

Accountability y Culturas Periodísticas en España



mediaACES

**Instrumentos de regulación externos a los medios
en Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco
y Valencia**

Autores:

Ruth Rodríguez-Martínez (UPF), Marcel Mauri (UPF), Xavier Ramon (UPF), Marta Narberhaus (UPF), Cristina Perales-García (UPF), Laura Torre (UPF), Juan Carlos Suárez Villegas (US), Marta Pérez Pereiro (USC), Aitor Zuberogoitia (MU), Andres Gostin (MU), Amparo López-Meri (UJI), Jesús Díaz-Campo (UNIR), Adoración Merino Arribas (UNIR), María Ángeles Chaparro Domínguez (UNIR)

Una publicación del Grupo de Investigación **MediaACES**

Enero 2017

Grupo de Investigación MediaACES

UPF

Roc Boronat, 138, desp. 53.802

08018 Barcelona

<https://mediaaccountabilityspain.com/>

Contacto: teléfono +34 93 542 2347 | ruth.rodriguez@upf.edu

CC Rodríguez-Martínez, Ruth, Marcel Mauri, Xavier Ramón, Marta Narberhaus, Cristina Perales-García, Laura Torre, Juan Carlos Suárez Villegas, Marta Pérez Pereiro, Aitor Zuberogoitia, Andres Gostín, Amparo López-Meri, Jesús Díaz-Campo, Adoración Merino Arribas, María Ángeles Chaparro Domínguez.

Enero 2017

Obra distribuida bajo licencia CC



Forma recomendada de citación:

Rodríguez-Martínez, Ruth, Marcel Mauri, Xavier Ramón, Marta Narberhaus, Cristina Perales-García, Laura Torre, Juan Carlos Suárez Villegas, Marta Pérez Pereiro, Aitor Zuberogoitia, Andres Gostín, Amparo López-Meri, Jesús Díaz-Campo, Adoración Merino Arribas, María Ángeles Chaparro Domínguez. Instrumentos de regulación externos a los medios en Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. Barcelona: Departamento de Comunicación. Serie Editorial MediaACES, 2017. [Acceso: <http://hdl.handle.net/10230/28034>]

Serie ***Editorial MediaACES***

MINECO/FEDER, UE, ref: CSO2015-66404-P

Ministerio de Economía y Competitividad



Sobre los autores

Ruth Rodríguez-Martínez es doctora en Periodismo. Forma parte del Grup de Recerca en Periodisme de la UPF y es co-investigadora principal del proyecto de investigación del Plan Nacional de I+D+I “Accountability y Culturas Periodísticas en España”. **Contacto:** ruth.rodriguez@upf.edu

Marcel Mauri es doctor en Periodismo. Es historiador, periodista y profesor de Historia del periodismo y la ética periodística en el Departamento de Comunicación de la UPF. Es co-investigador principal del proyecto de investigación del Plan Nacional de I+D+I “Accountability y Culturas Periodísticas en España”. **Contacto:** marcel.mauri@upf.edu

Xavier Ramon es doctor en Comunicación. Profesor e investigador del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra. Su investigación y docencia se centran en los ámbitos de la ética periodística, la rendición de cuentas, la comunicación deportiva y los estudios olímpicos. Ha participado en los proyectos “Transparencia y Rendimiento de cuentas de la información periodística” y “Integrated Journalism in Europe”. **Contacto:** xavier.ramon@upf.edu

Marta Narberhaus es doctora en Comunicación, investigadora y docente del Departamento de Comunicación de la UPF (Barcelona). Sus líneas de investigación son Ética y Periodismo, Historia del Periodismo, Calidad informativa y producción de noticias en los medios, Educación y Medios y Género y Medios. **Contacto:** marta.narberhaus@upf.edu

Cristina Perales-García es doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Es profesora de Periodismo en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra. Sus principales líneas de investigación son la ética en los medios, historia del periodismo, comunicación política y estudio de los discursos periodísticos. **Contacto:** cristina.perales@upf.edu

Laura Torre es doctoranda del Departamento de Traducción y Ciencias del Lenguaje de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Su proyecto doctoral quiere analizar el lenguaje – verbal, pero también fotográfico – de la prensa profesional en Facebook, analizando las páginas fan de algunos diarios italianos y españoles. **Contacto:** laura83.torre@gmail.com

Juan Carlos Suárez Villegas es profesor de deontología periodística en la Universidad de Sevilla, con un bagaje investigador en filosofía del derecho y aspectos de la cultura política. Actualmente está especializado en ética de los medios de comunicación y ha publicado artículos científicos, capítulos de libro y ha participado en numerosos congresos internacionales. Ha organizado las tres ediciones del International Conference on Media Ethics y la edición de 2014 de la International Conference on Gender and Communication. **Contacto:** jcsuarez@us.es

Marta Pérez Pereiro es doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidade de Santiago de Compostela y graduada en Communication Studies por la University of South Wales (antigua University of Glamorgan). Profesora de la Facultade de CC. da Comunicación de la USC, centra su carrera investigadora en el análisis de la ficción televisiva, estudios sobre el humor e historia del periodismo. **Contacto:** marta.perez.pereiro@usc.es

Aitor Zuberogoitia es Doctor en Ciencias de la Información (EHU-UPV) y profesor titular en el Grado de Comunicación Audiovisual de Mondragon Unibertsitatea. Actualmente coordina el grupo de investigación Hezikom e imparte asignaturas relacionadas tanto con la deontología y veracidad de los medios como con la teoría e historia de la Comunicación. **Contacto:** azuberogoitia@mondragon.edu

Andres Gostín es Doctor por la Mondragon Unibertsitatea con la tesis “XX. mende erditik aurrerako indarkeria politikoaren errepresentazioa euskarazko fikziozko ikus-entzunezkoetan” (“Representaciones de la violencia política en el País Vasco en las producciones audiovisuales de ficción realizadas en euskera”). Es profesor e investigador, coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual y director del Departamento de Comunicación en Mondragon Unibertsitatea. **Contacto:** agostin@mondragon.edu

Amparo López-Meri, PhD, es profesora en Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universitat Jaume I de Castellón, en España. Sus actuales líneas de investigación tratan la reformulación del periodismo en el entorno digital y el impacto de los medios sociales en el periodismo y la comunicación política. Forma parte del grupo de investigación Periodismo, Comunicación, Poder de la Universitat Jaume I, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.
Contacto: meri@uji.es

Jesús Díaz-Campo, es licenciado y doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Es director del Máster de Comunicación e Identidad Corporativa y profesor de Comunicación en la Universidad Internacional de la Rioja, UNIR. Sus principales líneas de investigación se centran en la ética periodística, el periodismo digital y la radio. **Contacto:** jesus.diaz@unir.net

Adoración Merino Arribas, Doctora en Ciencias de la Información y Diplomada en Formación del Profesorado. Periodista con 22 años de experiencia en grupos de comunicación. Sus líneas de investigación son: tratamiento informativo de la inmigración, comunicación digital, narrativa transmedia y redes sociales. **Contacto:** dory.merino@unir.net

María Ángeles Chaparro Domínguez es doctora en Periodismo y profesora adjunta en la Universidad Internacional de La Rioja en el máster en Periodismo de Investigación, Datos y Visualización y en los grados de Comunicación y Humanidades. Sus líneas de investigación abordan el periodismo de datos, las redes sociales y otras herramientas de comunicación online y los contenidos mediáticos ligados a la cultura popular. **Contacto:** marian.chaparrodominguez@unir.net

Sobre el proyecto

El Proyecto **Accountability y Culturas Periodísticas en España** tiene como objetivo fundamental detectar las culturas periodísticas existentes en distintos territorios de España así como examinar el impacto de los instrumentos de rendición de cuentas o *media accountability systems* en cada una de estas culturas. El trabajo parte de la hipótesis que la cultura periodística en España no responde a un único modelo de sistema de medios (modelo mediterráneo o pluralista polarizado), como señalan Hallin y Mancini en *Comparing Media Systems* (2004), sino que la diversidad de culturas periodísticas existentes en distintos territorios de España requiere matizar esta clasificación.

El presente documento “**Instrumentos externos a los medios en Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia**” tiene como objetivo presentar los primeros resultados del proyecto de investigación **Accountability y Culturas Periodísticas en España**. Estos resultados forman parte de la FASE A del cronograma del proyecto.

Índice

1. Presentación
2. Resultados del Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios
 - 2.1. Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios en Cataluña
 - 2.2. Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios en Galicia
 - 2.3. Mapa de instrumentos de regulación de regulación externos a los medios en Madrid
 - 2.4. Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios en País Vasco
 - 2.5. Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios en Valencia
 - 2.6. Mapa de instrumentos de regulación externos a los medios en Andalucía
3. Referencias bibliográficas

1. Introducción

El segundo entregable publicado por el grupo MediaACES tiene como objetivo presentar el mapa de los instrumentos de regulación externos a los medios que existen en las Comunidades Autónomas incluidas en el estudio, esto es: Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. Uno de los objetivos del proyecto es detectar si el modelo mediático mediterráneo, propuesto por Hallin y Mancini (2004) para el contexto periodístico español, sigue vigente o si, por el contrario, en España conviven distintos modelos mediáticos. Para ello, se ha procedido a analizar la existencia o no de diferentes instrumentos de regulación externos a los medios en cada una de las Comunidades Autónomas estudiadas. Este estudio proporciona información relevante sobre las estructuras existentes de los sistemas de rendición de cuentas en las diversas comunidades autónomas analizadas del contexto español. El resultado permite detectar los puntos de conexión y diferencias entre ellas e identificar los instrumentos de regulación y rendición de cuentas externos a los medios que están más consolidados.

Los instrumentos que serán analizados son los siguientes:

| |
|---|
| Asociaciones de espectadores |
| Colegios, Sindicatos y Asociaciones de Periodistas. Otras asociaciones profesionales de relevancia |
| Consejos de prensa y Consejos audiovisuales |
| Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios). Otras recomendaciones de relevancia |
| Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa. Otras normativas con incidencia sobre los medios de comunicación |
| Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios |
| Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios |
| Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios |

El estudio, realizado por los miembros del equipo MediaACES, se ha realizado entre los meses de junio y septiembre de 2016, y para su desarrollo se han utilizado las mismas plantillas de análisis.

Los resultados permiten observar claras diferencias entre las comunidades autónomas estudiadas y apunta diferencias importantes en la configuración del contexto mediático de cada territorio analizado. Los códigos éticos, la legislación para proteger la libertad de prensa, los blogs sobre medios y las asociaciones de Espectadores son los instrumentos que mayor presencia tienen en todas las comunidades autónomas estudiadas. Aquellos instrumentos que cuentan con una aceptación media son los colegios profesionales, los sindicatos y las asociaciones 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 de rendición de cuentas externos a los medios que menos presencia tienen en las comunidades estudiadas son los Consejos Audiovisuales y los Consejos de Prensa.

2. Resultados del Mapa de instrumentos externos a los medios

2.1. Mapa de instrumentos externos a los medios en Cataluña

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|--|
| Comunidad Autónoma | Cataluña |
| Investigador/es | Xavier Ramon y Marta Narberhaus |
| Universidad | Universitat Pompeu Fabra |
| Fecha de realización del análisis | 20 de agosto – 6 de septiembre de 2016 |

Asociaciones de espectadores

| | | | | |
|--|--|---|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
| Nombre | Associació de Consumidors de Mitjans Audiovisuals (TAC) | | | |
| Sitio web | http://taconline.net/ | | | |
| Fecha de creación | 1985 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | La Associació de Consumidors de Mitjans Audiovisuals, o Teleespectadores Asociados de Cataluña (TAC) es una asociación sin ánimo de lucro, que trabaja por una televisión de calidad y en defensa de los derechos de los usuarios, en particular de los menores. En la actualidad, el TAC agrupa a más de 17.000 personas. El organismo está compuesto por un patronato dirigido por José M ^a Guerra i Mercadal, un grupo de expertos (periodistas, publicistas, abogados, pedagogos, psicólogos) y grupos de análisis formados por voluntarios y voluntarias que contribuyen en la realización de estudios sobre contenidos audiovisuales. | | | |

De forma similar a otros organismos a nivel estatal como la Asociación de los Usuarios de la Comunicación (AUC) y la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios (ICMedia), los objetivos principales del TAC son: (1) ser un puente entre los usuarios y los responsables de las televisiones y productoras de contenidos; (2) canalizar las quejas, sugerencias, y opiniones del espectador a los directivos de las cadenas, a los responsables de los contenidos y a los profesionales de los diversos programas; (3) premiar la calidad televisiva mediante los Premios Zaping; (4) crear opinión en la sociedad a favor de una televisión de calidad; (5) velar por el cumplimiento de la ley; y (6) realizar estudios y análisis de la programación televisiva, así como del uso que hace la sociedad de los medios audiovisuales. Otros objetivos incluyen: (7) formar parte de organizaciones nacionales e internacionales con finalidades semejantes; (8) colaborar con las autoridades públicas en el cumplimiento de sus responsabilidades sobre los operadores tanto públicos como privados; y (9) realizar todo tipo de actividades (conferencias, cursos, publicación de la revista *Contraste Audiovisual*) para dar a conocer el trabajo que desarrolla y contribuir al debate abierto y plural entorno al mundo audiovisual, así como para ampliar su base de socios, captar fondos y movilizar a la sociedad civil.

Uno de los proyectos más relevantes del TAC es el “Programa de Educación Audiovisual Aprende a mirar”. Con este programa, TAC trata de ayudar a las entidades educativas a minimizar el impacto negativo del uso incorrecto de los medios audiovisuales en las familias y en los alumnos, y a maximizar el positivo. Por un lado, se ofrece a los padres y a los educadores información crítica de los contenidos del mundo audiovisual y, finalmente, se enseña a los jóvenes en

| | |
|--|---|
| | <p>qué consiste el lenguaje de la imagen y el sonido, para aprender a ser usuarios críticos. Además, el TAC apoya y participa en el trabajo que desarrolla el CAC a través de diversas comisiones de estudio y análisis.</p> <p>Dando respuesta a uno de sus objetivos esenciales en materia de <i>accountability</i>, el TAC dispone de un servicio de atención telefónica y presencial para canalizar las sugerencias, quejas y opiniones de los espectadores a los profesionales, directivos y responsables de contenidos de las cadenas. No tiene potestad sancionadora como el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), pero la opinión del TAC es tomada en cuenta por la administración pública y los medios. No obstante, cabe recalcar que no existe un espacio en el sitio web del TAC que recopile las reclamaciones de los consumidores y usuarios de los medios.</p> |
|--|---|

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| | | | | |
|--|--|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) | | | |
| Sitio web | http://www.periodistes.org | | | |
| Fecha de creación | 1985 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | El Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) es una organización profesional creada en 1985 mediante una ley del Parlament de Catalunya para la regulación y defensa de los profesionales del periodismo. Sus objetivos principales son: (1) conocer y mejorar las condiciones de trabajo de los profesionales; (2) defender el derecho de la ciudadanía a recibir una información veraz, | | | |

independiente, contrastada y ética; y (3) ofrecer servicios profesionales de valor a sus colegiados, como un centro de formación y desarrollo para los profesionales, bolsa de trabajo y asesoramiento profesional, tecnológico y fiscal. El órgano, dirigido actualmente por Neus Bonet, cuenta con 3.700 colegiados. Si bien han existido otros tipos de asociaciones de periodistas en el escenario catalán, el CPC ha sido la institución apoyada de forma más consistente entre los profesionales (Alsius, 2010).

El CPC está compuesto por varios grupos de trabajo (cultura, defensa y ética profesional, medios públicos, periodismo gráfico, gabinetes de comunicación, cuestiones de género, etc.), que se reúnen periódicamente para mantener una acción continuada sobre diferentes aspectos de la profesión.

