radio). Además

Tabla 2. Asociaciones de espectadores

Comunidad	Asociación	Creación	Competencias / actividades	Reclamaciones
Madrid	ATR	1985	Formación: cursos para alumnado, profesorado y familias. Organizan los Premios ATR para valorar la calidad de contenidos audiovisuales. Control: no elaboran resoluciones, pero sí presentan denuncias contra medios, aunque con poca frecuencia. Ejemplo: Denuncia contra el programa <i>Aquí hay tomate</i> (2006) de <i>Tele 5</i> .	Formulario de quejas en su web: http://atrmadrid.com/el-rincon-del-espectador/quejas-a-traves-de-atr Gestionan las reclamaciones de los usuarios.
	AUC	1998	Formación: campañas de divulgación y cursos. Regulación: informes jurídicos para leyes y proyectos de ley. Control: denuncias y resoluciones por malas prácticas.	Formulario para quejas y sugerencias en su web. Sí gestionan reclamaciones de los usuarios (formulario en su web y también remiten a http://tvinfancia.es/tvinfancia/content/reclamaciones)
	ICMedia	2008	Formación: sesiones informativas y talleres. Premios a la calidad de contenidos. Regulación: elaboran informes sobre leyes en tramitación. Deontología: recomendaciones sobre uso de redes sociales y protección a menores; artículos académicos; estudios y análisis sobre cambios legislativos.	Formulario en su web para quejas, pero remite a http://tvinfancia.es/tvinfancia/content/reclamaciones
Cataluña	TAC	1985	Formación: sesiones formativas para padres y alumnos, conferencias y cursos. Control: emiten resoluciones que suelen cumplir tanto los medios como la administración pública. Prestan atención telefónica y presencial para canalizar sugerencias y quejas de los espectadores a los profesionales, directivos y responsables de contenidos de las cadenas.	Puente entre espectadores y responsables de las televisiones. Sin embargo, no existe un espacio en la web que recopile las reclamaciones de los usuarios de los medios.
Valencia	ATR-Alicante (ATR-CV)	2001 (2008)	Formación: conferencias y campañas formativas en centros de enseñanza y para familias. Organizan los Premios Hermes a la calidad de los contenidos audiovisuales.	Buzón online en su web para sugerencias y quejas. También remite a http://tvinfancia.es/tvinfancia/content/reclamaciones
Galicia	Aterga	2004	Formación: conferencias sobre consumo de medios, y campañas en centros educativos sobre la dieta mediática de niños. La asociación registra una actividad muy esporádica entre 2004 y 2009.	Aterga carece de web y no presenta por tanto ningún sistema de recogida de quejas o sugerencias de los espectadores.

Tabla 3. Colegios profesionales, sindicatos y asociaciones de periodistas

		Madrid	Cataluña	Valencia	Galicia
Colegio profesional	Nombre	–	<i>Col·legi de Periodistes de Catalunya</i>	–	<i>Colegio Profesional de Xornalistas de Galicia</i>
	Año creación	–	1985	–	2000
Sindicato periodistas	Nombre	<i>Sindicato de Periodistas de Madrid</i>	<i>Sindicat de Periodistes de Catalunya</i>	–	<i>Sindicato de Xornalistas de Galicia</i>
	Año creación	1999	1993	–	2005
Asociaciones profesionales	Nombre	<i>Asociación de la Prensa de Madrid</i>	<i>Associació de Dones Periodistes de Catalunya</i>	<i>Asociación de la Prensa de Alicante</i>	<i>Asociación de Prensa de La Coruña</i>
	Año creación	1895	1992	1904	1904
	Nombre	–	<i>Associació de Periodistes Europeus de Catalunya</i>	<i>Unió de Periodistes Valencians</i>	<i>Asociación de la Prensa de Vigo</i>
	Año creación	–	1989	1997	1915 (aprox)
	Nombre	–	–	<i>Asociación Profesional de Periodistas Valencianos</i>	<i>Asociación de Periodistas de Galicia</i>
	Año creación	–	–	2011	1995
	N. de socios	–	–	200	–
	Nombre	–	–	<i>Asociación de Periodistas de Castellón</i>	<i>Asociación de Periodistas de Santiago de Compostela</i>
	Año creación	–	–	–	1945
	Nombre	–	–	<i>Mujeres Periodistas del Mediterráneo</i>	<i>Federación Galega de Asociaciones de Periodistas</i>
Año creación	–	–	2006	–	

prestan especial atención a colectivos vulnerables, como la infancia y la adolescencia. Su campo de actuación incluye las prácticas asociadas a los medios tradicionales, pero también a internet, redes sociales, animación y videojuegos.

En su papel de mediadoras, gestionan las reclamaciones de los usuarios. La mayoría cuenta con un buzón para quejas en su web, que suele redirigir a la página del *Código de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia* firmado por RTVE, Forta, Mediaset España, Atresmedia, NetTV y Unidad Editorial. La asociación catalana TAC no cuenta con este servicio en su web, pero atiende a los usuarios por teléfono y en su sede. Sólo las asociaciones madrileñas ICMedia y AUC desempeñan la función de regulación con normalidad, entendiendo por regulación la emisión de informes jurídicos sobre proyectos de ley o leyes en tramitación. ICMedia elabora además recomendaciones deontológicas sin carácter vinculante, a modo de guías para los profesionales de los medios.