Desde sus inicios, CPC ha promovido la libertad de información, la defensa de los estándares profesionales, la formación continua, la protección de los periodistas y la monitorización de las malas prácticas en la profesión. Durante su trayectoria, ha promovido la aprobación de una ley sobre la cláusula de conciencia (1997), ha creado un centro de prensa internacional en Barcelona (1998) y ha redactado su propio código deontológico, la *Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya* (1992), inspirada en los grandes códigos transnacionales de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), la UNESCO y el Consejo de Europa. Este documento de autorregulación, pionero en el estado español, ha sido refinado posteriormente con la inclusión de varios anexos que reflejan los nuevos retos de los profesionales del periodismo que trabajan en Cataluña. El Col·legi

| | |
|--|---|
| | <p>también impulsó la creación del Sindicato de Periodistas de Cataluña (SPC, 1992) y el Consejo de la Información de Cataluña (CIC, 1997, conocido como FCIC desde 1999).</p> <p>Desde un punto de vista crítico, cabe señalar que el Col·legi de Periodistes de Catalunya ha recibido críticas por su falta de pluralismo ideológico interno (Navarro, 2015).</p> |
|--|---|

| | | | | |
|--|--|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) | | | |
| Sitio web | www.sindicatperiodistes.cat | | | |
| Fecha de creación | 1993 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>El Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) es una organización fundada en 1993 para defender a los profesionales del periodismo y para representarles sindicalmente en las empresas. El SPC ha asumido como misión fundamental conseguir condiciones laborales y profesionales dignas para los profesionales de la información, con independencia de la forma en qué estén contratados y de la tecnología de difusión de los medios para los que trabajen. Con anterioridad a 1993, estas cuestiones se canalizaban a través del comité de defensa del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Las intervenciones del SPC han ido desde la lucha por la pluralidad informativa de los medios públicos, hasta los conflictos del día a día en las empresas tanto públicas como privadas, o la reivindicación de un Estatuto del Periodista Profesional y la regulación por ley de los derechos de los periodistas a la pieza.</p> | | | |

Pese a que la función primaria explícita del SPC es defender los derechos de los trabajadores de la información, también ha desempeñado un papel integral en la rendición de cuentas o *accountability* de los medios. El SPC junto con la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), ha impulsado iniciativas a nivel estatal estrechamente relacionadas con el modelo de medios públicos y la necesidad de regular los derechos y responsabilidades de los periodistas.

Organizativamente, el SPC está estructurado en diversos órganos: congreso (formado por todos los afiliados), consejo directivo, junta ejecutiva, comisión de garantías y secciones sindicales. En total, el SPC tiene alrededor de un centenar de miembros electos en los comités de empresa y como delegados de personal que se han presentado bajo sus siglas. El sindicato propone periódicamente actividades, jornadas y acciones reivindicativas. En su sitio web aporta una serie de documentación de gran valor, como convenios, leyes, estatutos de redacción, sentencias, propuestas, estudios e informes y resoluciones y manifiestos.

Cabe reseñar que el SPC fue el primer sindicato profesional en aparecer y su creación impulsó el nacimiento de sindicatos en el resto del estado español. En 2001, nació la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP) con la aportación de los sindicatos de periodistas existentes en aquel momento. La FeSP ha ido extendiendo su presencia territorial en España y ahora forman parte de ella el SPC, el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA), el Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM), el Sindicat de Periodistes de les Illes Balears (SPIB), el Sindicato de Profesionales de la

| | |
|--|--|
| | información de La Rioja (SPIR), la Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias (UPCC), y el Sindicato de Xornalistas de Galicia (SXG). |
|--|--|

Otras asociaciones profesionales de relevancia en Cataluña

| | | | | |
|--|--|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) | | | |
| Sitio web | http://www.adpc.cat/ | | | |
| Fecha de creación | 1992 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>La Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) es una asociación profesional de ámbito catalán que agrupa a mujeres que trabajan en los medios de comunicación. Los objetivos fundamentales de la asociación son: (1) promover encuentros, estudios, acciones y otras actividades, para el conocimiento, intercambio e incidencia de la defensa de los derechos de la mujer; (2) propiciar la difusión inmediata de todos aquellos hechos y eventos que afecten a la mujer en el ámbito de la comunicación social, así como coordinar respuestas a los mismos; (3) establecer vínculos con otras asociaciones/entidades con fines similares en España y a nivel internacional; (4) arbitrar los instrumentos necesarios para hacer llegar las conclusiones de los encuentros a las instituciones con responsabilidad específica y a la opinión pública; (5) editar un boletín o revista para informar de las actividades de la asociación y otros temas sobre mujeres y medios de comunicación; (6) fomentar entre las mujeres periodistas el interés</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | <p>para acceder a cargos de responsabilidad dentro de su empresa; (7) identificar las barreras existentes para el acceso de las mujeres a los puestos directivos y desarrollar estrategias innovadoras para su eliminación; y (8) organizar cursos, conferencias y otras actividades dirigidas a la formación de las asociadas para un mejor desempeño de su tarea profesional. Todas estas tareas persiguen trabajar para el reconocimiento de la igualdad profesional de las mujeres; conseguir acceso a los puestos de decisión en los medios de comunicación y promover una imagen digna de las mujeres en los medios.</p> <p>El sitio web de la asociación da acceso a una serie de investigaciones, campañas y proyectos hechos desde la entidad, contenido legislativo, publicaciones (<i>DonesDigital, Dones Dossier</i>) y otros documentos de <i>accountability</i> (recomendaciones sobre el tratamiento de la prostitución, guías para una recomendación equilibrada de hombres y mujeres en los medios, información sobre el tratamiento mediático de la violencia de género, etc.). Asimismo, se facilita información sobre el servicio de asesoramiento que la asociación ofrece sobre políticas comunicativas de género para periodistas, estudiantes e investigadores.</p> |
|--|---|

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) | | | |
| Sitio web | http://www.apec.cat/ | | | |
| Fecha de creación | 1989 | | | |

| | |
|--|---|
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>La Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) es una asociación profesional, presidida por Josep M^a Martí i Font, que tiene como objetivo la divulgación de los valores de la integración europea. Sus miembros buscan: (1) debatir sobre la evolución del oficio periodístico en el contexto actual, después de la introducción de las nuevas tecnologías y de un nuevo marco político y social formado por 27 estados miembros en la Unión Europea; y (2) realizar un periodismo riguroso que recoja las inquietudes de la diversidad cultural y social que forma la Unión Europea.</p> |
|--|---|

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|--|--|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre | Consell de la Informació de Catalunya (FCIC) | | | |
| Sitio web | http://fcic.periodistes.org/ | | | |
| Fecha de creación | 1997 | | | |
| Breve descripción del consejo de prensa y sus características | <p>El Consell de la Informació de Catalunya (CIC) es una entidad sin ánimo de lucro constituida por la manifestación de voluntad del Colegio de Periodistas de Catalunya (CPC) el año 1997. Se trata del primer organismo en España creado con el objetivo de velar por la deontología periodística, más específicamente, por el cumplimiento de los principios de ética profesional contenidos en el Código Deontológico, el cual fue aprobado por la Junta de Gobierno del CPC y por el II Congreso de Periodistas Catalanes celebrado en octubre de 1992. Para su creación se contó con la asesoría de los presidentes de los correspondientes órganos de Gran Bretaña (entonces, British Press Council) y de Suecia (Alsius, 2011). El CIC asumió personalidad</p> | | | |

jurídica propia en el año 1999, convirtiéndose en la Fundació Consell de la Informació de Catalunya (FCIC) con el objetivo de ser un órgano de arbitraje privado e independiente. Pese a que en 2004 la FAPE creó la Comisión de Quejas y Deontología, muchos aún ven a Cataluña como la única nación en el sur de Europa que cuenta con un *press council* genuino (Eberwein et al., 2011). De hecho, es el FCIC y no la comisión de la FAPE la que se ha incorporado a la Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE).

En cuanto a su composición, el FCIC está integrado por un conjunto de miembros de una gran variedad de ámbitos (juristas, sociólogos, médicos, profesores de ética, de comunicación, responsables de entidades cívicas y periodistas), hecho que garantiza su independencia de criterio. El modelo del CIC corresponde al de la participación a partir de las “tres patas” (profesionales, empresas y público) (Alsius, 2011). Las empresas cuentan con una representación directa débil e inconstante en el consejo. Pese a todo, las empresas que deciden admitir la autoridad moral del consejo contribuyen a sufragar su funcionamiento con una cuota anual que es proporcional a su tamaño y audiencia (Alsius, 2012). De acuerdo con su sitio web, en 2016 el Consell de la Informació cuenta con 80 empresas y otros grupos como miembros. Estos incluyen entidades de los ámbitos de la comunicación escrita, la radio, la televisión, Internet y otras organizaciones comunicativas que creen en los principios establecidos en el código deontológico del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Al tratarse de un instrumento de la profesión, las recomendaciones del Consell de la Informació son de carácter moral. Por lo tanto, el CIC no tiene

| | |
|--|---|
| | <p>capacidad para sancionar (Fielden, 2012; Koene, 2009; Zlatev, 2008) pero sí desarrolla un papel de <i>accountability</i> clave en el escenario comunicativo catalán (Oliva, 2013). Desde la óptica de la rendición de cuentas, uno de los mecanismos más interesantes que aporta el organismo es un formulario <i>online</i> que ayuda a los ciudadanos presentar de forma rápida y sencilla escritos de queja al CIC por las infracciones éticas del código deontológico cometidas por los medios (http://fcic.periodistes.org/presentar-una-queixa-online/).</p> <p>Para ello, los ciudadanos deben aportar sus datos, una descripción de los motivos de la queja, el medio a la que se refiere y los criterios del código deontológico que quedan afectados en el caso. Paralelamente, los usuarios también pueden enviar escritos de queja por correo electrónico, presencialmente o FAX. La presidencia, a criterio propio, del Patronato o del CIC, también puede declarar de oficio cualquier asunto que considere de trascendencia social.</p> <p>En total, entre 1997 y 2015, el FCIC abrió 645 expedientes. La información sobre las quejas recibidas y resueltas está disponible públicamente a través del sitio web del consejo, en el apartado “Expedientes y memorias” (http://fcic.periodistes.org/expedients-i-memories/).</p> |
|--|---|

| | | | | |
|-------------------------------------|---|---|----|--|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | X | No | |
| Nombre | Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) | | | |
| Sitio web | https://www.cac.cat/ | | | |

| | |
|--|--|
| Fecha de creación | 2000 |
| Breve descripción del consejo audiovisual y sus características | <p>El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) es un organismo independiente creado en el año 2000 por el Parlament de Catalunya al estilo del Consell Superior de l'Audiovisual francés o portugués. Fue el primer organismo de su tipo en el estado español y, hoy en día, de las otras comunidades autónomas, sólo Andalucía cuenta con un instrumento de <i>accountability</i> similar (España es el único estado miembro de la antigua Europa de los 15 que no dispone de un consejo audiovisual de ámbito estatal).</p> <p>La misión del CAC es velar por el cumplimiento de la normativa aplicable a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, tanto los públicos como los privados. Su ámbito competencial es pleno sobre los prestadores de servicios audiovisuales autonómicos y locales independientemente del sistema de difusión utilizado. Por tanto, ejerce autoridad sobre radios y televisiones de la Generalitat, televisiones privadas de ámbito catalán, televisiones de ámbito local, tanto públicas como privadas, radios en FM, tanto públicas como privadas, y prestadores de nuevos servicios de comunicación audiovisual establecidos en Cataluña. Esto significa que el CAC no tiene control sobre los medios que operan a través de concesiones otorgadas desde Madrid. La actividad del organismo 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.</p> <p>Entre sus competencias principales, cabe destacar:</p> <p>(1) imponer sanciones económicas o suspensión</p> |

de emisiones; (2) conceder licencias audiovisuales para emitir en el espacio público o retirarlas; y (3) controlar infracciones (emitir sin licencia, vulneración de la protección a la infancia o de la publicidad subliminal, incumplimiento del pluralismo lingüístico, obstruir la actividad inspectora, etc).

En el terreno de la coregulación, autorregulación y arbitraje, el CAC promueve la adopción de medidas de coregulación y de autorregulación en el sector audiovisual y ejerce funciones arbitrales y de mediación. En este ámbito cabe destacar la prolífica actividad desarrollada por el CAC. Desde esta área de trabajo han elaborado y difundido doctrina ética abundante en forma de recomendaciones a los medios de comunicación, periodistas y autoridades de Cataluña. Estos documentos de *accountability*, consultables íntegramente en línea, incluyen recomendaciones sobre un amplio espectro de cuestiones, que incluyen el tratamiento mediático de la salud mental, la anorexia y la bulimia, la prostitución, los maltratos infantiles, la adopción, la violencia de género, la inmigración o las tragedias personales, entre otros ejes temáticos. También contribuyen a esta tarea de autorregulación la publicación de estudios, informes del sector y la revista científica *Quaderns del CAC*.

Desde la óptica de la rendición de cuentas, también es importante destacar que los usuarios pueden dirigirse al CAC (por teléfono, presencialmente, correo electrónico y postal o por dispositivo móvil) para expresar sus quejas, opiniones, sugerencias o consultas sobre la programación y la publicidad de cualquier radio o televisión, ya sea pública o privada. El CAC responde a las consultas realizadas y traslada las sugerencias y opiniones a

las personas y entidades oportunas. En el caso de las quejas, analiza su contenido y, si no se ajusta a la normativa, actúa de acuerdo con sus competencias: impulsa el ejercicio de la autorregulación o, si procede, abre el correspondiente expediente administrativo y ejerce la potestad sancionadora que le otorga la ley. También puede disponer el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida. En 2013, el CAC recibió 286 comunicaciones incluyendo quejas y sugerencias respecto a diversas áreas del contenido audiovisual, con una predominancia de aquellas cuestiones centradas en la protección de los menores y la juventud (CAC, 2013).

En cuanto a su composición, desde 2013 el CAC está formado por 6 miembros que ejercen su mandato en régimen de incompatibilidad con otras funciones (5 consejeros escogidos por el Parlament con una mayoría cualificada de dos tercios) más el presidente nombrado por el Govern. Todos ellos deben ser personas de reconocido prestigio en los diversos ámbitos de la sociedad. Sin embargo, la fórmula de composición del CAC ha generado controversia. Pese a que la elección de miembros a través del voto parlamentario es común en otras autoridades independientes en Europa, la naturaleza partidista de algunos consejeros (conectados de forma directa o indirecta con los partidos políticos catalanes) ha llevado a críticas sobre la politización del organismo (Alsius et al., 2011). El nivel de politización, que se relaciona con el modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado de Hallin y Mancini (2004), ha ido variando a lo largo de los 16 años de historia del CAC.

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| | | | | |
|---|--|---|----------|--|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya | | | |
| Organismo promotor | Col·legi de Periodistes de Catalunya | | | |
| Enlace web al código | http://www.periodistes.org/ca/home/periodisme/codi-deontologic.html | | | |
| Fecha de creación | 1992 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Como es sabido, los códigos éticos, como fuentes directas de la deontología substantiva (Casasús, 2011) cumplen dos funciones esenciales: (1) reflejan los estándares morales generales y específicos, los ideales, valores y normas de la profesión; y (2) señalan los problemas a que se enfrentan los periodistas (Roberts, 2012; Slattery, 2014). Bertrand (2001) y Pöttker y Starck (2003) han señalado el papel crucial de estos instrumentos de rendición de cuentas tradicionales para recuperar el prestigio del periodismo respecto a la opinión pública. El proyecto MediaAcT subrayó el hecho que los periodistas europeos consideran los códigos éticos como los instrumentos que tienen un mayor impacto sobre la conducta profesional (3,44 de 5 puntos), sólo después de los libros de estilo (3,74) (Fengler et al., 2014: 100).</p> | | | |

En España, la *Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya* (1992) fue el primer código de ética periodística en ser promulgado. Este documento, elaborado por el Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) y aprobado en el marco del II Congrés de Periodistes Catalans, constituyó el primer esfuerzo por democratizar una profesión que había sido especialmente regulada y reprimida durante la dictadura de Franco, que evitó hasta 1977 la existencia expresa de la libertad de prensa.

Josep Pernau (1995: 300-301), el decano del Col·legi de Periodistes de Catalunya, cuando se promulgó el código, contextualiza las vicisitudes de dicha redacción en un entorno de regeneración profesional y democrática tras casi 40 años de férreo inmovilismo informativo. Contra las voces del ultraliberalismo que quería suplir en España la falta de libertad profesional por una absoluta ausencia de ningún tipo de regulación, Pernau recuerda que en Catalunya se discutió este primer código bajo la luz del revuelo que en el Reino Unido causó la propuesta de Margaret Thatcher para promover una ley antilibelo que hizo reaccionar a los empresarios ingleses que propusieron las ventajas de la autorregulación para escapar a un mecanismo que pretendía amordazar y amedrentar a los medios informativos británicos.

Si fue posible en Catalunya llegara a un acuerdo profesional antes que en España se debió a un clima menos combativo y extremo entre los periodistas en ese momento (Pernau, 1995: 303) y porque se discutía bajo el supuesto de administrar un derecho, la libertad de información, que le corresponde no tanto a los periodistas como a la sociedad civil para la que trabajan. Un año después, en noviembre de 1993, la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) publicó su propio código.

| | |
|--|---|
| | <p>La <i>Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya</i> está compuesta por doce criterios centrales en los que se condensa la actividad básica del periodista y los valores éticos que deben prevalecer en el ejercicio profesional, más una introducción y una declaración final y unos anexos, a la que se le añadieron en 2001 unas recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales y sobre el tratamiento informativo de la inmigración. Estos criterios abordan un amplio espectro de cuestiones deontológicas, entre ellas: distinguir con claridad la información y la opinión, rectificar con diligencia, utilizar métodos dignos para la obtención de la información; respetar el derecho a la propia intimidad e imagen; observar la presunción de inocencia; no aceptar retribuciones o gratificaciones de terceros, entre otras cuestiones fundamentales (Aznar, 1999). El código es rápidamente accesible desde el sitio web del Col·legi de Periodistes (http://www.periodistes.org/ca/home/periodisme/codi-deontologic.html).</p> |
|--|---|

Otras recomendaciones de relevancia

| | | | | |
|---|---|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Recomendaciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya | | | |
| Organismo promotor | Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) | | | |
| Enlace web al código | https://www.cac.cat/ | | | |

| | |
|---|--|
| Fecha de creación | 2001-2015 |
| Breve descripción del código y sus características | <p>A lo largo de su historia, y respondiendo a su misión en los ámbitos de coregulación, autorregulación y arbitraje, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha elaborado y difundido doctrina ética en forma de recomendaciones a los medios de comunicación, periodistas y autoridades de Cataluña. Estos documentos de <i>accountability</i>, consultables íntegramente en línea, incluyen recomendaciones temáticas sobre un amplio espectro de cuestiones vinculadas con la ética y la calidad informativa. Dichas recomendaciones se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Recomendaciones sobre el tratamiento de la salud mental en los medios de comunicación audiovisual (02/09/2015). · Recomendaciones del tratamiento de la anorexia y la bulimia nerviosas en los medios de comunicación audiovisual (17/06/2015). · Informe del tratamiento informativo del accidente de un avión de Germanwings el 24 de marzo de 2015 (20/05/2015). · El tratamiento de la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en los medios de comunicación (13/02/2015). · Com informar dels maltractaments infantils. Manual d'estil per a mitjans de comunicació (25/04/2014). · Medios de comunicación y adopción. Consideraciones sobre el tratamiento informativo de la adopción (15/10/2013). · Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña (15/12/2010). · Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación (19/02/2010). |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> · Recomendaciones sobre la participación de los menores de edad en los programas de televisión (18/02/2009). · Recomendaciones sobre el tratamiento de la anorexia y la bulimia nerviosas en los medios de comunicación audiovisual (26/09/2007). · Tractament informatiu del "cas Veiret" en els teleinformatius de TV3 (03/09/2007). · Consideraciones y recomendaciones del CAC sobre la Telebasura (11/01/2006). · Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña para los próximos ciclos electorales (14/01/2004). · Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre el tratamiento de la violencia de género en los programas informativos y de entretenimiento en los medios de comunicación (14/01/2004). · Criterios del Consejo del Audiovisual de Cataluña en materia de tratamiento del hecho religioso en los programas audiovisuales de entretenimiento (15/05/2002) · Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre el tratamiento informativo de la inmigración (10/04/2002). · Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales (21/02/2001). · Recomendaciones sobre la celebración de los juicios y su tratamiento en televisión (06/10/1997). · Recomendaciones sobre la publicidad de juguetes en la televisión (Fecha: 02/06/1997). |
|--|---|

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Per una representació equilibrada de dones i homes als mitjans de comunicació Recomanacions, eines i propostes | | | |
| Organismo promotor | Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC); Col·legi de Periodistes de Catalunya | | | |
| Enlace web al código | http://www.adpc.cat/new_site/?page_id=161 | | | |
| Fecha de creación | 2010 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>La Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) y el Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) retomaron las recomendaciones extraídas del tercer Congrés de Dones del Baix Llobregat (Viladecans, 28-29 de mayo de 2010) para construir unas guías que ayudan a los profesionales a realizar un periodismo no sexista. Entre otras cuestiones, este documento aborda la necesidad de: (1) promover una presencia no discriminatoria y equilibrada de mujeres y hombres; (2) hacer visibles las mujeres en todos los ámbitos; y (3) velar por un lenguaje no sexista. También se aportan pautas para la elaboración de informaciones sobre violencia de género y se discuten las vías para promover el acceso de las periodistas en los puestos de decisión dentro de las empresas de comunicación.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Recomendaciones para abordar la prostitución en los medios de comunicación | | | |
| Organismo promotor | Agència per l'abordatge integral del treball sexual (ABITS) del Ayuntamiento de Barcelona | | | |
| Enlace web al código | http://abd-ong.org/ca/mujeres/guia-periodistas-abits/ | | | |
| Fecha de creación | 2015 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Este documento, impulsado por la Agència per l'abordatge integral del treball sexual (ABITS) del Ayuntamiento de Barcelona, incluye 15 recomendaciones para abordar la prostitución y el tráfico con fines de explotación sexual en los medios de comunicación. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) participó en la coordinación del manual, que también contó con la colaboración del Col·legi de Periodistes de Catalunya, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, l'Institut Català de les Dones, la Policia de Catalunya i l'Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació, así como numerosos profesionales de la atención integral al trabajo sexual y de los medios de comunicación.</p> <p>Entre otras cuestiones, el texto promueve hacer visibles las personas que delinquen mediante la prostitución y señala la necesidad de evitar la banalización y el sensacionalismo. También incluye el contexto legal de la prostitución y un glosario, en</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | que se diferencian términos como “prostitución”, “explotación sexual” y “tráfico de seres humanos”, que frecuentemente se utilizan como sinónimos. |
|--|--|

| | | | | |
|---|---|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Decàleg per a un tractament informatiu de les persones joves | | | |
| Organismo promotor | Secretaria de Joventut de la Generalitat de Catalunya, Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) i Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) | | | |
| Enlace web al código | http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2010/07/12/11/55/d63a40d6-baee-48fd-8a2a-b4dfc7a14051.pdf | | | |
| Fecha de creación | 2010 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>El “Decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves” fue elaborado conjuntamente en 2010 por la Secretaria de Joventut, el Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) i el Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC) en el marco del grupo de trabajo “Jóvenes y Medios de Comunicación”, formado por periodistas, miembros de entidades juveniles, académicos y profesionales de la juventud.</p> <p>Este documento consta de diez recomendaciones dirigidas a los profesionales de la información, con el objetivo de mejorar el tratamiento periodístico de las personas jóvenes</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>y, en definitiva, de la imagen de estas que proyectan los medios de comunicación.</p> <p>Las recomendaciones del decálogo urgen a los periodistas a: (1) evitar las simplificaciones y el uso de estereotipos; (2) no tratar las personas jóvenes como un colectivo diverso, no homogéneo; (3) valorar en cada caso si es relevante informar sobre la condición de joven del protagonista de una noticia, sobre todo cuando connote negatividad; (4) evitar culpar a las personas jóvenes de los problemas o conductas de las cuales no son directamente o únicamente responsables; (5) documentar a fondo las informaciones sobre jóvenes, contextualizando los problemas y las realidades específicas; (6) prestar especial atención a los problemas estructurales de las personas jóvenes, especialmente en el ámbito de la emancipación (hogar, trabajo, formación), más allá de temas recurrentes como los relacionados con el ocio; (7) respetar el derecho a la intimidad, a la imagen y a la dignidad de las personas jóvenes; (8) dar voz a los colectivos juveniles implicados socialmente; (9) utilizar las personas jóvenes como fuente informativa en las noticias en que son protagonistas, pero también en otras de interés general; y (10) potenciar los productos o espacios informativos creados y realizados por personas jóvenes.</p> |
|--|--|

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
|---------------------------|---|---|----|--|
| Especificar ley/es | Ley orgánica 6/2006, de 19 de julio, de reforma de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://mitjansdecomunicacio.gencat.cat/web/.content/comuns/ | | | |

| | |
|--|--|
| | documents/arxius/estatut.pdf |
| Fecha de creación | 19 de julio de 2006, publicada Boletín Oficial del Estado y en el Diari Oficial de la Generalitat del 20 de julio de 2006 |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>El artículo 52 del Estatuto de Autonomía de Cataluña, promulgado en la Ley orgánica 6/2006, hace referencia a los “Medios de comunicación social”. El punto 1 especifica que corresponde a los poderes públicos de promover las condiciones para garantizar el derecho a la información y a recibir de los medios de comunicación una información veraz y unos contenidos que respeten la dignidad de las personas y el pluralismo político, social, cultural y religioso. Se añade que en el caso de los medios de titularidad pública la información también debe ser neutral. El punto 2 señala que los poderes públicos deben promover las condiciones para garantizar el acceso sin discriminaciones a los servicios audiovisuales en el ámbito de Cataluña.</p> <p>Por su parte, el artículo 53 regula el acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación. El primer punto recalca que los poderes públicos deben: (1) facilitar el conocimiento de la sociedad de la información y deben impulsar el acceso a la comunicación y a las tecnologías de la información, en condiciones de igualdad, en todos los ámbitos de la vida social, incluso el laboral; (2) deben fomentar que estas tecnologías estén al servicio de las personas y no afecten negativamente sus derechos; y (3) deben garantizar la prestación de servicios por medio de dichas tecnologías, de acuerdo con los principios de universalidad, continuidad y actualización. El segundo punto especifica que la Generalitat de Catalunya debe promover la formación, la investigación y la innovación tecnológica para que las oportunidades de progreso que ofrece la sociedad del conocimiento y de la información contribuyan a la mejora del bienestar y la cohesión sociales.</p> |

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://www.boe.es/boe/dias/2007/11/06/pdfs/A45483-45490.pdf | | | |
| Fecha de creación | 11 de octubre de 2007 (DOGC 4990, de 18.10.2007) | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>La Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, derogó la Ley 10/1983 del 30 de mayo, de creación del ente público Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, que durante ventitrés años cumplió con su objetivo principal, contribuir de forma decisiva a la normalización lingüística y cultural de la radio y la televisión de Catalunya, y también jugó un papel capital en el impulso y el desarrollo de la industria audiovisual catalana.</p> <p>La Ley 11/2007 responde a la necesidad de redefinir la función y las obligaciones del servicio público en el nuevo contexto audiovisual. Además de especificar las disposiciones generales, la naturaleza y régimen jurídico, la organización, las formas de gestión, la financiación y el control de la CCMA, la ley desarrolla el concepto y contenido del contrato programa (capítulo V) y los principios, objetivos y obligaciones de la programación del servicio público (Capítulo VI), elementos que claramente inciden sobre la tarea de los profesionales y la calidad y variedad de los contenidos que elaboran.</p> <p>El 15 de febrero de 2012 el pleno del Parlament de Catalunya aprobó la ley de modificación de varias leyes en materia audiovisual, que introdujo cambios en la ley de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Con el nuevo texto se racionalizan y se redistribuyen las funciones de los órganos</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>rectores del ente para favorecer una gestión y una estrategia empresariales más ágiles y eficientes, con el consiguiente ahorro de costes que esto conlleva. La ley 2/2012, de 22 de febrero, de modificación de varias leyes en materia audiovisual, se publicó en el DOGC el 27 de febrero.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Catalunya | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/4/1/1424881119614.pdf | | | |
| Fecha de creación | 29 de diciembre de 2005 (DOGC 4543, de 03.01.2006) | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>La Ley de la comunicación audiovisual de Cataluña es un instrumento esencial para la ordenación de las normas que regulan este sector, así como un marco de referencia para impulsar el sector audiovisual, y hacerlo más competitivo en el actual contexto económico. Esta ley cumple una función de marco regulador general, salvo solamente todo lo que afecta a la organización de los medios públicos de la Generalidad y la regulación del Consejo del Audiovisual de Cataluña, que tienen sus propias leyes específicas.</p> <p>La Ley 22/2005, de 29 de diciembre, consta de ciento cuarenta artículos, estructurados en nueve títulos, cuatro disposiciones adicionales, seis disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y una disposición final. Además de cuestiones como la gestión del espacio radioeléctrico (título II) , la regulación de la publicidad, la televenta y el patrocinio (título VI), las competencias del CAC (título VII) o la contribución al desarrollo del sector audiovisual (título VIII), desde la perspectiva de la <i>media accountability</i>, cabe destacar una serie de puntos fundamentales.</p> | | | |

El **título I** incorpora los principios y los valores esenciales implicados en el ejercicio de la actividad vinculada a la comunicación audiovisual. Dicho título incorpora la definición de los conceptos que aparecen en la Ley y de los contenidos esenciales que se desprenden de la libertad de comunicación, el principio de libre elección de los mensajes audiovisuales, la función de servicio público, la veracidad informativa, la protección de derechos fundamentales y otros derechos esenciales: el derecho de rectificación, el valor y los efectos del pluralismo, la libertad de recepción y el principio de neutralidad tecnológica.

El **título III** regula el servicio público audiovisual de Cataluña. Tal como se especifica, “debe entenderse el servicio público de radiodifusión como una actividad de suministro o prestación de servicios audiovisuales orientada a la creación de las condiciones necesarias que permitan la plena vigencia de las libertades de expresión y comunicación, la plenitud del funcionamiento democrático del sistema y la adecuada y efectiva satisfacción de toda una serie de derechos y principios de origen constitucional y estatutario, como el derecho a la educación y al acceso a la cultura, el impulso del conocimiento y el uso de la lengua catalana, y la protección de la cohesión y el pluralismo sociales”. En este apartado, la ley define las misiones del servicio público audiovisual de la Generalidad y de los entes locales.

El **título IV** establece los principios reguladores de la actividad privada de comunicación audiovisual, que “debe compatibilizar el derecho fundamental a la libertad de comunicación con la garantía del pluralismo y otros principios y libertades relacionados con la formación de la opinión pública implicados en el ejercicio de dicha actividad”. Además de otras cuestiones vinculadas con la gestión de las licencias y el pluralismo de los medios, este título aborda la necesidad de garantizar el acceso a la información y la transparencia del sector audiovisual.

El **título V**, dedicado a la regulación de los contenidos audiovisuales, parte de la existencia de cuatro niveles de regulación de la materia: en primer lugar, lo que establece la propia ley; en segundo lugar, lo que defina y explicita el CAC; en tercer lugar, los llamados «acuerdos de corregulación», en virtud de los que el CAC puede establecer de forma precisa obligaciones y deberes en materia de contenidos con los distintos operadores audio-visuales, y, finalmente, los códigos voluntarios de autorregulación. Esta ley fija una serie de límites vinculados directamente con los principios, los valores y los derechos constitucionales que pueden legitimar la acotación legal del ejercicio de las libertades de expresión y de información. Son límites vinculados al respeto de la dignidad de las personas, la falta de toda incitación al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad, la separación entre informaciones y opiniones y el respeto al principio de veracidad informativa, entre otros. Aparte de ello, incorpora y traspone los rasgos normativos básicos que se desprenden del régimen comunitario vigente en materia de radiodifusión, tanto en cuanto a las cuotas de difusión de obras europeas como a la protección de la infancia y la juventud. Este título también aborda el régimen de protección de la lengua y la cultura catalanas y la lengua aranese en el marco de la realización de actividades de comunicación audiovisual.

El **título IX** está dedicado al régimen de las actividades de inspección y al establecimiento del catálogo de infracciones y sanciones. En cuanto a las actividades de inspección, explicita las actuaciones susceptibles de ser llevadas a cabo por el CAC o bien por los órganos competentes de la Administración de la Generalidad. En cuanto al régimen de infracciones y sanciones, esta ley establece un catálogo con las obligaciones y los deberes derivados, en el cual la correspondiente sanción se fija en función de la relevancia de su incumplimiento, en particular bajo el punto de vista del bien jurídico o del derecho afectado.