3.2. Instrumentos con intervención profesional (I): colegios profesionales, sindicatos y asociaciones de periodistas

Los colegios profesionales, sindicatos y asociaciones de periodistas garantizan el buen funcionamiento de la profesión, porque gestionan instrumentos de autocontrol y miden el cumplimiento de la ética periodística (Rodríguez, 2009). De ahí el interés por evaluar su presencia. El análisis muestra un resultado desigual respecto a la implantación de estas organizaciones.

Los periodistas de Cataluña y Galicia estarían más protegidos que en el resto de las comunidades, porque ambas

cuentan con un colegio profesional y un sindicato de periodistas (tabla 3). Cataluña es la primera comunidad en asumir estos mecanismos de autorregulación y protección, cuando en 1985 se constituye el *Col·legi de Periodistes de Catalunya*, que cuenta con 3.700 colegiados. Galicia tardó 15 años en seguir el ejemplo catalán y tiene 1.100 colegiados.

La Comunidad Valenciana se encuentra en el extremo opuesto, porque no tiene colegio ni sindicato de periodistas. Esta particular situación ha derivado en un mayor desarrollo del tejido asociativo. Actualmente existen al menos cinco asociaciones de periodistas, y la mayoría está a favor de crear un colegio profesional. La más representativa por número de asociados es la *Unió de Periodistes Valencians*, con 750 socios.

Los periodistas de Cataluña y Galicia están más protegidos que en el resto de comunidades, porque ambas cuentan con un colegio profesional y un sindicato de periodistas

En un estadio intermedio se sitúa la Comunidad de Madrid, sin colegio profesional, pero con sindicato de periodistas desde 1999². La ausencia de colegio se cubre desde la *Asociación de la Prensa*, la más antigua de España, fundada a finales del siglo XIX. Aunque se han sucedido intentos por crear un colegio profesional en Madrid, ninguna iniciativa ha llegado a consolidarse.

Las asociaciones de profesionales comparten la oferta de un variado catálogo de servicios o actividades formativas para sus miembros. Además desempeñan funciones deontológicas elaborando recomendaciones y guías para el correcto tratamiento informativo de colectivos vulnerables. Algunas de estas organizaciones prestan asesoramiento a la administración pública en relación con los medios públicos de su respectiva comunidad, y también elaboran estudios y encuestas a sus socios sobre la precariedad en el sector. Ninguna de ellas supera los 1.000 socios, lo que pone de manifiesto la mayor importancia de los colegios profesionales frente a las asociaciones en las comunidades estudiadas.

3.3. Instrumentos con intervención profesional (II): consejos de prensa y consejos audiovisuales

3.3.1. Consejos de prensa

En España sólo existe un consejo de prensa en sentido estricto. Se trata del *Consell de la Informació de Catalunya (CIC)*, que nace en 1997 ligado al *Colegio de Periodistas de Catalunya (CPC)*, aunque dos años después, en 1999, adquiere personalidad jurídica propia y se convierte en la *Fundació Consell de la Informació de Catalunya (FCIC)*. Es el primer organismo independiente nacido en España para velar por la deontología periodística. En el ámbito autonómico no existe ninguna entidad similar (tabla 4). No obstante en 2004 la *Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE)* creó la *Comisión de Quejas y Deontología*. Sin embargo es la

FCIC y no la *Comisión de la FAPE* la que se ha incorporado a la *Alliance of Independent Press Councils of Europe (Aipce)*.

Cuenta con representación de profesionales, empresas y público. Las empresas tienen una presencia débil, aunque las que se incorporan, contribuyen a sufragar el coste de su funcionamiento (Alsius, 2012). No tiene capacidad para sancionar (Fielden, 2012; Koene, 2009), pero desempeña un papel de *accountability* clave en el escenario comunicativo catalán (Oliva, 2013). En total abrió 645 expedientes entre 1997 y 2015. Puede consultarse la información sobre las quejas recibidas y resueltas en su sitio web, en el apartado "Expedientes y memorias".

<http://fcic.periodistes.org/expedients-i-memories>

3.3.2. Consejos audiovisuales

En los consejos audiovisuales también Cataluña es pionera en España, tras aprobar el *Parlament* la creación del *Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)* en el año 2000³. Cabe matizar que cinco años antes, en 1995, se creó en Galicia el *Consello Asesor de Telecomunicacions e Audiovisual*⁴, pero este organismo no tiene capacidad sancionadora, a diferencia de su homólogo catalán. Hasta hace unos meses, sólo Andalucía contaba con un instrumento de *accountability* similar al CAC. Sin embargo, la Comunidad Valenciana, acaba de sumarse a la lista, aunque el organismo está todavía en proceso de formación. También resulta destacable que la Comunidad de Madrid no cuente con consejo audiovisual (tabla 4).

Tabla 4. Consejos de prensa y consejos audiovisuales

	Consejos de prensa	Consejos audiovisuales
Madrid	-	-
Cataluña	1997. <i>Consell de la Informació de Catalunya</i>	2000. <i>Consell de l'Audiovisual de Catalunya</i>
	Composición: profesionales, expertos y usuarios	Composición: políticos y expertos elegidos por políticos
	Competencias: - recomendaciones morales - sin potestad sancionadora - canalizar quejas ciudadana	Competencias: - imponer sanciones económicas o suspensión de emisiones - conceder o retirar licencias audiovisuales para emitir en el espacio público - controlar si se cometen infracciones - promover medidas de correulación y autorregulación - funciones arbitrales y de mediación
Valencia	-	<i>Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana</i> (en proceso de creación, previsto para 2017)
	-	Composición (previsión): expertos, con mandato superior a una legislatura
	-	Competencias (previsión): - imponer sanciones - intervención en adjudicación de licencias - regulación sobre contenidos - gestión del archivo audiovisual de la Generalidad
Galicia	-	1995. <i>Consello Asesor de Telecomunicacions e Audiovisual</i>
	-	Composición: políticos, expertos, medios, operadores de telecomunicaciones, usuarios...
	-	Competencias: - emitir informes y asesorar - resolver conflictos a través de arbitraje - propiciar el autocontrol en los contenidos de medios audiovisuales - no sanciona

Tabla 5. Principales códigos éticos y recomendaciones

	Madrid	Cataluña	Valencia	Galicia
Deontología	2003. FAPE Código deontológico	1992. <i>Col·legi de Periodistes Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya</i>	2013. <i>Unió de Periodistes</i> Derechos y obligaciones de los periodistas Derechos y límites del periodismo gráfico	2008. <i>Colexio Profesional de Xornalistas. Código deontológico do xornalismo galego</i>
Menores jóvenes	2014. FAPE Recomendaciones para el trata- miento mediático de los menores	2015. <i>Consell Audiovisual de Catalunya (CAC)</i> Tratamiento de la bulimia y anorexia	2004. <i>Unió de Periodistes. Mans Menudes (Manos Pequeñas)</i>	2008. <i>Colexio Profesional de Xornalistas. Punto 11 del Código deontológico do xornalismo galego: Tratar con especial tino toda información que afecte a menores</i>
	2014. <i>Aldeas Infantiles</i> <i>Código ético periodístico para la infancia vulnerable</i>	2014. CAC Manual de estilo para tratar el maltra- to infantil		
	2005. <i>Atresmedia, Mediaset, NET TV, VEO TV, Crtye y Forta.</i> <i>Código ético de autorregulación de contenidos de TV e infancia</i>	2010. <i>CAC/Col·legi</i> Decálogo para el tratamiento de las personas jóvenes 2009. CAC Menores en programas de TV		
Mujer	–	2010. <i>Col·legi y Assoc. de Dones Periodistes</i> Representación equilibrada de muje- res y hombres en los medios 2015. <i>Ayunt. de Barcelona</i> Recomendaciones para abordar la prostitución	2010. <i>Generalitat Valenciana. Libro de estilo para el buen uso de la imagen de la mujer en los medios</i>	–
Violencia de género	2005. FAPE Recomendaciones para las bue- nas prácticas en la información sobre violencia de género	2010. CAC Recomendaciones para tratar la violencia machista	2002. <i>Unió de Periodistes</i> Noticias con lazo blanco	–
Inmigración	2002. <i>Dircom</i> Código ético (incluye algunas pautas sobre diversidad cultural)	2002. CAC Recomendaciones para tratar la inmigración	2007. <i>ONG Rescate</i> Inmigración y refugio en los medios	–

La iniciativa valenciana responde a una demanda histórica de las asociaciones profesionales, vinculada a las acusaciones de manipulación en el ente público *Radiotelevisión Valenciana (RTVV)*, disuelto por el *Partido Popular* en noviembre de 2013⁵. El nuevo Gobierno, dirigido por una coalición de partidos de izquierdas, aprobó la *Ley de creación de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC)* en julio de 2016, para recuperar el servicio público de radio y televisión en la Comunidad Valenciana. Esta norma prevé la institución del *Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV)*⁶. Este organismo llega con diez años de retraso, porque la legislación⁷ ya instaba a su constitución desde 2006 (*Vidal-Beltrán, 2011*).

“Cataluña es pionera en España en los consejos audiovisuales ya que cuenta desde 2000 con el *Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)*”

En cuanto a la composición de estos organismos, el CAC presenta un perfil político (*Alsius; Mauri-Ríos; Rodríguez-Martínez, 2011*), dado que el *Govern* elige al presidente y el *Parlament* a sus cinco consejeros, por mayoría cualificada de dos tercios. En cambio para el consejo valenciano en fase

de formación, se trabaja con la idea de contar con expertos y que su mandato exceda la legislatura, para desvincular su nombramiento del período parlamentario y garantizar su independencia.

3.4. Instrumentos con intervención profesional (III): principales códigos éticos y recomendaciones

Las cuatro comunidades cuentan con códigos éticos y recomendaciones dirigidos a los profesionales de la comunicación, con el fin de que realicen su trabajo de una forma responsable y adecuada a los derechos fundamentales (*Navarro-Rodríguez; Casas-Herrada, 2009*). Se trata de instrumentos para el control externo de la labor de los periodistas y los medios, que buscan concienciar a los profesionales de su responsabilidad ética, sustentada en valores morales personales y una sólida formación del oficio, más que en un elenco de formas externas de vigilancia (*Aznar, 1997*).

Cataluña destaca tanto por ser la pionera en publicar la *Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya* (1992), como por tener el mayor número de documentos, debido a la prolífica actividad de su colegio de periodistas y del CAC. Ocupa el segundo lugar la Comunidad Valenciana, que también cuenta con libros de estilo, códigos o recomendaciones sobre cuestiones éticas, elaborados principalmente por la *Unió de Periodistes Valencians* o el propio Gobierno autonómico.