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Mandato Marco del sistema público audiovisual | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/mandat-marc-sistema-public-audiovisual.pdf | | | |
| Fecha de creación | 11 de febrero de 2010 | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>El Mandato Marco del sistema público audiovisual, aprobado por el Parlament de Catalunya el 11 de febrero de 2010, especifica el compromiso de los medios audiovisuales públicos con los objetivos de calidad informativa, defensa del pluralismo e igualdad entre hombres y mujeres; de acceso universal a los contenidos audiovisuales; de protección de la infancia y la juventud; de promoción del catalán y del aranés; de civismo, cultura y educación; de profesionalidad, independencia y responsabilidad profesional; de motor industrial del sector y de promoción de las nuevas tecnologías, entre otras cuestiones de primer orden. Como elemento clave en materia de <i>accountability</i>, el mandato (D.1-D.3) establece que cada prestador de servicios audiovisuales debe elaborar un libro de estilo que debe regir la práctica profesional de sus trabajadores.</p> <p>El mandato marco emana de la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya; de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña; y de la Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.</p> | | | |

Otras normativas con incidencia sobre los medios de comunicación

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 1/1998, de 7 de enero, de política lingüística | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://mitjansdecomunicacio.gencat.cat/ca/temes/normativa en materia de comunicacio/altres normatives a mb incidencia en els mitjans de comunicacio/politica a linguistica/ | | | |
| Fecha de creación | 7 de enero de 1998 (DOGC 2553, de 07.01.1998) | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>La Ley 1/1998, de 7 de enero, sobre política lingüística, tiene como objetivo desarrollar el artículo 3 del Estatut d'Autonomia de Catalunya, con el fin de amparar, fomentar y normalizar el uso del catalán en todos los ámbitos, y el uso del aranés en la Vall d'Aran, y de garantizar el uso normal y oficial del catalán y del castellano.</p> <p>El capítulo IV de la ley hace referencia a los medios de comunicación y las industrias culturales. Los diferentes artículos remiten a la legislación específica para los medios de radiodifusión y televisión públicos (Art. 25) y privados (Art. 26); los medios escritos –aquí se incluye la necesidad de fomentar y subvencionar las publicaciones redactadas totalmente o mayoritariamente en catalán (Art. 27); las industrias culturales y las artes del espectáculo (Art. 28); las industrias de la lengua y la informática (Art. 29); y la publicidad (Art. 35).</p> | | | |

| | | | | |
|---------------------------|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña (protección de la infancia y de la adolescencia) | | | |

| | |
|--|---|
| Organismo | Parlament de Catalunya |
| Enlace | http://mitjansdecomunicacio.gencat.cat/web/.content/comuns/documents/arxius/codi_consum_articles.pdf |
| Fecha de creación | 20 de julio de 2010 (DOGC 5677, de 23.07.2010) |
| Breve descripción del contenido de la ley | La Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña, hace referencia, en varios de sus artículos, a los medios de comunicación. Entre otros aspectos, se especifica la necesidad que los poderes públicos velen porque los medios de comunicación social en Cataluña se ocupen de la información y la educación de las personas consumidoras (Art. 126-14) y que la publicidad e información de bienes y servicios se ajuste a los principios de verdad y objetividad (Art. 211-3). |

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 14/2010, de 27 de mayo, de los derechos y oportunidades en la infancia y la adolescencia | | | |
| Organismo | Parlament de Catalunya | | | |
| Enlace | http://www.parlament.cat/document/nom/TL115.pdf | | | |
| Fecha de creación | 27 de mayo de 2010 (DOGC 5641, de 02.06.2010) | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>El capítulo IX del título II de la ley contiene una serie de obligaciones en relación con la publicidad y los medios de comunicación, con la finalidad de proteger adecuadamente los derechos de los niños y adolescentes, sin perjuicio de las competencias del CAC. Más concretamente, el artículo 64 hace referencia a los medios de comunicación social.</p> <p>En primer lugar, el artículo señala que las programaciones de radio y televisión, en las franjas horarias más susceptibles de tener una audiencia de</p> | | | |

niños y adolescentes, debe favorecer los objetivos educativos que tienen estos medios de comunicación y deben potenciar los valores humanos y los principios del estado democrático y social. En segunda instancia, se especifica que la administración de la Generalitat, y en su caso, el CAC, deben procurar que la prensa, la radio y televisión y el resto de medios de comunicación social dediquen a los niños y adolescentes una atención educativa especial. Los medios también deben garantizar la exclusión de contenidos que perjudiquen seriamente el desarrollo físico, mental o moral (contenidos sexistas, pornográficos, violencia gratuita, que fomenten la intolerancia o degraden la imagen), en los términos que establece la legislación vigente.

Por último, se recalca que los medios de comunicación que emiten o tienen difusión en Cataluña deben tratar con cuidado especial cualquier información que afecte a los niños o adolescentes, evitando difundir su nombre, imagen o datos que permitan su identificación, cuando aparezcan como víctimas, testimonios o inculpados en causas criminales, con la excepción de que lo sean como víctimas de un homicidio o asesinato, o cuando se divulgue cualquier hecho relativo a su vida privada que afecte a su reputación y el buen nombre.

Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Mèdia.cat | | | |
| Organismo impulsor | Grup de Periodistes Ramon Barnils | | | |
| Sitio web | http://www.media.cat | | | |
| Fecha de creación | 2009 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>Son pocas, si bien interesantes, las iniciativas centradas en la monitorización de los contenidos periodísticos en España. En Cataluña, destaca Mèdia.cat (http://www.media.cat), un observatorio de crítica de medios impulsado por el Grup de Periodistes Ramon Barnils, que tiene como objetivo trabajar en la difusión y la defensa de un periodismo riguroso y un espacio comunicativo propio. Este observatorio recogió el testigo de <i>Contrastant.net</i>, que dejó de publicarse en 2007. Diariamente, Mèdia.cat señala buenas y malas prácticas de los medios a partir del análisis transversal sobre cómo han tratado un hecho informativo concreto (Mauri-Ríos y Ramon Vegas, 2015).</p> <p>El espectro de cuestiones deontológicas tratadas es muy amplio, e incluye el discurso de los medios sobre la violencia, los conflictos y el abuso del lenguaje machista o xenófobo, entre muchas otras cuestiones. Desde 2011 también se elaboran reportajes de investigación en profundidad (compilados en el Anuario Mèdia.cat, que también tiene versión en papel) sobre temas relevantes que han sido silenciados por intereses económicos, políticos o de otro tipo. La plataforma fomenta la</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | participación de los usuarios, expertos y profesionales, invitándolos a redactar informes y a contribuir al análisis mediático. |
|--|---|

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació | | | |
| Organismo impulsor | Institut Català de les Dones (ICD), varios ayuntamientos de la Diputación de Barcelona | | | |
| Sitio web | http://www.observatoridelesdones.org/ | | | |
| Fecha de creación | 2000 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>L'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació es una instancia de participación ciudadana impulsada por varios ayuntamientos que tiene como objetivo promover una cultura crítica en relación al papel de las mujeres en los medios de comunicación. El observatorio cuenta con el apoyo del Institut Català de les Dones (Generalitat de Catalunya) y la Diputació de Barcelona.</p> <p>Los objetivos del observatorio son: (1) crear espacios de debate ciudadanos en relación a los medios de comunicación; (2) hacer visible el punto de vista de las mujeres respecto a su representación en los medios; (3) incorporar la reflexión sobre los medios en las propuestas participativas dirigidas a las mujeres; e (4) incrementar la sensibilización social de toda la ciudadanía sobre el papel de los medios de comunicación y el género.</p> <p>El observatorio lleva a cabo estudios y análisis especializados en género y medios de</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>comunicación; campañas de sensibilización; y exposiciones, charlas, talleres y otras actividades participativas. Desde la perspectiva de <i>accountability</i>, es interesante destacar que el Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació dispone de un espacio de quejas y buenas prácticas. En este espacio, los ciudadanos pueden mandar sus comentarios, sugerencias y críticas sobre los contenidos audiovisuales que crean que perpetúen un discurso sexista y una representación estereotipada de las mujeres o de la feminidad. El Institut Català de les Dones gestiona los comentarios, los analiza y los remite a los equipos responsables. En el sitio web del observatorio se puede encontrar una memoria anual de quejas y buenas prácticas. En el año 2014 se recibieron 26 quejas sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Obertament. Observatori de mitjans i salut mental | | | |
| Organismo impulsor | Grup de Periodistes Ramon Barnils y Obertament | | | |
| Sitio web | https://obertament.org/ca/sala-de-premsa/observatori-de-mitjans-i-salut-mental | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | Obertament es una entidad cuyo objetivo principal es luchar contra el estigma y la discriminación que padecen las personas a causa de algún problema de salud mental y para hacer que se conviertan en protagonistas del cambio. Fruto de la colaboración entre el Grup de Periodistes Ramon Barnils y Obertament, se creó el "Observatori de mitjans i | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>salut mental”, un grupo de análisis donde periodistas comprometidos analizan la cobertura mediática que se realiza sobre la salud mental. Esta tarea permite extraer datos y elaborar estudios cualitativos sobre la forma en que los medios contribuyen a construir o a erradicar el estigma por motivos de salud mental.</p> <p>El año 2014 se elaboró el anuario “Mitos y estereotipos sobre la salud mental” (donde se analizaron 967 noticias). El anuario de 2015 se focalizó en “Salud mental y violencia” (con 945 piezas analizadas). Ambos anuarios están disponibles para su descarga en el sitio web de Obertament, convirtiéndose en valiosos documentos para los ciudadanos, académicos, profesionales y futuros periodistas.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatori sobre Deontologia Periodística | | | |
| Organismo impulsor | Universitat Pompeu Fabra | | | |
| Sitio web | https://deontologiaperiodistica.com/ | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | Deontologiaperiodistica.com es un observatorio en línea sobre ética profesional que se desarrolla en el marco de la asignatura <i>Deontologia Periodística</i> (Grado en Periodismo, Universitat Pompeu Fabra). A través del observatorio, los estudiantes dan un paso más a las actividades realizadas dentro y fuera del aula, trasladando al entorno virtual la reflexión y debate sobre la ética periodística. Los alumnos examinan casos éticos nacionales e internacionales, | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>vinculados con los principios deontológicos fundamentales (verdad, justicia, libertad y responsabilidad). Cada análisis se ilustra con ejemplos textuales y visuales, y se sustenta en un amplio corpus deontológico (códigos éticos, libros de estilo, otras recomendaciones).</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatori de la Cobertura de Conflictos (OCC) | | | |
| Organismo impulsor | Universitat Autònoma de Barcelona | | | |
| Sitio web | http://observatoricoberturaconflictos.uab.cat/ | | | |
| Fecha de creación | 2001 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>L'Observatori sobre la Cobertura de Conflictos se creó en 2001 a partir de una iniciativa de estudiantes y profesores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Su primer objetivo fue realizar un seguimiento de la construcción mediática del movimiento antiglobalización en el contexto de la Campaña contra el Banco Mundial en Barcelona el 2001. Utilizando la metodología del análisis crítico del discurso, los miembros del grupo han examinado conflictos que han tenido lugar en Cataluña y en otros lugares del mundo, como Haití o Ciudad Juárez, con la intención de comprender su dimensión mediática y el posicionamiento de los medios respecto a cada uno de ellos. Sin embargo, cabe señalar que el observatorio no dispone de un blog ni plataforma interactiva. Simplemente, en su sitio web se aportan enlaces a las diferentes investigaciones llevadas a cabo por el grupo.</p> | | | |

Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe una revista o publicación dedicada a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre de la publicación | Capçalera | | | |
| Empresa editora | Col·legi de Periodistes de Catalunya | | | |
| Sitio web | http://www.periodistes.org/ca/home/capcalera.html | | | |
| Fecha de creación | 1989 | | | |
| Breve descripción sobre la revista o publicación sobre crítica de medios y sus características | <p>Si bien no se trata exclusivamente de una publicación dedicada a la crítica de medios, la revista <i>Capçalera</i> del Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC), dirigida por Jordi Rovira y editada de forma trimestral, aporta contenidos de gran valor para los colegiados y periodistas en general. El análisis crítico de los medios que realiza, así como las cuestiones tratadas en los reportajes centrales, crónicas, entrevistas y artículos de opinión son de gran interés desde la óptica de la rendición de cuentas. Se abordan, entre otras, cuestiones sobre situación laboral de los profesionales, género, deontología, nuevas tecnologías, periodismo digital historia y fotoperiodismo. Los números de la revista pueden consultarse íntegramente en el siguiente enlace web: https://issuu.com/search?q=cap%C3%A7alera</p> | | | |

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|--|---|----------|-----------|--|
| <p>¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios?</p> | <p>Sí</p> | <p>X</p> | <p>No</p> | |
| <p>Nombre del blog</p> | <p>Papers Papers</p> | | | |
| <p>Responsable/s del blog</p> | <p>Toni Piqué y Gonzalo Peltzer</p> | | | |
| <p>Dirección del blog</p> | <p>http://www.paperpapers.net/</p> | | | |
| <p>Fecha de creación</p> | <p>2005</p> | | | |
| <p>Breve descripción sobre el blog y sus características</p> | <p>Son muchos los periodistas que, a título individual y sin vinculación alguna con empresas, mantienen blogs de análisis del comportamiento deontológico de los medios de comunicación. Este es el caso de Paper Papers, blog promovido por los periodistas Toni Piqué y Gonzalo Peltzer, que desde ambos lados del Atlántico aportan de forma regular reflexiones críticas sobre el ejercicio del periodismo, los contenidos de los medios y la rendición de cuentas de los mismos. Los contenidos etiquetados como “Ética” tienen un papel destacado en la bitácora. El rango de cuestiones sobre deontología y calidad informativa tratadas en el blog es muy amplia e incluye publicaciones sobre la veracidad, la rectificación, el sensacionalismo, la ética en el fotoperiodismo o la libertad de expresión, entre otras.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | FCinc | | | |
| Responsable/s del blog | Isaac Salvatierra | | | |
| Dirección del blog | http://www.isaacsalvatierra.cat | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>Fcinc es el blog del periodista Isaac Salvatierra, director de la edición digital del periódico <i>Ara</i>, si bien su blog no tiene ninguna vinculación con el medio. Desde aquí comenta las tendencias y los cambios del periodismo en la era digital, atendiendo frecuentemente a los fallos y responsabilidades de los medios. Algunas de las cuestiones sobre ética y calidad informativa que ha abordado en su bitácora incluyen reflexiones sobre la falsedad del reportaje "A Rape on Campus" (<i>Rolling Stone</i>) o la repetición de las imágenes en portada de <i>La Vanguardia</i> del 12 de octubre. Otros textos, que permiten descubrir el día a día de una redacción (http://isaacsalvatierra.cat/lara-per-dins/) son de un gran interés desde la óptica de la transparencia informativa.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre del blog | Blog De Roger Vilalta. Una aproximació als mitjans de comunicació | | | |
| Responsable/s del blog | Roger Vilalta | | | |
| Dirección del blog | http://rogervilalta.wordpress.com | | | |
| Fecha de creación | 2011 | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>Partiendo de la necesidad de ahondar en los elementos clave que intervienen en el proceso comunicativo (fuentes informativas, rutinas, motivaciones de la difusión), en su blog “Una aproximació als mitjans de comunicació”, Roger Vilalta aporta su grano de arena para que los ciudadanos puedan comprender y descifrar el mensaje mediático. El autor publica una entrada mensual, aproximadamente, en que realiza un análisis en profundidad. El blog aporta reflexiones sobre un amplio abanico de cuestiones sobre ética y calidad informativa, tales como la escenificación mediática de la política, la estigmatización de determinados colectivos sociales, el uso de las fuentes, la construcción de los titulares o la tendencia a los juicios paralelos en los medios de comunicación.</p> | | | |

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | MiquelPellicer.com | | | |
| Responsable/s del blog | Miquel Pellicer | | | |
| Dirección del blog | http://miquelpellicer.com/ | | | |
| Fecha de creación | 2007 | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>El blog del periodista y antropólogo Miquel Pellicer, autor del libro <i>Optimismo para periodistas</i>, contribuye activamente al debate sobre la innovación y las nuevas tendencias en el periodismo, las redes sociales, el marketing y las estrategias de contenidos. El blog, creado en 2007, tiene una alta regularidad de actualización y cuenta con cerca de 500 entradas publicadas. Entre las cuestiones mencionadas, la bitácora aporta reflexiones y entrevistas sobre temas clave en el terreno de la ética y la calidad, como el debate sobre la ética en el fotoperiodismo, consejos para informar sobre la inmigración, o la necesidad de rendir cuentas frente a la sociedad.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Francesc Ràfols. El dret a la informació, dret bàsic que mesura la qualitat democràtica d'una societat | | | |
| Responsable/s del blog | Francesc Ràfols | | | |
| Dirección del blog | https://francescrafols.wordpress.com/el-blog/ | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>El blog del periodista y secretario del Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) Francesc Ràfols centra su bitácora en una cuestión fundamental en la práctica periodística, el derecho a la información de la ciudadanía, aspecto recogido entre otros en el artículo 52 del Estatuto de Autonomía de Cataluña y el artículo 20 de la Constitución Española. De forma regular, aporta reflexiones sobre la precaria situación de los profesionales de los medios de comunicación, la libertad de prensa y sus amenazas, la violencia contra los periodistas o la regulación de los medios en otros contextos como el Reino Unido. Ràfols aporta observaciones en base a casos locales, nacionales e internacionales.</p> | | | |