La Comunidad de Madrid se acoge al código ético de la FAPE. En cambio no cuenta con recomendaciones específicas sobre mujer, violencia de género o inmigración. Galicia cuenta con un código deontológico muy genérico, emitido por el *Colegio Oficial de Xornalistas*, que sólo hace una referencia concreta al tratamiento informativo sobre menores.

El análisis muestra el auge de protección respecto a los menores, especialmente en los contenidos de televisión. Se trata de recomendaciones que pueden acarrear sanciones si se vulneran. En el conjunto de las cuatro comunidades se ve un avance escalonado desde que en 2004 apareciera *Manos Pequeñas* (*Unió de Periodistes*, Valencia) hasta la publicación de otros tres libros de estilo en 2014, dos en Madrid (*FAPE* y *Aldeas Infantiles*) y uno en Cataluña (*CAC*).

También se aprecia el interés por mejorar el tratamiento periodístico sobre la mujer y la violencia de género. Esta tendencia se ha reforzado con legislación (tabla 5) y con acuerdos de carácter deontológico entre los medios y el Gobierno español⁸. Valencia y Cataluña también abordan el tratamiento de la inmigración.

3.5. Instrumentos con intervención profesional (y IV): blogs sobre periodismo

El análisis indica un creciente interés por supervisar la actividad de los medios desde blogs elaborados por periodistas y profesionales de la comunicación. Conforme a los criterios expuestos en la metodología, destacan 10 iniciativas a cargo de periodistas, profesores, colectivos de trabajadores vinculados a medios o representantes de sindicatos y asociaciones profesionales (tabla 6).

El blog más veterano es *Malaprensa* (2004), elaborado por Josu Mezo, que se dedica a denunciar los errores cometidos por los medios.

Como contrapunto, *La buena prensa* (2008) de Miguel Ángel Jimeno se encarga de realzar el trabajo bien hecho y contrastado.

Junto a estos ejemplos, pendientes de los medios nacionales, despunta el contexto catalán, con al menos seis blogs de periodistas que denuncian faltas de ética, como plagios y rumores.

Tabla 6. Blogs sobre periodismo

	Blog	Inicio	Responsable	Seguidores	Misión / Temas
Madrid	<i>Malaprensa</i> http://www.malaprensa.com <i>@malaprensa</i>	2004	Josu Mezo (<i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>)	322 suscritos 10.700 <i>Twitter</i>	Publicar los errores y chapuzas de la prensa española: gráficos incorrectos, conceptos erróneos, mala interpretación de estadísticas...
	<i>La buena prensa</i> http://labuenaprensa.blogspot.com.es	2008	Miguel Ángel Jimeno (<i>Universidad de Navarra</i>)	446 suscritos	Reconocer el buen periodismo. <i>Premios La buena prensa</i> con 7 categorías: reportaje, entrevista, análisis, crónica, cobertura, serie, hecho imprevisto
Cataluña	<i>Mèdia.cat</i> http://www.media.cat <i>@MediacatCat</i>	2009	Grupo <i>Periodistes</i> Ramon Barnils	16.600 <i>Twitter</i>	Ética en las imágenes y en las informaciones
	Blog de Roger Vilalta https://rogervilalta.wordpress.com <i>@rogervilalta</i>	2011	Roger Vilalta	59 suscritos 1.305 <i>Twitter</i>	Ética periodística y actualidad
	Miquel Pellicer http://miquelpellicer.com <i>@mik1977</i>	2007	Miquel Pellicer	6.141 <i>Twitter</i>	Ética y calidad, inmigración, fotoperiodismo
	Francesc Ràfols https://francescrafols.wordpress.com	2014	Francesc Ràfols (<i>Sindicat Periodistes de Catalunya</i>)	Sin <i>Twitter</i>	Libertad de prensa, violencia contra periodistas
	<i>Paper papers</i> http://www.paperpapers.net <i>@gpeltzer</i>	2005	Gonzalo Peltzer y Toni Piqué (<i>Univ. Internac. de Cataluña</i>)	8.800 <i>Twitter</i>	Ética, veracidad, deontología, calidad, rectificación, sensacionalismo, libertad de expresión
	FCINC http://isaacsalvatierra.cat <i>@isaactiana</i>	2014	Isaac Salvatierra (<i>Universitat de Barcelona</i>)	2.849 <i>Twitter</i>	Ética, calidad y transparencia informativa
Valencia	<i>Mildenou</i> http://mildenou.com <i>@mildenou</i>	2013	Plataforma de afectados por el ERE de <i>Radiotelevisión Valenciana</i>	4.235 <i>Twitter</i>	Defensa de la radiotelevisión pública
Galicia	<i>Eu non manipulo, e ti?</i> https://eunonmanipulo.wordpress.com <i>@eunonmanipulo</i>	2013	Comité de Empresa de la <i>Televisión de Galicia</i> (TVG). Pertenece a la <i>Federación de Sindicatos de Periodistas</i> (FeSP)	1.534 <i>Twitter</i>	Recoge las protestas de la redacción en casos de manipulación. Demanda un estatuto profesional conforme a la ley gallega 9/2011

Tabla 7. Legislación para proteger la libertad de prensa

	Madrid	Cataluña	Valencia	Galicia
Estatutos	<i>Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, del Estatuto de Autonomía de la Com. de Madrid</i>	<i>Ley Orgánica 6/2006, de 19 de julio, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya</i>	<i>Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de reforma del Estatuto de Autonomía de la Com. Valenciana</i>	<i>Ley Orgánica 1/1981, de 6 de abril, del Estatuto de Autonomía de Galicia</i>
	1983	2006	2006	1981
Medios públicos	<i>Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid</i>	<i>Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)</i>	<i>Ley 6/2016, de 15 de julio, del Servicio Público de Radio y Televisión (creación CVMC)</i>	<i>Ley 9/2011, de 9 de noviembre, de los medios públicos de comunicación audiovisual de Galicia</i>
	2015	2007	2016	2001
Sector audiovisual	<i>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la comunicación audiovisual</i>	<i>Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Catalunya</i>	<i>Ley 1/2006, de 19 de abril, del sector audiovisual (Com. Valenciana)</i>	<i>Ley 6/1999, de 1 de septiembre, del audiovisual de Galicia</i>
	2010	2005	2006	1999
Política lingüística	–	<i>Ley 1/1998, de 7 de enero, de política lingüística (Capítulo IV)</i>	<i>Ley 4/1983, de 23 de noviembre, de uso y enseñanza del valenciano (Título III)</i>	<i>Ley 3/1983, de 15 de junio, de normalización lingüística (Título IV)</i>
		1998	1983	1983
Menores	<i>Ley 6/1995, de 28 de marzo, de Garantías de los derechos de la infancia y la adolescencia en la Com. de Madrid (Títulos II y III)</i>	<i>Ley 14/2010, de 27 de mayo, de los derechos y oportunidades en la infancia y la adolescencia (Título II, Capítulo IX)</i>	<i>Ley 12/2008, de 3 de julio de 2008, de Protección integral de la infancia y la adolescencia de la Comunitat Valenciana (Título II, Capítulo XII)</i>	<i>Ley 3/2011, de 30 de junio, de apoyo a la familia y a la convivencia de Galicia (Título II, Capítulo II)</i>
	1995	2010	2008	2011
Mujer	<i>Ley 2/2016 de 29 de marzo, de identidad y expresión de género e igualdad social y no discriminación</i>	<i>Ley 17/2015, del 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres (Título I, Capítulo IV)</i>	<i>Ley 9/2003, de 2 de abril, de la Generalitat, para la igualdad entre mujeres y hombres (Título II, Capítulo VII)</i>	<i>DECRETO legislativo 2/2015, de 12 de febrero, para refundir las disposiciones legales gallegas en materia de igualdad</i>
		2015	2003	2016
Publicidad institucional	<i>Proposición de ley de publicidad y comunicación institucional (en trámite)</i>	<i>Ley 18/2000, de 29 de diciembre, de la publicidad institucional</i>	<i>Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional de la Com. Valenciana</i>	<i>Ley 1/2016, de 18 de enero, de transparencia y buen gobierno (incluye artículos)</i>
		2000	2003	2016

Destaca la plataforma *Media.cat* (2009), con más de 16.000 seguidores en *Twitter*, que engloba los blogs de varios periodistas, entre ellos Roger Vilalta y Francesc Ràfols, secretario del *Sindicat de Periodistes de Catalunya*. *Media.cat* anima a la ciudadanía a enviar noticias poco contrastadas, para analizarlas en el blog. También edita un anuario con las informaciones más polémicas del año.

En Cataluña existen además blogs formativos, como *FCINC* y *Paper papers*.

Por último, Galicia y Valencia cuentan con un blog elaborado por los trabajadores o ex-trabajadores de sus respectivas radiotelevisiónes públicas. Ambos empiezan a publicar entradas en 2013. En el caso valenciano, *Mildenou* surge con motivo del juicio por el ERE aplicado en *RTVV*. Actualmente supervisa el proceso de creación de la televisión pública. Respecto al caso gallego, el *Comité de Empresa* de la *Televisión de Galicia* (TVG) inicia *Eu non manipulo, e ti?* para denunciar las manipulaciones de los informativos ante la

ausencia de un *Consejo de Informativos*.

Todas estas iniciativas no suponen una amenaza para los medios, sino para las malas prácticas periodísticas (Molina, 2008). Permiten y fomentan la participación de la audiencia, no sólo con comentarios, sino interactuando de forma activa, incluso trasladando el debate a las redes sociales.

3.6. Legislación para proteger la libertad de prensa

En el plano legislativo no se aprecian diferencias notables. Se constata que no existen normas específicas sobre la libertad de prensa de ámbito regional. Las comunidades autónomas se amparan en la *Ley de Prensa* de 1966, vigente tras medio siglo. No obstante, cuentan con regulación autonómica sobre las obligaciones y responsabilidades de los medios, especialmente si se trata de medios de titularidad pública (tabla 7).

Las cuatro comunidades regulan el funcionamiento de sus corporaciones de radio y televisión públicas. Madrid y Va-

lencia, dos de las autonomías que más críticas han recibido por manipulación en sus medios públicos, acaban de actualizar esta legislación.

En Madrid la nueva norma data de 2015, busca la despolitización y establece como novedad que ningún miembro del *Consejo de Administración* puede ser dirigente político.