2.2. Mapa de instrumentos externos a los medios en Galicia

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|------------------------|
| Comunidad Autónoma | Galicia |
| Investigador/es | Marta Pérez Pereiro |
| Universidad | Santiago de Compostela |
| Fecha de realización del análisis | 25/6/2016 |

Asociaciones de espectadores

| | | | | |
|--|--|---|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de Televidentes y Radioyentes de Galicia (ATERGA) | | | |
| Fecha de creación | 2004 | | | |
| Breve descripción | <p>No existe ninguna descripción de la asociación ni descripción de actividades en los listados de asociaciones en los que aparece la asociación. La única actividad realizada, rastreable en prensa, es una conferencia del periodista Arturo Maneiro, además de unas declaraciones de 2006 sobre el día sin TV.</p> <p>El intento de ponerme en contacto con la asociación a través de un correo electrónico, que aparece en una guía de contactos del ayuntamiento de A Coruña, ha resultado infructuosa. De todo esto presumo que no tiene actividad desde hace ya algún tiempo.</p> | | | |

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Colegio Profesional de Xornalistas de Galicia (CPXG) | | | |
| Sitio web | www.xornalistas.com | | | |
| Fecha de creación | 2000 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>El CPXG es el órgano que asocia a los periodistas de la comunidad autónoma y tiene como principal función la defensa profesional de sus miembros y la vigilancia de sus condiciones laborales. Entre sus objetivos están garantizar la independencia y libertad informativas en Galicia, defender la libertad de información y expresión, evitar la desinformación y defender el secreto profesional apelando a la cláusula de conciencia. Estos objetivos se intentan cumplir por medio de comunicados de prensa sobre situaciones de indefensión de profesionales o ataques a la libertad de expresión en los medios gallegos y españoles, denuncias con intervención de oficio de su junta de gobierno o por medio de procesos contencioso administrativos, recursos de amparo para periodistas que ven amenazada su libertad de expresión, emisión de informes y publicaciones, realización de intervenciones en comisiones parlamentarias y cursos de formación. El CPXG ha publicado, además, un Código Deontológico do Xornalismo Galego (ver siguientes apartados).</p> <p>El CPXG se compone de cuatro órganos de gobierno: el/la decano/a, la Junta de Gobierno, el Pleno Territorial y la Asamblea. La Junta está</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>conformada por el decano, vicedecano/a, secretario/a, tesorero/a y ocho vocales. El Pleno Territorial está formado por la Junta y 14 representantes territoriales. La duración de los cargos es de cuatro años y el modelo de elección es el sufragio universal de la Asamblea.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Sindicato de Xornalistas de Galicia (SXG) | | | |
| Sitio web | www.sindicatodexornalistas.com | | | |
| Fecha de creación | 2005 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>El Sindicato de Xornalistas de Galicia es una organización sindical, que forma parte además de los comités de empresa de Televisión de Galicia, La Voz de Galicia y Radio Coruña-Ser, nace con la intención de luchar contra la precariedad laboral. Este objetivo busca cumplirse por medio de la representación sindical de trabajadores en los comités de empresa, la denuncia de casos concretos de precariedad laboral, la oferta de un servicio de asesoría jurídica y de información sobre derechos laborales y profesionales, además de la negociación de las prácticas de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Galicia.</p> <p>El SXG publica en su página web una serie de comunicados de denuncia de irregularidades, precarización y vulneración de los derechos de libertad de expresión e información y documentos sindicales para sus afiliados, como convenios laborales y leyes que regulan el estatuto de los trabajadores.</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>El Sindicato se organiza alrededor de un congreso, formado por los/as afiliados/as, un consejo directivo, una junta ejecutiva y una comisión de garantías, que dirime las reclamaciones y recursos de los afiliados/as.</p> <p>El SXG no ha emitido, por el momento, ningún documento de autorregulación profesional.</p> |
|--|--|

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|----------------------------|----|--------------------------|----|-------------------------------------|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> |
|----------------------------|----|--------------------------|----|-------------------------------------|

| | | | | |
|---|---|-------------------------------------|----|--------------------------|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Nombre | Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual | | | |
| Sitio web | www.cata.xunta.es | | | |
| Fecha de creación | 1999 | | | |
| Breve descripción del consejo audiovisual y sus características | <p>Tal y como reza su página web, que no ha sido actualizada desde 2010, el Consello Superior de Telecomunicacións e Audiovisual es el máximo órgano asesor en esta materia para la Comunidad Autónoma. Sus funciones son: proponer a la Xunta de Galicia las medidas oportunas para el sector, emitir informes sobre las líneas estratégicas trazadas en el Libro Branco das Telecomunicacións en Galicia (1994), emitir informes solicitados por el/la presidente/a del consejo, conocer y resolver los conflictos de interesados/as a través de arbitraje y propiciar el autocontrol en relación al contenido de los medios audiovisuales.</p> | | | |

El Consello Asesor publica los informes presentados para la celebración de las comisiones permanentes de años irregulares, así como la normativa vigente en materia de audiovisual, telecomunicaciones, televisión y radio. Alguno de los enlaces más recientes, como el “Informe sobre o audiovisual galego” de 2010 no se corresponden con el contenido anunciado.

La página es meramente informativa y no presenta ningún apartado en el que los ciudadanos puedan presentar quejas o dudas, a pesar de que entre sus atribuciones se encuentre la de mediar en este tipo de conflictos de intereses. Tampoco aparece información alguna sobre la resolución de posibles denuncias de los usuarios de los medios.

En cuanto a su composición, el Consello Asesor se compone de unos 180 miembros, presididos por el presidente de la Xunta de Galicia. Son representantes de la administración autonómica, administración local, universidades de Galicia y centros especializados, sindicatos, usuarios, industriales y comercializadores, operadores de servicios de telecomunicaciones, de la Compañía de radio Televisión de Galicia, de televisiones y radios, de medios impresos, asociaciones del audiovisual, Fundación Galicia-Europa y vocales de reconocido prestigio en el sector. Dada la inoperatividad de este Consello Asesor, existe una Comisión Permanente de 18 miembros caracterizada por su politización, dado que la mayoría de sus miembros pertenecen a la administración autonómica y local.

Nota: He intentado ponerme en contacto con el Consello en el correo electrónico que aparece en su página web pero no he recibido respuesta.

| | |
|--|---|
| | Entiendo que existe pero que carece de actividad al menos en la última legislatura. |
|--|---|

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
|--|--|---|----------|--|
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Deontológico do Xornalismo Galego | | | |
| Organismo promotor | Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia | | | |
| Enlace web al código | www.xornalistas.com/colexio/codigo-deontologico-galego/ | | | |
| Fecha de creación | 2008 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | El Código Deontológico do Xornalismo Galego es un documento de cuatro páginas, que aparecen en gallego, castellano, inglés y francés, que presenta 12 criterios para garantizar la libertad de expresión y el derecho a la información. Se trata de una serie de ideas generales sobre la calidad y la ética necesarias para el ejercicio periodístico, en las que hay alusiones al caso específico de Galicia. El documento aborda cuestiones como la diferenciación entre información y opinión, la rectificación de errores, el uso de métodos éticos de obtención de información, respetar el <i>off the record</i> y no utilizar en beneficio propio la información obtenida, respetar el derecho a la intimidad e imagen de las personas, especialmente en el caso | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>de menores, junto con la presunción de inocencia y el respeto por la diversidad social y personal.</p> <p>Emitido en el año 2008 tras la asamblea general del CPXG, el documento no presenta revisiones ni actualizaciones.</p> |
|--|--|

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| | | | | |
|-----------------|----|--------------------------|----|---------------------------------------|
| ¿Existen leyes? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> X |
|-----------------|----|--------------------------|----|---------------------------------------|

Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios

| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | X |
|---|---|--------------------------|----|---|
| Nota | <p>Conviene indicar que, a pesar de la ausencia de un observatorio de medios, Galicia cuenta con varias experiencias en observatorios dedicados al audiovisual y, además, el Observatorio da Cultura Galega (http://observatorio.consellodacultura.gal/), una unidad dependiente del Consello da Cultura Galega, emite datos estadísticos sobre consumo de radio y televisión, aunque no presenta datos sobre prensa escrita. Se trata de un instrumento puramente descriptivo y que no presenta un análisis de los datos recopilados.</p> <p>En cuanto a los observatorios de audiovisual, entre 1998 y 2002 el Observatorio Audiovisual Galego emitió varios informes sobre el audiovisual en Galicia, aunque no orientado a la actividad periodística. En 2014, una plataforma de profesionales del medio audiovisual crea el Observatorio Audiovisual de Galicia (https://observatorioag.wordpress.com/), con la</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | intención de analizar el sistema de producción audiovisual gallego y proponer cambios a la gestión y modelo de ayudas de la administración al sector. |
|--|---|

Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios

| | | | | |
|--|---|--|----|---|
| ¿Existe una revista o publicación dedicada a la crítica de medios? | Sí | | No | X |
| Nota | A pesar de que no exista ninguna publicación dedicada específicamente a la crítica de medios, <i>Galicia Confidencial</i> , publicación digital con versión en abierto y información para suscriptores, a menudo publica información de investigaciones sobre los medios gallegos, sobre todo acerca del modelo de ayudas del gobierno gallego para el sistema de medios. | | | |

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Eu non manipulo, e tí? | | | |
| Responsable/s del blog | Comité de Empresa de la Televisión de Galicia | | | |
| Dirección del blog | https://eunonmanipulo.wordpress.com/about/ | | | |
| Fecha de creación | 2013 | | | |
| Breve descripción | El blog ha sido creado, tal y como se recoge en la | | | |

| | |
|--|---|
| sobre el blog y sus características | <p>información sobre sus autores, para denunciar la manipulación informativa de la Televisión de Galicia y para demandar la creación de un consejo de informativos, que no existe en el ente público gallego, tal y como recoge el artículo 36 de la Lei 9/2011 de 9 de novembro dos medios públicos de comunicación audiovisual de Galicia. El blog analiza en sus entradas, de extensión y periodicidad variables, la información recogida en los informativos de TVG, así como su tratamiento y ofrece información alternativa y contrastada. Además, recoge las protestas de la redacción de informativos en casos de manipulación dictada desde la dirección de la televisión.</p> |
|--|---|

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Observatorio dos medios galegos | | | |
| Responsable/s del blog | Iniciativa ciudadana | | | |
| Dirección del blog | www.omg.com | | | |
| Fecha de creación | | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>Se trata de un blog hecho por ciudadanos, pero que tienen un organigrama con un presidente de honor y equipo presidencial, orientado a la observación de la transparencia y objetividad de los medios y la defensa del futuro de la "información gallega".El blog, que parece de creación reciente, cuenta solo con tres entradas.</p> | | | |

2.3. Mapa de instrumentos externos a los medios en Madrid

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|--|
| Comunidad Autónoma | Comunidad Autónoma de Madrid |
| Investigador/es | Adoración Merino-Arribas |
| Universidad | Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) |
| Fecha de realización del análisis | Julio de 2016 |

Asociaciones de espectadores

| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
|--|---|---|----|--|
| Nombre | Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) | | | |
| Sitio web | www.auc.es/ | | | |
| Fecha de creación | 19 de julio de 1998 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | <p>La AUC tiene como principal objetivo la defensa de los intereses de los ciudadanos en su relación con los diferentes medios y sistemas de comunicación y con las nuevas tecnologías de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> v En relación a los usuarios de los medios de comunicación (condiciones de prestación de los servicios, cláusulas contractuales, etc.) v En relación a los receptores de los mensajes que dichos medios de comunicación difunden (cumplimiento de la legislación en materia de publicidad, información, programación) v Relacionado con el "objeto de atención" de sus contenidos o de sus estrategias de marketing (derecho al honor y a la intimidad, protección de datos personales) v La amplia presencia social conseguida por AUC en los | | | |

últimos años es un claro indicador del peso que los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías de la información (TIC) están adquiriendo en la vida cotidiana, así como de la preocupación creciente de los ciudadanos ante:

Ø La necesidad de defender que el desarrollo empresarial en el ámbito comunicativo y audiovisual, Internet, el comercio electrónico, la digitalización y la convergencia tecnológica no se realice a costa de la seguridad, del pluralismo y de derechos adquiridos por los ciudadanos, como el servicio público, la defensa del interés general y del acceso universal a la sociedad de la información.

Ø La necesidad de crear instancias de regulación contra posibles abusos en materia de comunicación y publicidad en las que participen, junto con los oferentes y los profesionales, los ciudadanos organizados.

Ø De un modo más específico, la actividad de la AUC ha venido centrándose en los siguientes objetivos:

- Vigilar el respeto a los derechos fundamentales y derivados reconocidos por la Constitución Española, entre ellos:
 - Derecho a recibir información veraz.
 - Derecho al honor y a la intimidad.
 - Derecho a la no discriminación por razones de sexo, edad o creencia.
 - Protección de la infancia y a la juventud.
 - Derecho de participación en la toma de decisiones públicas por parte de los consumidores organizados.
- Denunciar los posibles incumplimientos de las leyes que desarrollan estos derechos: Ley General de Publicidad, Ley General para la

Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley que incorpora la Directiva sobre la Televisión sin Fronteras, Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, etc.

- Desarrollar acciones en el campo de la educación, de la concienciación social, y de la creación de opinión: formación del profesorado de la ESO y de posgraduados en comunicación, publicidad y nuevas tecnologías; participación en foros, jornadas y debates; campañas de prensa, etc.
- Realizar informes e investigaciones sobre los contenidos de los medios de comunicación, sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre sus efectos sociales, etc.
- Participar en organismos nacionales e internacionales de carácter consultivo en representación de los consumidores: Consejo de Consumidores y Usuarios, Comité Económico y Social Europeo, Consejo Consultivo de la Agencia Española de Protección de Datos, Observatorio de la Publicidad , Fòrum d'Usuaris del Consell Audiovisual de Catalunya, Grupo Español de Comunicación de la UNESCO , Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, Comisión de Seguimiento del Código PAOS, etc.

Presidente de Honor: D. José Vidal-Beneyto

Presidente Ejecutivo: D. Alejandro Perales Albert

Secretario General: D. Bernardo Hernández Bateller

Vocales: D. Carlos M^a Brú Purón y D. Jaime Sendra

Responsables territoriales

- Juan Carlos Suárez (Andalucía)
- Manuel Jalón Iglesias (Aragón)
- Fernando Monar Rubia (Baleares)
- Begoña del Pueyo Ruiz (Cataluña)

- Juan Tomás Frutos (Murcia)

Cursos y seminarios

- Il Jornada Menores, Pantallas y Alimentación:
- Modelos de Negocio y Oportunidades Profesionales en el Nuevo Entorno Digital
- Infancia, Violencia y Televisión: Los espacios informativos y los imaginarios de la violencia en la infancia

Colaboraciones

- Publicidad y juguetes: un análisis de la aplicación de los códigos deontológicos y jurídicos en los spots de juguetes durante la Navidad 2015-16
- Manifiesto III Audiencia Pública Infantil de Rivas Vaciamadrid

- Claro como el agua. Yolanda Verdú.

Denuncias:

- v Denuncias ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)
- v Denuncia de AUC por publicidad encubierta de los productos REVIDOX y OBEXTREM dentro del espacio “Aprende a cuidarte” del programa “Sálvame Diario”.
- v Resolución de la CMNC declarando a MEDIASET ESPAÑA Responsable de la comisión de 2 infracciones administrativas de carácter grave y sancionándola con 2 multas por un importe total de 528.373 euros.
- v Denuncia de AUC por la incorrecta calificación de la serie “2 Hombres y Medio” dentro de la franja de protección reforzada.
- v Resolución de la CNMC declarando a ATRESMEDIA responsable de la comisión de dos infracciones administrativas graves de carácter continuado y sancionándola con dos multas por un importe total de 484.852 euros.
- v Denuncias de AUC por la emisión, en diferentes

cadenas del Grupo ATRESMEDIA, de estrenos cinematográficos sin la correspondiente calificación por edades: El renacido (Neox), La verdad duele (La Sexta), Mejor solteras (Nova), Zoolander nº2 (La Sexta), Zootropolis (Nova).

v Resolución de la CNMC apercibiendo a los operadores para que califiquen dicha publicidad.