La ley valenciana de 2016 también nace con el ánimo de desvincularse de la política. Por eso el *Consejo Rector* que gestiona la *Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC)* tiene un mandato de seis años, para desligarse de la legislatura. Como novedad, la *Corporación Valenciana* tendrá un *Consejo de la Ciudadanía* y un *Consejo de Informativos*⁹.

El sector del audiovisual también juega un papel relevante. En esta materia las leyes más recientes son de Cataluña (2005), Comunidad Valenciana (2006) y Comunidad de Madrid (2010). La norma de Galicia, aunque vigente, ha quedado superada por la legislación estatal sobre comunicación audiovisual¹⁰. Asimismo las comunidades con lengua co-oficial han legislado para fomentar la producción de contenidos y el acceso a medios en sus respectivas lenguas.

Cataluña y Valencia han regulado además la inserción de publicidad institucional. En la Comunidad de Madrid, *Ciudadanos* ha presentado una proposición de ley en la misma línea, y también la ley gallega de transparencia y buen gobierno incluye varios preceptos sobre esta materia.

Por último, igual que ocurre con las recomendaciones deontológicas, se aprecia el interés del legislador por la protección de colectivos vulnerables, como los menores o la mujer. Las cuatro comunidades cuentan con normativa al respecto, pero a diferencia de las normas éticas, su incumplimiento conlleva sanciones.

Las cuatro comunidades disponen de códigos éticos y recomendaciones dirigidos a los profesionales de la comunicación

4. Discusión y conclusiones

El análisis muestra diferencias entre los instrumentos de rendición de cuentas analizados y apunta diferencias importantes en la configuración del contexto mediático de cada territorio.

Los códigos éticos, la legislación para proteger la libertad de prensa, los blogs sobre medios y las asociaciones de espectadores son los instrumentos que tienen presencia en todas las comunidades autónomas estudiadas.

Las asociaciones de espectadores están presentes de manera activa en Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana, pero en Galicia la asociación *Aterga* no cuenta con un sistema real de recogida de quejas o sugerencias por parte de los espectadores. Se considera necesario analizar este aspecto con más detalle en futuras investigaciones. Las asociaciones de espectadores no sólo tienen como función la de reco-

ger quejas o sugerencias de los ciudadanos, ya que también asumen competencias sobre formación, control, regulación y deontología. Madrid es, en este caso, la comunidad autónoma con mayor número de asociaciones y las que mayor número de funciones cumplen.

Entre los temas especializados a los que prestan atención los códigos éticos destacan las recomendaciones sobre violencia de género, inmigración y menores (especialmente sobre contenidos televisivos). Tan sólo Cataluña y Comunidad Valenciana cuentan con libros de estilo y recomendaciones sobre la cobertura de la mujer en los medios. La unanimidad sobre este aspecto se encuentra en la legislación existente, ya que todas las comunidades autónomas estudiadas protegen la igualdad entre hombres y mujeres. De igual modo, los menores también cuentan con leyes específicas que protegen sus derechos.

La presencia de blogs que analizan la calidad y ética de los medios de comunicación pone de manifiesto la importancia de internet como espacio para debatir sobre estas cuestiones. Destaca aquí el alto número de blogs de profesionales y académicos que existen en Cataluña.

El blog *Malaprensa* (2004) denuncia los errores cometidos por los medios. Como contrapunto, *La buena prensa* (2008) destaca el trabajo bien hecho y contrastado

Los instrumentos que cuentan con una aceptación media son los colegios profesionales, los sindicatos y las asociaciones de periodistas. Cataluña y Galicia son las únicas comunidades que cuentan con colegio profesional y sindicato de periodistas, mientras que Madrid carece de colegio profesional, pero sí tiene sindicato de periodistas. En el caso opuesto se encuentra la Comunidad Valenciana, que no tiene colegio ni sindicato de periodistas. Las diferentes situaciones en las que se encuentra la profesión periodística en las comunidades analizadas, así como las dificultades para conocer el número total de periodistas existentes en ellas, ponen de manifiesto la ausencia de un fuerte y homogéneo desarrollo del profesionalismo periodístico.

Los instrumentos externos a los medios que menos presencia tienen en las comunidades estudiadas son los consejos audiovisuales y los consejos de prensa. El hecho de que la propuesta de crear un consejo audiovisual en España (*CNMC*) no llegara a consolidarse, permite comprender la ausencia de este organismo en varias de las comunidades autónomas estudiadas. Sólo Cataluña cuenta con el *Consell Audiovisual de Catalunya (CAC)*, que desempeña el papel de autoridad regulatoria, ya que Madrid dispone de un consejo con funciones meramente consultivas. Es interesante la situación de la Comunidad Valenciana, que en estos momentos se encuentra en la fase de creación de un consejo audiovisual, con competencias similares a las del *CAC* catalán, pero con un perfil menos político. Cataluña también supone una excepción respecto a los consejos de prensa, ya que es la única que desde 1997 dispone de un instrumento de este tipo: el *Consell de la Informació*. Si bien a nivel estatal la

Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) creó la *Comisión de Quejas y Deontología*, sería positiva la existencia de consejos de prensa en cada una de las comunidades estudiadas.