Documentos 2015

o Machismo y publicidad. En torno a las comunicaciones comerciales de carácter sexista

La regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas. Una armonización pendiente

Real Decreto de desarrollo de la Ley del Cine. Observaciones

Las comunicaciones comerciales con alegaciones de salud

La protección de los menores en el ámbito de la comunicación

Proyecto de Ley de resolución Extrajudicial de Conflictos (II)
Alegaciones del Consejo de Consumidores y Usuarios

Anteproyecto de Ley de Resolución Alternativa de Conflictos de Consumo (I)

Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación a la nueva regulación de los SMS

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre Las alegaciones medioambientales, sociales y de propiedades saludables en el mercado interior

Infracciones y sanciones en la

| | |
|--|---|
| | <p>legislación de consumo</p> <p>La protección de los consumidores en el ámbito de la salud a nivel autonómico</p> <p>Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación a la consulta pública sobre la futura utilización de la banda UHF (Informe Lamy)</p> <p>Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación sobre el Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego y de Juego Responsable</p> <p>Seguimiento y análisis de la publicidad sobre apuestas on line</p> <p>La regulación voluntaria en internet (I)</p> <p>Códigos de conducta en el ámbito del comercio electrónico</p> <p>Balance de consultas y reclamaciones presentadas en las Organizaciones de consumidores y usuarios de ámbito nacional: año 2014.</p> <p>o Documentos 2014</p> <p>Observaciones de AUC a la modificación de la Ley de Propiedad Intelectual</p> <p>Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación al Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y se regulan determinados aspectos para la liberación del dividendo digital</p> <p>La participación de los ciudadanos en el cuidado de la salud</p> <p>Proyecto de Ley de Propiedad</p> |
|--|---|

| | |
|--|---|
| | <p>Intelectual. Análisis comparado de las propuestas de AUC y de las enmiendas de los grupos parlamentarios tras su paso por el Congreso</p> <p>Observaciones de la Asociación de Usuarios de la Comunicación al Proyecto de Real Decreto por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y se regulan determinados aspectos para la liberación del dividendo digital</p> <p>La protección de los usuarios en la nueva Ley General de Telecomunicaciones</p> <p>Proyecto de Ley General de Telecomunicaciones. Enmiendas propuestas por la Asociación de Usuarios de la Comunicación.</p> <p>Propuestas de enmienda al Proyecto de Ley de modificación del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias</p> <p>Propuestas de enmienda al Proyecto de Ley de modificación de la Ley de Propiedad Intelectual</p> <p>Novedades en materia de comunicación comercial televisiva: sigue sin cumplirse la normativa europea</p> <p>La falsificación de productos como práctica ilícita contra los consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> o Se puede rellenar un formulario de quejas y sugerencias a través de su página web. http://www.auc.es/ o No tienen ningún espacio en el que se |
|--|---|

| | |
|--|---|
| | recopilen las reclamaciones presentadas por los usuarios. |
|--|---|

| | |
|--|--|
| Nombre | Asociación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) |
| Sitio web | http://atrmadrid.com/ |
| Fecha de creación | 1985 |
| Breve descripción del organismo y sus características | <p>La asociación ATR, Usuarios de los Medios de Madrid, se dedica desde 1985 a impulsar la calidad de los contenidos de los medios de comunicación y a proteger los derechos de los usuarios, en especial del público infantil. Desde los inicios trabaja en el seguimiento y la educación de los contenidos televisivos. Abarca la multipantalla: la producción de animación, los videojuegos, internet, y en general, las nuevas tecnologías y soportes audiovisuales.</p> <p>Representa exclusivamente la voz de la audiencia y defiende sus intereses en los distintos ámbitos: en los foros de participación, ante los reguladores, ante los medios y ante los anunciantes. Son un punto de encuentro entre la audiencia y los generadores y distribuidores de contenidos: productores y cadenas.</p> <p>Algunas de sus actividades más conocidas son los premios ATR, que van por su XXI edición. Estos galardones reconocen la realización y calidad de distintos programas y profesionales del mundo de la comunicación.</p> <p>Otras de sus actividades son la formación de padres, alumnos y profesores en el entorno audiovisual y la organización de jornadas temáticas. Mantiene informados a los socios sobre las novedades de la industria y trata de canalizar las quejas y opiniones de los ciudadanos.</p> |

Desean conseguir más socios y alegan que cuantos más sean, mayor será su capacidad de diálogo con los agentes del sector, por eso “te pedimos que te asocies si compartes nuestros valores y quieres que tu opinión se escuche”.

No aparece la composición de sus miembros.

Concursos, premios y ‘Aula Click’: un programa que ofrece sesiones para padres, adaptadas a las necesidades del centro educativo de los hijos.

Objetivos:

- Enseñar a ver la tele y contenidos online con criterio.
- Navegar por Internet y utilizar las redes sociales de forma segura.
- Escoger videojuegos adecuados por edades. – Utilizar el móvil de forma responsable.
- Facilitar una serie de herramientas válidas para cualquier hogar digital.

Talleres de 1 hora y 10 minutos:

- En estos cursos se abordan los principales riesgos asociados al uso de Internet, móvil y videojuegos, los dispositivos más usados por los menores y los que más han crecido en la última década. También se habla de la Televisión Conectada o contenidos audiovisuales a través de Internet.
- Asimismo se tratan las ventajas de estas herramientas para la creatividad, el desarrollo y la conectividad de los usuarios.
- Se ofrecen unas pautas de consumo válidas para cualquier “hogar digital”.

No publican resoluciones.

Publican entre 1 y 2 informes anuales titulados “Cinco años de Código de autorregulación de televisión e

| | |
|--|--|
| | <p>infancia”.</p> <p>Tienen un formulario en la página web para realizar quejas a través de esta asociación.</p> <p>No cuenta con un espacio que recopile las reclamaciones realizadas por los usuarios.</p> |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Nombre | iCmedia |
| Sitio web | http://www.icmedianet.org/ |
| Fecha de creación | 2008 |
| Breve descripción del organismo y sus características | <p>Objetivos y señas de identidad:</p> <p>Colaborar en la mejora de los contenidos audiovisuales promoviendo una relación positiva entre productores, emisores y usuarios que sea beneficiosa para todos.</p> <p>Representar los intereses de los consumidores y usuarios de los medios ante las administraciones públicas y las entidades privadas del sector audiovisual y formular propuestas con ánimo constructivo.</p> <p>Contribuir al desarrollo de las asociaciones integradas en iCmedia y promover una ciudadanía activa en el ámbito del sector audiovisual</p> <p>Ser un referente de apoyo a las familias: promoviendo que se garantice la protección de la audiencia infantil y se facilite el acceso a los contenidos con un conocimiento informado.</p> <p>Junta Directiva:</p> <p>José Luis Colás Giraldos – Presidente</p> <p>Ricardo Vela García – Vicepresidente</p> <p>Jaime Casanueva – Tesorero</p> <p>Marta Pellico del Castillo – Secretario</p> <p>Jose Angel Dominguez Calatayud – Vocal</p> <p>Antonio Baselga de la Vega – Vocal</p> |

Remigio Abad Sánchez – Vocal
 Concha Alonso Ruiz – Vocal
 Adolfo Momoitio Bárcena – Vocal
 Asunción Pagán Antón – Vocal
 Alfonso Aparicio – Vocal
 Jose Antonio Ruiz San Román – Vocal
 M^a Esther del Moral Pérez – Vocal
 Sonsoles Poole Derqui – Vocal
 Juan Manuel Piquero Calleja – Vocal
 Félix Domínguez Capell – Vocal
 Consejo Asesor:
 Carmen Fuente Cobo- Directora Adjunta Facultad de
 Comunicación, C.U.Villanueva
 Javier Fernández del Moral – Catedrático de Periodismo
 especializado UCM
 Charo Sádaba – Profesora Marketing especializado y
 Nuevos Medios, UNAV y consultora medios digitales UE
 Javier Cremades – Presidente y fundador del Despacho
 Cremades & Calvo Sotelo.
 Ignacio Bel – Ex Director de Comunicación del IESE
 Business School y Doctor en Derecho, UCM
 Luis Núñez Ladeveze- Catedrático de Periodismo,
 Universidad Camilo José Cela
 Loreto Corredoira – Profesora Titular de Derecho de la
 Información UCM, chair en Teleclip: e-televisión, estudios
 y aplicaciones.
 José Antonio Ruiz San Román – Profesor Titular de
 Sociología de la Comunicación, CUV, UCM
 Alfonso Sánchez Tabernero – Rector de la Universidad
 de Navarra, Catedrático de Empresa Informativa
 Mónica Deza – Ex Vicepresidenta de Innovacion en
 Mccann World Group y miembro de Thinking Heads,
 experta en Neurociencias de la comunicación
 J. Antonio Irisarri Núñez – Socio fundador de Savia y
 Presidente de Compromiso Empresarial, profesor en CEU
 San Pablo y CUV
 Begoña Morales Blanco-Steger – Directora de Soluciones
 para la Sostenibilidad, Indra, experta en RSC

José Ángel Cortés Lahera – Miembro de la Academia de la TV, Doctor en Ciencias de la Información, docente en UNAV, UCM y CEU

Eladio Gutiérrez Montes – Experto Consultor en Telecomunicaciones, ex director de Impulsa TDT

Juan Martínez Otero – Experto en Derecho de la Información, profesor del CEU Cardenal Herrera en Valencia

M^a Carmen García Galera- Directora del Departamento de Comunicación URJC, Profesora experta en redes sociales y jóvenes de la URJC. Presidenta de Kids and Com.

Miguel Ángel Ortiz Sobrino – Profesor Titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Victoria Tur-Viñes – Profesora Titular de la Universidad de Alicante. Investigadora principal del grupo de investigación Comunicación e Infancia.

Mercedes Muñoz – Directora del Departamento de Comunicación Pública. Dra. en Comunicación. Profesora de Derecho y Deontología de la Comunicación. Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra.

Borja Mora-Figueroa – Doctor en Comunicación. Profesor Asociado del Máster en Comunicación Política y Corporativa (MCPC). Exdirector del Consejo Audiovisual de Navarra (2005-2011).

Proyectos y Actividades. El trabajo de iCmedia destaca por la promoción y participación en Proyectos y Actividades como los siguientes:

1. Foros:

El Foro **iCmedia** es una jornada anual en la que se invita a participar a los principales agentes del sector audiovisual. Concretamente, representantes de las administraciones públicas y profesionales destacados de entidades públicas y empresas privadas, como directivos de cadenas y de

productoras de TV, responsables de programas de éxito, profesionales del marketing, expertos en medición de audiencias, guionistas, representantes de las grandes empresas on-line como las redes sociales, representantes de los consejos audiovisuales, etc. El objetivo del Foro es facilitar un lugar de encuentro entre los profesionales y los representantes de los usuarios de los Medios, que facilite un conocimiento recíproco y la cooperación entre todos los agentes del sector audiovisual a favor de los contenidos de calidad.

TV Social: del salón al smartphone, del espectador al usuario (21-nov-2013)

TV Híbrida: Operadores, reguladores y usuarios (22-nov-2012)

IV Foro **iCmedia** (17-nov-2011)

III Foro iCmedia (12-nov-2010)

En su web informan de los encuentros, foros, congresos:

<http://www.icmedianet.org/es/category/encuentros-y-actividades/encuentros/>

2. Encuentros:

iCmedia fomenta un intercambio de opiniones abierto y positivo que permita mejorar el conocimiento de la actividad profesional de los invitados a sus Encuentros, a quienes da a conocer las principales actividades y objetivos de la Federación. Estos encuentros permiten explorar puntos de encuentro, intereses comunes y sinergias, en un contexto informal y distendido, y han suscitado ya iniciativas de gran repercusión a favor de los usuarios de los Medios y de la sociedad en general. En los últimos años han participado en estos encuentros destacados profesionales del sector.

3. Jornadas:

La Federación impulsa acciones dirigidas al sector

audiovisual y a los profesionales de los medios de comunicación para la promoción de la calidad de los contenidos audiovisuales y la defensa de los derechos de la infancia como usuario multipantalla. En los últimos años, iCmedia y sus asociaciones han promovido numerosas jornadas de sensibilización.

4. Actividades:

iCmedia organiza, fomenta y colabora con actividades e iniciativas que sirvan para sensibilizar y difundir la necesidad de aumentar la protección de la audiencia infantil y la información al usuario de los medios. Asimismo, colabora en diversas acciones que contribuyen a la alfabetización mediática y audiovisual de padres, educadores y menores. Fomenta, así, un uso y consumo saludable de los contenidos audiovisuales.

5. Premios:

Muchas de las asociaciones integradas en **iCmedia** premian contenidos, profesionales, programas, iniciativas y nuevas aplicaciones en los que figuran y se representa la calidad de los contenidos, el compromiso con el usuario y el respeto por la audiencia infantil. Desde hace casi 10 años, la Federación entrega un premio anual, en el marco de los Premios ATR Madrid, a las iniciativas, empresas y contenidos que atestiguan criterios de calidad audiovisual.

No aparece ninguna sección de resoluciones.

1. iCmedia Publicaciones:

Hasta ahora son dos los números propios en los que académicos del Consejo Asesor de iCmedia exponen sus puntos de vista, recomendaciones y conclusiones sobre cuestiones candentes en el mundo audiovisual.

- a) Calidad, rentabilidad y competencia en las empresas audiovisuales
- b) Los valores en la publicidad: un nuevo planteamiento ético y comercial

2. Estudios propios:

El menor es el usuario de contenidos audiovisuales más desprotegido. Para analizar el grado de protección a los más jóvenes y los retos a los que se enfrenta la actual Ley General de Comunicación Audiovisual ofrece a los más pequeños, la vicepresidenta de iCmedia Carmen Fuente dirigió en 2012 un estudio en el que expertos del Consejo Asesor analizan los distintos cambios sectoriales que deberían afrontarse para su mejora.

3. Iniciativas Legislativas:

Con el asesoramiento y el apoyo de expertos concedores de la legislación audiovisual, iCmedia trabaja para garantizar un mejor acceso del usuario a la información, una mayor participación social en los medios y una mejora del derecho de reclamación del usuario de los medios.

iCmedia denuncia que la reforma de la Ley Audiovisual que tramita el senado permitirá la emisión de pornografía y violencia en abierto. La principal prioridad de la Federación radica en lograr la protección del menor como usuario de los contenidos audiovisuales. En 2012, iCmedia luchó por eliminar la posibilidad de que se emitiera violencia gratuita y pornografía en abierto. Esta iniciativa dio sus frutos. Siga la cronología de la acción legislativa de la Federación en las notas de prensa y en el clipping del caso:

iCmedia denuncia la violencia y pornografía en abierto

Los usuarios de los medios aplauden la decisión del senado de mantener la prohibición de la pornografía

| | |
|--|---|
| | <p>y violencia gratuita en televisión.</p> <p>Tienen un formulario en la página web para realizar quejas a través de esta asociación.</p> <p>No cuenta con un espacio que recopile las reclamaciones realizadas por los usuarios.</p> |
|--|---|

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
|--|---|---|----|--|
| Nombre | Asociación de la Prensa de Madrid (APM) | | | |
| Sitio web | www.apmadrid.es/ | | | |
| Fecha de creación | 31 de mayo de 1895 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>La Asociación de la Prensa de Madrid (APM), creada el 31 de mayo de 1895, es una asociación profesional de periodistas, cuyos objetivos básicos son la defensa de las libertades de información y expresión, la promoción del buen ejercicio profesional del periodismo y la preocupación por el bienestar de los socios, según rezan sus Estatutos. Su ámbito territorial es la Comunidad de Madrid (España).</p> <p>En su web detalla la composición de sus órganos en cada momento, y ofrecen un histórico desde su creación. La actual sería la siguiente:</p> <p>Presidenta: Victoria Prego de Oliver Tolivar</p> <p>Vicepresidente 1º para Asuntos Profesionales: Nemesio Rodríguez López</p> <p>Vicepresidente 2º para Asuntos Sanitarios y Asistenciales: Javier Olave Lusarreta</p> <p>Vicepresidente 3º para Asuntos Económicos: Miguel Ángel Noceda Llano</p> | | | |

Secretaria General: María Jesús Chao Álvarez de Sierra

Vicesecretario: Alfonso Sánchez García

Archivero/Bibliotecario: Andrés Aberasturi Ferrer

Vocal 1: Lucía Méndez

Vocal 2: Pepa Bueno

Vocal 3: Helena Resano Lizaldre

Vocal 4: Luis Ayllón Alonso

Vocal 5: Yolanda González

Vocal 6: David Corral Bravo

Vocal 7: Enrique Peris Amo

Vocal 8: Sonsoles Ónega Salcedo

Vocal 9: Pilar Bello González

Vocal 10: Antonio San José Pérez

Vocal 11: Gabriel Sanz Hontavilla

Vocal 12: Mayte Antona

Vocal 13: Felipe Serrano López de Coca

Vocal 14: Amancio Fernández Rodríguez

Vocal 15: Jesús Picatoste Baeza

Vocal 16: Jesús Maraña Marcos

Existe posibilidad de asociarse como persona jurídica, aunque no aparece ninguna sección correspondiente a 'medios adheridos'.