El estudio de los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia permite observar las diferencias de cada territorio e identificar aquellos instrumentos cuya creación sería deseable para garantizar mayor independencia de la profesión periodística y calidad de la información. Asimismo, futuros trabajos serán necesarios para:

- analizar la totalidad de las comunidades autónomas;
- comprobar hasta qué punto el panorama mediático español es diverso o no;
- especializarse en el estudio de temas concretos, como las recomendaciones específicas que los instrumentos de rendición de cuentas disponen sobre colectivos vulnerables como los menores;
- identificar la aparición de nuevos instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios, especialmente los propiciados por la web 2.0.

Agradecimientos

Los resultados de este artículo han sido desarrollados en el marco del Proyecto de Investigación *MediaACES. Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles*, financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad (Mineco/Feder, UE, ref.: CSO2015-66404-P)* dentro del *Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia*.

<https://mediaaccountabilityspain.com>

Notas

1. En 2004 se fundó la *Asociación de Televidentes y Radioyentes de Galicia (Aterga)*, pero no se ha registrado ninguna actividad vinculada a esta asociación desde 2009, ni cuenta con una web que sirva de vía de contacto con la audiencia.

2. En 2001 nació la *Federación de Sindicatos de Periodistas* que aglutina a los sindicatos existentes en las diferentes comunidades.

3. La actividad del *Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)* se rige por la *Ley 2/2000*, de 4 de mayo, del *Consejo del Audiovisual de Cataluña*, así como por la ley marco del sector, la *Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña*.

4. El *Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual de Galicia* apenas tiene actividad. No actualiza su web desde 2010. Además, desde sus inicios en 1995 se ha caracterizado por su inoperatividad, al estar compuesto por 180 miembros entre representantes de la administración autonómica, administración local, universidades de Galicia, sindicatos, usuarios, operadores, medios y asociaciones del audiovisual. El elevado número de integrantes dificulta su funcionamiento, por lo que existe una *Comisión Permanente* de 18 miembros, aunque caracterizada por su politización, dado que la mayoría de sus miembros pertenece a la administración.

5. El Gobierno valenciano presidido por Alberto Fabra (*PP*), aprobó la disolución y liquidación de *Radiotelevisión Valenciana (RTVV)* en noviembre de 2013 después de que la justicia declarara ilegal el ERE aplicado en el ente público. Para justificar el cierre, Fabra alegó la imposibilidad de indemnizar a los trabajadores despedidos.

6. Está previsto que el Gobierno valenciano redacte y presente el proyecto de ley de creación del *Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV)* durante 2017, conforme a la *Ley 6/2016, de 15 de julio, del Servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat*.

7. La *Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de reforma del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana* (art. 56.3) y la *Ley 1/2006 de 19 de abril, de la Generalitat, del sector audiovisual* instan a la creación de un consejo audiovisual en la Comunidad Valenciana.

8. Las empresas de televisión públicas, *RTVE* y las integradas en la *Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (Forta)*, junto con las privadas pertenecientes a la *Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca)*, firmaron en 2007 un acuerdo con la Vicepresidencia del Gobierno y se comprometieron a cambiar las rutinas profesionales y los estereotipos, insertar en sus informaciones el teléfono de denuncia del maltrato 016, hacerse eco de las sentencias que condenaran a un agresor, enfatizar que los daños infligidos a la mujer afectan a toda la sociedad y crear un *Comité de Expertos* y un *Defensor de la Igualdad* en las televisiones públicas.

9. El *Consejo de la Ciudadanía* y el *Consejo de Informativos* están en fase de formación. Conforme a la *Ley 6/2016*:

- el *Consejo de la Ciudadanía* será un órgano asesor en materia de programación, compuesto por 13 miembros, con un mandato de 5 años;
- el *Consejo de Informativos* será un órgano interno de participación del personal de informativos, para velar por su independencia, objetividad y veracidad.

10. La *Ley 7/2010 General de la comunicación audiovisual de ámbito estatal* es posterior a la normativa gallega sobre la materia.

5. Bibliografía

Almiron, Núria; Narberhaus, Marta; Mauri, Marcel (2016). "Mapping media accountability in stateless nations: The case of Catalonia". *Catalan journal of communication cultural studies*, v. 8, n. 2, pp. 207-225
https://doi.org/10.1386/cjcs.8.2.207_1

Alsius, Salvador (1999). *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic. ISBN: 978 8473065702

Alsius, Salvador (2012). *¿La millor llei de premsa és la que no existeix? Donant-li voltes a la regulació i l'autoregulació*. Bellaterra: Incom-UAB.
<http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=80&lng=cat>

Alsius, Salvador; Mauri-Ríos, Marcel; Rodríguez-Martínez, Ruth (2011). "Spain: A diverse and asymmetric landscape".