Cuenta con una sección de formación en la que presenta novedades, becas y descuentos dirigidos a profesionales que busquen ofertas de formación. <http://www.apmadrid.es/servicios-apm/formacion/>

No cuentan con una sección de documentos de autorregulación, aunque publican algunas de las resoluciones relevantes de los Asociados, en la siguiente dirección:

<http://www.apmadrid.es/apm/defensor-del-asociado/resoluciones-y-sugerencias-de-la-defensora-del-asociado>

| | |
|--|---|
| Nombre | Sindicato de Periodistas de Madrid |
| Sitio web | http://sindicato-periodistas.es/ |
| Fecha de creación | 24 de enero de 1999 |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>El Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM) nació el 24 de enero de 1999 para luchar por la dignidad de la profesión, “aplastada por la creciente precariedad laboral, los sistemáticos abusos empresariales y la falta de regulación legal del periodismo. La gran víctima de esa situación es el derecho constitucional de la ciudadanía a recibir una información veraz y plural, que sólo podrá ser garantizado si la profesión periodística puede ejercer su trabajo con libertad y plena independencia de los poderes políticos, económicos y sociales”, tal y como figura en su web.</p> <p>El Congreso, que conforman todos los afiliados, es el órgano máximo de decisión del SPM. Cada cuatro años se reúne con carácter ordinario para elegir a los miembros de la Junta Ejecutiva mediante sufragio libre, directo y secreto.</p> <p>Las funciones y competencias del Congreso, de acuerdo con el artículo 15 de los Estatutos, son:</p> <p>Adoptar acuerdos relativos a la representación, la gestión y la defensa de los intereses del sindicato y de sus afiliados/as.</p> <p>Aprobar los programas y planes de actuación.</p> <p>Elegir y revocar el mandato de los miembros del Consejo Directivo, la Junta Ejecutiva y la Comisión de Garantías, y fijar su duración.</p> <p>Examinar, debatir y aprobar o rechazar el informe de gestión que le presenten el Consejo Directivo, la Junta Ejecutiva y la Comisión de Garantías del Sindicato.</p> <p>Examinar, debatir y aprobar o rechazar el estado de cuentas del Sindicato.</p> <p>Aprobar o reformar los Estatutos.</p> |

Conocer y resolver en última instancia las reclamaciones.

El Consejo Directivo es el órgano máximo de decisión entre congresos y se reúne de manera ordinaria una vez al año.

El artículo 19 de los Estatutos del SPM especifica las funciones de este órgano. Son:

Debatir la política sindical que dirige la Junta Ejecutiva.

Adoptar decisiones de acción sindical de relieve.

Acordar convenios o pactos con otros sindicatos.

Acordar adquisiciones o ventas de patrimonio.

Aprobar las cuotas ordinarias y extraordinarias que tengan que satisfacer los/las afiliados/as, a propuesta de la Junta Ejecutiva.

Aprobar el presupuesto anual del sindicato que presente la Junta Ejecutiva.

Adoptar acuerdos referentes a la contratación de bienes y servicios que superen el 30 por ciento del presupuesto; aceptar las donaciones y legados a su favor que considere que no comprometen su independencia, y rechazar las procedentes de personas u organizaciones que puedan hipotecar los principios del Sindicato.

La Junta Ejecutiva es el órgano encargado de la dirección, gestión, representación y administración del sindicato. Está integrada por una Secretaría General, una Vicesecretaría General y de Relaciones Externas, una Secretaría de Actas, una Secretaría de Administración y Finanzas, y hasta cinco Secretarías más.

Como recoge el artículo 21 de los Estatutos del SPM, es el Congreso del Sindicato el que elige a todos sus miembros por un periodo de cuatro años. Cualquier afiliado puede optar a la Junta Ejecutiva, siempre y cuando forme parte de un equipo de candidatura y esté en plenitud de derechos sociales.

Junta Ejecutiva actual del SPM:

Secretario general: Agustín Yanel
Vicesecretario general: Ángel Gonzalo
Secretario de actas: Manuel Mediavilla
Secretaria de Administración y Finanzas: Laura
Mayoral Vocales:

Aida Díaz Méndez.
Teresa García Espejo (baja).
Óscar López Fonseca.
José Luis Rodríguez (baja).
José María de la Torre (baja).

Consejo Directivo del SPM

Agustín Tovar Trijueque.
Marta Arroyo Alvariño.
José Manuel Martín Medem.
Max Bernáldez.
Susana Gallego Rodil.
Rosa Escudero Arozamena.
Goyo García.
Francisco Frechoso Bajo.
Manuel Tapia Zamorano.
Anunciación López Valencia.
Suplentes
Emilio Andreu Jiménez.
María Jesús Rodríguez Costa.
Marcos García Rodríguez.
Miriam Meda.
Joaquín Anastasio González.

Comisión de Garantías

Juan Ignacio Cortés.
Francisco Escobar Jiménez.
Miguel Ángel Mota Truncer.
Pedro Simón.
Andrés Campanero.
Suplente: Juan Ramírez.

Cuenta con otros sindicatos adheridos, pero no hay rastro de medios colaboradores en su página web.

| | |
|--|--|
| | <p>Cuenta con un apartado específicamente dedicado a la formación: http://sindicato-periodistas.es/formacion/, pero que actualmente se encuentra vacío.</p> <p>Cuenta con secciones de sentencias y legislación, aunque no de autorregulación. Los enlaces se encuentran actualmente rotos.</p> |
|--|--|

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|-----------------------------------|---|--|----|---|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | | No | X |
| Información | No se encuentra información sobre ningún Consejo de prensa en la Comunidad de Madrid. | | | |

| | | | | |
|-------------------------------------|--|--|----|---|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | | No | X |
| Información | Lo disolvió el gobierno de Esperanza Aguirre en 2006 | | | |

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| | | | | |
|---|----------------------------------|---|----------|--|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Ético de Confianza Online | | | |

| | |
|---|--|
| Organismo promotor | Confianza Online |
| Enlace web al código | http://www.autocontrol.es/pdfs/cod_confianzaonline.pdf |
| Fecha de creación | Enero de 2003 |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Confianza Online es la Asociación creada para fomentar la confianza de los consumidores en el Comercio Electrónico y la Publicidad Interactiva, organizado por ADIGITAL, AUTOCONTROL y RED.ES y basado en el “Código Ético de CONFIANZA ONLINE”. Este proyecto de autorregulación pone a disposición de los usuarios de los nuevos medios y de las empresas un Código de Conducta específico que les otorga una mayor protección, así como un Sello de Confianza que las empresas adheridas podrán insertar en sus páginas web para mostrar su compromiso de responsabilidad en sus comunicaciones comerciales, transacciones contractuales con los consumidores, protección de datos, accesibilidad y usabilidad y protección al menor, ofreciendo, de este modo, mayores garantías a los usuarios de la Red, lo que contribuirá al aumento de su confianza en los nuevos medios.</p> <p>Tiene una extensión de 30 hojas. Cuenta con 43 artículos. Trata desde la veracidad de las empresas cuyo objetivo es la venta de productos o Servicios a través de canales online, hasta la regulación de los medios de comunicación, especialmente en las cuestiones relacionados con la publicidad. Su última revisión se realizó en 2007.</p> |

| | | | | |
|---|---|---|----------|--|
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Deontológico | | | |
| Organismo promotor | FAPE | | | |
| Enlace web al código | http://fape.es/home/codigo-deontologico/ | | | |
| Fecha de creación | Enero de 2003. | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>En el marco de las libertades civiles consagradas en la Constitución, que constituyen la referencia necesaria para una sociedad plenamente democrática, el ejercicio profesional del Periodismo representa un importante compromiso social, para que se haga realidad para todos los ciudadanos el libre y eficaz desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libre información y expresión de las ideas.</p> <p>Como su sujeto e instrumento de la libertad de expresión, los periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho.</p> <p>Pero los periodistas, también, consideran que su ejercicio profesional en el uso y disfrute de sus derechos constitucionales a la libertad de expresión y al derecho a la información, está sometido a los límites que impidan la vulneración de otros derechos fundamentales.</p> <p>Por ello, a la hora de asumir estos compromisos, y</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | <p>como verdadera garantía que ofrece a la sociedad española, a la que sirve, la profesión periodística entiende que le corresponde mantener, colectiva e individualmente, una intachable conducta en cuanto se refiere a la ética y la deontología de la información. Los periodistas, integrados en la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, se comprometen con la sociedad a mantener en el ejercicio de su profesión los principios éticos y deontológicos que le son propios.</p> <p>Tiene una extensión media.</p> <p>Cuenta con 20 artículos.</p> <p>Se limita a algunas recomendaciones para los periodistas en su ámbito profesional.</p> <p>La última revisión se realizó el año pasado.</p> |
|--|---|

| | | | | |
|--|---|---|----------|--|
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo | | | |
| Organismo promotor | FAPE | | | |
| Enlace web al código | http://www.comisiondequejas.com/ | | | |
| Fecha de creación | 2006 | | | |
| Breve descripción del código y sus | En la Asamblea de la FAPE (Burgos, 2006) bajo la presidencia de Fernando González Urbaneja, la FAPE acuerda la modificación de sus Estatutos, creando una | | | |

características

Comisión de Garantías y Asuntos Profesionales presidida por Antonio Mora, que, entre otras funciones, tiene la de actuar de enlace con la Comisión de Quejas y Deontología, nueva denominación del inicial Consejo Deontológico, cuyos principios de actuación y organización se recogen en el artículo 23 de los nuevos Estatutos de la FAPE:

Artículo 23: La Comisión de Quejas y Deontología tiene como objeto conocer y resolver las cuestiones de deontología y ética periodísticas, conforme a su propio reglamento, por iniciativa propia o a petición de la propia Federación o de cualquier ciudadano. Sus integrantes serán nombrados por la Asamblea General de la FAPE, a propuesta de la Junta Directiva, en la forma y número que reglamentariamente se determine, entre personalidades pertenecientes al periodismo, al derecho, al mundo académico o a otras actividades relevantes de la vida social.

La Comisión de Quejas y Deontología funcionará con plena independencia y autonomía competencial y de funciones, y será dotado económicamente por la Federación.

Por iniciativa de la FAPE, bajo la presidencia de Elsa González, en julio de 2011 se constituyó la Fundación de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo. La finalidad principal es la de velar por la libertad de información en el ejercicio profesional del periodismo, y por el derecho de los ciudadanos a recibir informaciones veraces y opiniones éticas, salvaguardando el respeto de los derechos fundamentales.

| | |
|--|--|
| | <p>A instancias de esta Fundación se ha promovido la adhesión a esta Comisión de diferentes medios de comunicación. El protocolo creado al efecto ha sido firmado, hasta el momento, por más de medio centenar de medios , desde las agencias de comunicación (EFE, Servimedia, Europa Press), pasando por el Grupo Prisa, Revistas como Mundo Cristiano, El Progreso de Lugo, Onda Jaén Radio y Televisión, medios digitales como Zoom News, o por citar el último, Canal Sur de Andalucía.</p> |
| | <p>Desde la página web se puede descargar el modelo de reclamación</p> |
| | <p>La web señala que se pueden aportar documentos y pruebas. Indica la dirección postal donde se deben enviar las reclamaciones.</p> |

| | | | | |
|--|---|---|----------|---|
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Ético Periodístico para la Infancia Vulnerable | | | |
| Organismo promotor | Aldeas Infantiles SOS | | | |
| Enlace web al código | https://www.aldeasinfantiles.es/getmedia/ee14165e-35cd-4d36-a560-89c5e947a0d2/codigo-etico-periodistico.pdf | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción del | En Aldeas Infantiles SOS, sensibles a todos los factores que pueden afectar a los niños y | | | |

| | |
|-------------------------------------|--|
| código y sus características | <p>especialmente a la infancia vulnerable, hemos sido siempre muy conscientes del papel fundamental que ejercen los medios de comunicación en nuestra sociedad. Por este motivo, así como por nuestra vocación de atender a los niños y jóvenes en España desde hace más de cuarenta y cinco años, estamos muy sensibilizados con el tratamiento de las noticias en las que, por unos motivos u otros, ellos son los protagonistas.</p> <p>Tiene una extensión de 80 páginas.</p> <p>No está dividido en artículos como tal, sino en consejos de periodistas reconocidos, y en un argumentario general sobre cómo tratar este tipo de comunicación.</p> <p>Trata exclusivamente sobre cómo se trata la figura infantil en los medios de comunicación.</p> <p>No hay revisiones conocidas del documento original.</p> |
|-------------------------------------|--|

| | | | | |
|--|---|---|----------|---|
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Ético de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia | | | |
| Organismo promotor | ATRESMEDIA, CRTVE, F O R TA, MEDIASET ESPAÑA, NET TV y VEO TV | | | |
| Enlace web al código | http://tvinfancia.es/tvinfancia/ | | | |

| | |
|---|---|
| Fecha de creación | 2005 |
| Breve descripción del código y sus características | <p>El Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia es una iniciativa puesta en marcha en 2005 por las principales operadores televisivos que emiten en abierto, orientada a la protección de los menores ante Contenidos potencialmente inadecuados para ellos. Además</p> <p>De las cadenas firmantes, que forman el Comité de Autorregulación que resuelve los casos, el Código cuenta con la participación tanto de la autoridad audiovisual (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC) como de diferentes organizaciones sociales. Ambas se integran, junto con los operadores, en la Comisión de Seguimiento. En 2015 se ha modificado el sistema de Calificación por edades de los programas, haciéndolo más preciso. El sistema ha sido verificado por la CNMC y facilita</p> <p>El uso del sistema control parental instalado en los aparatos de televisión.</p> <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la protección de los menores como espectadores televisivos en la franja horaria de su protección legal. • Evitar la emisión injustificada de mensajes o escenas inadecuados para los menores en franjas propias de la audiencia infantil (sexo y violencia explícitos y otros). • Garantizar la privacidad, dignidad y seguridad de los menores cuando aparecen o son mencionados en los contenidos televisivos. • Fomentar el control parental y la información |

adecuada sobre los contenidos televisivos.

- Difundir de forma amplia y periódica los contenidos del Código a través del medio televisivo, en espacios de gran audiencia. Hasta el momento Atresmedia y Mediaset han emitido campañas relativas a la calificación de contenidos y al control parental.

Criterios de aplicación:

- No podrán emitirse programas clasificados como “no recomendados para menores de 18 años” en horario protegido.
- No podrán emitirse programas clasificados como “no recomendados para menores de 12 años” en las franjas de protección reforzada.
- Se evitará la promoción de programas “no recomendados para menores de 18 años” en las franjas de protección reforzada. En el resto del horario protegido se evitará que incluya las imágenes o sonidos que sean la causa de esa clasificación.
- Se evitará que la promoción de programas “no recomendados para menores de 12 años” incluya en horario de protección reforzada imágenes o sonidos que sean causa de esa clasificación.