En: Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Lauk, Epp; Leppik-Bork, Tanja (eds.). *Mapping media accountability – in Europe and beyond*. Colonia: Helbert Von Halem Verlag, pp. 155-167. ISBN: 978 3869620381

Aznar, Hugo (1997). “El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, v. 20, 125-144. <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n20/02112175n20p125.pdf>

Bichler, Klaus; Harro-Loit, Halliki; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Lauk, Epp; Loit, Urmas; Fengler, Susanne; Schneider-Mombaur, Laura (2012). *Best practice guidebook: Media accountability and transparency across Europe*. MediaAct. European Commission. http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/Guidebook/guidebook.pdf

Domingo, David; Heinonen, Ari (2008). “Weblogs and journalism. A typology to explore the blurring boundaries”. *Nordicom review*, v. 29, n. 1, pp. 3-15. <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/ Domingoblogs.pdf>

Eberwein, Tobias (2010). “Von Holzhausen nach Blogville - und zurück edienbeobachtung in tagespresse und weblogs”. En: Eberwein, Tobias; Müller, Daniel (eds.). *Journalismus und öffentlichkeit*. Wiesbaden: Verlag, pp. 143-165. ISBN: 978 3531157597

Fengler, Susanne (2008). “Media journalism and the power of blogging citizens”. En: Krogh, Torbjörn (ed.). *Media accountability today and tomorrow. Updating the concept in theory and practice*. Goteborg: Nordicom, pp. 61-68. ISBN: 978 9189471580 http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/publikationer-hela-pdf/media_accountability.pdf

Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Mazzoleni, Gianpietro; Porlezza, Colin (eds.) (2014). *Journalists and media accountability: An international study of news people in the digital age*. New York: Peter Lang. ISBN: 978 1433122811

Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Alsius, Salvador; Baisnée, Olivier; Bichler, Klaus; Dobek-Ostrowska, Boguslawa; Evers, Huub; Glowacki, Michal; Groenhardt, Harmen; Harro-Loit, Halliki; Heikkilä, Heikki; Jempson, Mike; Karmasin, Matthias; Lauk, Epp; Lönnendonker, Julia; Mauri-Ríos, Marcel; Mazzoleni, Gianpietro; Pies, Judith; Porlezza, Colin; Powell, Wayne; Radu, Raluca; Rodríguez-Martínez, Ruth; Russ-Mohl, Stephan; Schneider-Mombaur, Laura; Splendore, Sergio; Väliverronen, Jari; Vera-Zambrano, Sandra (2015). “How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists”. *European journal of communication*, v. 30, n. 3, pp. 249-266. <https://doi.org/10.1177/0267323114561009>

Fielden, Lara (2012). *Regulating the press: A comparative study of international press councils*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Regulating%20the%20Press_0.pdf

Frost, Chris (2011). *Journalism ethics and regulation*. Londres: Longman. ISBN: 978 1408244685

Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. USA: Cambridge University Press. ISBN: 978 0521543088 <https://goo.gl/pHTJ0n>

Hardy, Jonathan (2008). *Western media systems*. Reino Unido: Routledge. ISBN: 978 0415396929

Koene, Daphne (2009). *Press councils in Western Europe. Studies for the Netherlands press*. Diemen: AMB. ISBN: 978 9079700097 <https://www.rvdj.nl/uploads/fckconnector/5e5f0690-3d71-4993-8229-0481e128394e>

Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom (2001). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Nueva York: Three Rivers. ISBN: 0609806912

Mauri-Ríos, Marcel; Ramon-Vegas, Xavier (2015). “Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística: exploración del escenario online español”. *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 380-389. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.04>

Molina, Pedro (2008). “Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, v. 36, pp. 175-182. <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94530/119745>

Navarro-Rodríguez, Antonio; Casas-Herrada, Dolores-Carmen (2009). “Evolución de los códigos deontológicos en España”. *Cuadernos de comunicación*, v. 3, pp. 65-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3190952>

Oliva, Lúcia (2013). “El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans”. *Comunicació: Revista de recerca i d'anàlisi*, v. 30, n. 2, pp. 9-32. https://issuu.com/institut-destudis-catalans/docs/comunicaci__30_2__issuu

Ramon-Vegas, Xavier; Mauri-Ríos, Marcel; Alcalá, Fabiola (2016). “Transparencia informativa, autorregulación y participación del público: *Mural.com, Rue89.com* y *TexasTribune.org*”. *Comunicación y sociedad*, v. 25, pp. 101-125 <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n25/n25a5.pdf>

Rodríguez, Elena (2009). “La identidad del periodista en el futuro Estatuto profesional, entre la confusión y la desprofesionalización”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 15, pp. 95-118. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/12434>

Russ-Mohl, Stephan (2003). *Journalismus. Das Lehr und Handbuch*. Frankfurter Allgemeine Buch. ISBN: 3899812247

Shoemaker, Pamela; Reese, Stephen D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). White Plains, NY: Longman. ISBN: 978 0801312519 <https://goo.gl/023KoO>

Vidal-Beltrán, José-María (2011). “La reforma estatutaria y el régimen jurídico de los medios de comunicación audiovisuales en la comunidad valenciana”. *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, v. 56, pp. 162-229. http://www.justicia.gva.es/documents/19318353/19661294/RVEA_56.pdf/65e3f6f3-07c0-439c-8fe4-8aa751f3cb0d



Digitalización enriquecida
de fondo antiguo y patrimonial

Software de gestión para
Bibliotecas, Archivos y Museos

DIGIBIB®

DIGIARCH®

DIGIMUS®

Recolector OAI-PMH DIGIHUB®
de metadatos de diversos proveedores



DIGIBÍS transforma
y enriquece las bibliotecas
con aplicaciones de gestión
digital de nueva generación.



El usuario accede
fácilmente a los recursos
de la biblioteca desde cualquier
lugar, en cualquier momento,
con cualquier dispositivo.



La biblioteca es
recolectada automáticamente
por Hispana, Europea
y otros agregadores
internacionales.



¡Con estándares internacionales
para un **mundo enlazado y abierto!**