Órganos de seguimiento y control:

- Comité de Autorregulación: Compuesto por representantes de las televisiones firmantes (ATRESMEDIA, CRTVE, FORTA, MEDIASET ESPAÑA, NET TV y VEO TV). Su función es emitir dictámenes relativos a las quejas o reclamaciones presentadas por los espectadores a través del formulario incluido al efecto en la página web de TV

| | |
|--|---|
| | <p>Infancia: www.tvinfancia.es</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisión Mixta de Seguimiento. Compuesta paritariamente por miembros de las televisiones firmantes y de organizaciones representativas de la sociedad civil (CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, C EA PA, CONCAPA, ICMEDIA y PLATAFORMA DE INFANCIA). Supervisa la aplicación del Código, pero puede también presentar reclamaciones ; requerir a las televisiones en caso de que no atiendan los dictámenes del Comité de Autorregulación, incluso interponer denuncias ante la autoridad audiovisual • La Administración asume la Secretaría de la Comisión con voz, pero sin voto, tras su creación, ese papel le corresponde a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). |
|--|---|

| | | | | |
|--|--|---|----------|---|
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Código Ético de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) | | | |
| Organismo promotor | Asociación Profesional, sin ánimo de lucro. Junta Directiva: Presidente: Iñigo de Barrón Arniches Vicepresidenta: Yolanda Gómez Rojo Tesorero: Andrés Dulanto Scott Secretaria: Rosa María Sánchez Vocales: Amparo Estrada Fiona Maharg-Bravo Javier Montalvo Orozco | | | |

| | |
|---|---|
| Enlace web al código | http://www.apie.es/codigo-etico/ |
| Fecha de creación | 1973 En 2006, APIE ingresó como asociación profesional en la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Velar por la independencia y objetividad de los contenidos informativos. b) Defender la libertad en el ejercicio profesional de sus asociados. c) Facilitar el diálogo y acceso a las fuentes informativas. d) Representar a sus asociados en cuestiones y temas de índole profesional. e) Desarrollar actividades susceptibles de perfeccionar los conocimientos técnicos y la capacitación de sus asociados. f) Dar a conocer las características y especificaciones de la información económica. <p>Código Ético</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los periodistas de información económica expondrán con objetividad e interpretarán con criterio recto los hechos que acontezcan en el ámbito de su especialidad, previa la investigación seria de los datos, el contraste de las diversas versiones, hasta agotar en lo posible todas las fuentes disponibles, rechazando todo tipo de presiones. 2. Los periodistas de información económica se mantendrán al margen de las actividades sobre las que informan. No podrán asumir la representatividad, velar por la imagen ni hacer de portavoz de ningún organismo, sociedad o institución económica, ni de ninguno de sus directivos. 3. Los periodistas de información económica |

| | |
|--|---|
| | <p>seguirán, con imparcialidad propia de observadores neutrales, la marcha de los procesos económicos y financieros, sin influir en los mismos con noticias o comentarios que beneficien intereses de personas o entidades.</p> <p>4. Los periodistas de información económica podrán adquirir acciones, realizar otras inversiones u operaciones del mercado, siempre que no utilicen al efecto información confidencial o reservada, que por su trabajo profesional, hayan obtenido. Esta información tampoco la utilizarán en beneficio de terceras personas.</p> <p>5. Los periodistas de información económica, cumpliendo las exigencias mínimas de su independencia, rechazarán cualquier regalo, donación, invitación sin justificación informativa o prebenda que pudieran ofrecerles los agentes de la vida económica o financiera, cuando atenten, vulneren o puedan condicionar el libre ejercicio de la profesión.</p> |
|--|---|

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
|--|---|---|----|--|
| Especificar ley/es | Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. | | | |
| Organismo | Jefatura del Estado | | | |
| Enlace | https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292 | | | |
| Fecha de creación | 31 de marzo de 2010. | | | |
| Breve descripción del contenido | Esta Ley regula la comunicación audiovisual de cobertura estatal y establece las normas básicas | | | |

| | |
|--|---|
| | en materia audiovisual sin perjuicio de las competencias reservadas a las Comunidades Autónomas y a los Entes Locales en sus respectivos ámbitos. |
|--|---|

| | |
|--|---|
| Especificar ley/es | Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. |
| Organismo | Jefatura del Estado |
| Enlace | http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l14-1966.html |
| Fecha de creación | 18 de marzo de 1966 |
| Breve descripción del contenido de la ley | Trata de la libertad de prensa e imprenta, de los impresos o publicaciones, de las empresas periodísticas, de la profesión periodística y de los directores de publicaciones periodísticas, de las agencias informativas, de las empresas editoriales, de las importadoras de publicaciones, de las agencias extranjeras y de los corresponsales extranjeros, de los derechos de réplica y rectificación. |

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|---|----------------|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Radio Almenara | | | |
| Responsable/s del | X | | | |

| | |
|--|--|
| blog | |
| Dirección del blog | http://www.radioalmenara.net/spip.php?rubrique53 |
| Fecha de creación | 2010 |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>Radio Almenara además de servir como medio de comunicación y espacio donde dar voz a aquellos que así lo deseen, pone gran ímpetu en el trabajo de fortalecimiento y visibilización del tejido social y asociativo, participando del mismo a través de proyectos formativos y en su labor radiofónica dando cobertura a las actividades y acciones que el barrio y otras radios comunitarias y entidades afines llevan a cabo.</p> <p>Emiten diariamente, con un volumen de información constante. La crítica de medios es un habitual en sus discusiones.</p> <p>Ofrecen la posibilidad a los ciudadanos de participar en los debates.</p> |

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Malaprensa | | | |
| Responsable/s del blog | Josu Mezo, editor del <i>blog Malaprensa</i> | | | |
| Dirección del blog | http://www.malaprensa.com/ | | | |
| Fecha de creación | 2004 | | | |

**Breve descripción
sobre el blog y sus
características**

Este profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha en Toledo, con la intención de contribuir a una lectura crítica de la prensa española, en particular en todo lo relacionado con números equivocados, gráficos incorrectos, fallos lógicos, conceptos erróneos, mala interpretación de estadísticas o datos científicos...

La buena recepción del blog le ha llevado a ser invitado para dar cursos de formación en varios periódicos, así como en los Cursos de Verano de la Escuela de Periodismo de El País-UAM. También escribe, desde 2006, en la revista Cuadernos de Periodistas, editada por la Asociación de la Prensa de Madrid. Entre 2007 y 2009 contribuyó en el periódico digital ADN.es, con el blog El ruido y las nueces.

@malaprensa

2.4. Mapa de instrumentos externos a los medios en País Vasco

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|-----------------------------------|
| Comunidad Autónoma | Comunidad Autónoma Vasca |
| Investigador/es | Andrés Gostin, Aitor Zuberogoitia |
| Universidad | MONDRAGON UNIBERTSITATEA |
| Fecha de realización del análisis | Julio-octubre 2016 |

Asociaciones de espectadores

| | | | | |
|--|-----------|--------------------------|-----------|-------------------------------------|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> |
|--|-----------|--------------------------|-----------|-------------------------------------|

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| | | | | |
|--|---|-------------------------------------|-----------|--------------------------|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Nombre | ASOCIACIÓN VASCA DE PERIODISTAS-EUSKAL KAZETARIEN ELKARTEA | | | |
| Sitio web | www.periodistasvascos.com | | | |
| Fecha de creación | 28 de enero de 1987 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>La ASOCIACIÓN VASCA DE PERIODISTAS-EUSKAL KAZETARIEN ELKARTEA se constituye como órgano de representación, coordinación, gestión y defensa de la profesión periodística de la Comunidad Autónoma Vasca. Para el cumplimiento de sus fines, se integra en la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE, www.fape.es).</p> <p>Cuenta con 280 asociados/as. A este respecto,</p> | | | |

Zalbidea y Pérez (2010:128) apuntan que “en la Comunidad Autónoma del País Vasco no se cuenta (...) con un sindicato de periodistas mínimamente representativo.”

En cualquier caso, esta asociación asume la plenitud de derechos y deberes inherentes a:

- 1) El ejercicio de la libertad de información y expresión recogidas en el artículo 20.2 de la Constitución española.
- 2) La representación profesional y laboral de los periodistas de la Comunidad Autónoma Vasca.
- 3) El desarrollo de la deontología, periodística e informativa.

Sus funciones son las siguientes:

- a) Representar a todos los periodistas asociados, para el cumplimiento de los fines de la Asociación.
- b) Estimular las iniciativas y conductas que contribuyan a la libertad de información y expresión, con especial atención a los problemas que puedan derivarse de la concentración empresarial, velando por el cumplimiento de los principios deontológicos en el ejercicio de la actividad periodística e informativa.
- c) Conocer e intervenir en las cuestiones que afecten a los periodistas asociados y ejercer en nombre de ellos todos los derechos reconocidos en las leyes, sin perjuicio de las que correspondan a cada periodista.
- d) Defender los intereses económicos y laborales de los periodistas en el ejercicio de su labor profesional, promoviendo a tal efecto el desarrollo de negociaciones de los mismos, coordinando en su caso dichas actuaciones con entidades sindicales representativas y actuando como órgano de asesoramiento, siempre que sea requerida para ello, en las negociaciones entre empresas periodísticas y periodistas.
- e) Vigilar por el fiel cumplimiento de los acuerdos a

que se refiere el apartado anterior y en especial lo que es relativo al régimen de contratación.

f) Impedir y perseguir, en su caso, la competencia ilícita y velar por la plena efectividad de las disposiciones que regulen las incompatibilidades en el ejercicio del periodismo y concretamente lo relativo a las actividades publicitarias.

g) Promover las reformas legales que sirvan a los fines establecidos en estos estatutos; e informar, cuando los poderes públicos los soliciten, las modificaciones de la legislación.

h) Actuar como mediadores en los conflictos que puedan plantearse en la profesión periodística, si así lo es requerido por alguna de las partes.

i) Crear servicios de carácter jurídico, laboral, mercantil, asistencial o de cualquier otro tipo que contribuyan a una mejor gestión de los intereses de la Asociación y de los periodistas que la integran.

j) Establecer y fortalecer sus vínculos con otras entidades internacionales de periodistas, y entender sobre la defensa de los intereses de estos profesionales extranjeros residentes en la Comunidad Autónoma Vasca, siempre bajo el criterio de la reciprocidad.

k) Promover el establecimiento de contactos, acuerdos y/o convenios con las facultades de Ciencias de la Información, Periodismo y Comunicación Audiovisual, así como con otros colectivos profesionales.

l) Cuantas otras funciones redunden en beneficio de los intereses de los periodistas.

Tiene su sede en Bilbao y sus órganos de gobierno son la asamblea general, la junta directiva y la presidencia; la composición de su junta directiva es la siguiente:

Presidente: Jesús Coterón Vicepresidente: Arturo Trueba

| | |
|--|---|
| | <p><u>Secretaria general</u>: Nekane Vado <u>Tesorero</u>: Juanma Gutiérrez</p> <p><u>Vocales</u>: Nekane Lauzirica, José Ramón Urraburu, Ernesto Ubierna y Víctor Solís.</p> <p>Por su parte, el 28 de junio de 2012 el Parlamento vasco aprobó la Ley 17/2012 de Creación del Colegio Vasco de Periodistas-Kazetarien Euskal Elkargoa, que cuenta con 185 colegiados/as.</p> <p>https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-9667</p> |
|--|---|

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|----------------------------|----|--------------------------|----|---|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | X |
|----------------------------|----|--------------------------|----|---|

| | | | | |
|------------------------------|---|--------------------------|----|---|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | X |
| Nota | <p>No existe un Consejo Vasco del Audiovisual, pese a que ha habido iniciativas para crearlo: en el año 2000, por ejemplo, el pleno del Parlamento Vasco pidió al Gobierno que presentara un proyecto de ley de creación de ese organismo en el plazo de un año. La propuesta partió de Izquierda Unida y contó con el respaldo del PSE, PNV y EA. Cuatro años más tarde, el PSE propuso en el Parlamento Vasco una proposición de ley que buscaba la creación en la comunidad autónoma de un Consejo del Audiovisual similar a los que ya existían en Cataluña y Navarra.</p> <p>La iniciativa más seria, no obstante, partió del propio Gobierno Vasco, pero no llegó a buen puerto: “En el País Vasco, el Departamento de Cultura del Gobierno tripartito (PNV-EA y EB-IU) de 2002-2009 elaboró un</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>Borrador de Anteproyecto de Ley de la Comunicación Audiovisual y de Creación del Consejo Vasco de la Comunicación Audiovisual' (10-11-2004). El borrador (...) no era sólo para la creación de un Consejo sino también sobre el régimen de prestación de servicios audiovisuales, de derechos de los usuarios, de normalización lingüística y de regulación de contenidos. En lo que respecta al Consejo seguía la línea de Cataluña, Andalucía y Navarra. A pesar del liderazgo del lehendakari Ibarretxe que estaba a favor del mismo, el líder orgánico del PNV, Josu Jon Imaz, lo vetó por presión del entonces presidente en funciones de EITB, Andoni Ortúzar -co-líder del PNV en el actual mandato del presidente del Euskadi Buru Batzar o presidencia colegiada del PNV, Iñigo Urkullu- quien en este tema tenía la misma concepción liberal que el PP. Fue un error histórico" (Zallo, 2011: 347).</p> |
|--|--|

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | | No | X |
|--|---|--|----|---|
| Nota | <p>Como apuntan Zalbidea y Pérez (2010: 128), "en la Comunidad Autónoma del País Vasco (...) la referencia básica que supondría disponer de un documento deontológico asumido por la profesión debe suplirse por los textos mayoritariamente aceptados de carácter supranacional y por el de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)". Efectivamente, la Asociación de Periodistas Vascos-Euskal Kazetarien Elkarteak hace suyo el código deontológico de la FAPE y remite a él a sus asociados a través del siguiente enlace:http://www.periodistasvascos.com/codigo-deontologico/</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | <p>Zalbidea, Pérez, López y Urrutia (2011: 14) señalan asimismo que “entre los documentos deontológicos aplicables en la Comunidad Autónoma del País Vasco, sólo una mínima parte reflexiona en su articulado sobre la importancia de la ética periodística en sí misma.”</p> <p>Los grupos de comunicación Vocento, EITB, Berria y Goiena (grupo este último que lidera la comunicación local en euskera) tienen cada uno su propio libro de estilo, libros todos ellos que abordan cuestiones relativas a la deontología, a la calidad informativa y a la autorregulación del periodista. <i>Berria</i> contó asimismo entre 2004 y 2006 con la colaboración del escritor Iñigo Aranbarri, que en su sección dominical se encargaba de analizar desde el prisma de la deontología los artículos publicados por el periódico a lo largo de la semana (sus escritos fueron publicados posteriormente en un libro editado por la editorial Susa: <i>Hizlandia. Mundua prentsaren judasetik</i>), y EITB elaboró en 2014 su guía <i>EITB en las redes sociales</i>, un manual que incluye criterios, recomendaciones y pautas de ayuda para el uso personal de las redes sociales.</p> <p>No obstante, según Zalbidea, Pérez, López y Urrutia (2011: 11), “los residentes en la Comunidad Autónoma Vasca poseen un importante desconocimiento sobre la existencia en sí misma de los códigos deontológicos, lo que se traduce en que algunos de los entrevistados demanden la creación de algún tipo de protocolo y organismo que regule la profesión y su desarrollo.”</p> |
|--|---|

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| | | | | |
|-----------------|----|--|----|---|
| ¿Existen leyes? | Sí | | No | X |
|-----------------|----|--|----|---|

Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios

| | | | | |
|---|----|--|----|---|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | | No | X |
|---|----|--|----|---|

Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios

| | | | | |
|--|----|--|----|---|
| ¿Existe una revista o publicación dedicada a la crítica de medios? | Sí | | No | X |
|--|----|--|----|---|

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Atabala, Momo dice... El Audímetro, Ekografiak, Series para Gourmets, Pantaila Handian | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | Existen varios blogs, tanto de académicos como de periodistas, que abordan la temática de los medios y la comunicación en su sentido más amplio. Entre los blogs de académicos, destaca <i>Atabala</i> (http://mukom.mondragon.edu/atabala/), blog creado por los profesores e investigadores del Departamento de Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de MONDRAGÓN UNIBERTSITATEA. Arrancó su andadura en diciembre de 2010 y publica <i>posts</i> semanales sobre temas que atañen al mundo de la comunicación. La profesora de la UPV-EHU Lucía Martínez Odriozola | | | |

gestiona asimismo el blog *Momo dice...* (<http://momodice.blogspot.com.es/>), que trata sobre periodismo y periodistas.

Se da también el caso de bloggers que escriben sobre cine y televisión y tienen integrados sus blogs en las webs de algún otro medio de comunicación. Es el caso de *El Audímetro* (<http://blogs.deia.com/elaudimetro/>), un blog de la docente de la UPV-EHU Estefanía Jiménez integrado en la web del diario *Deia*; *Ekografiak* (<https://www.berria.eus/blogariak/ekografiak/>), blog de Leire Palacios y Aritz Galarraga (éste último es profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona) ubicado en la web del periódico *Berria*; *Series para Gourmets* (<http://blogs.diariovasco.com/series-gourmets/>), de Lorenzo Mejino, integrado en la web de *El Diario Vasco*; *Pantaila handian* (<http://www.blogseitb.net/zinemakoestreinaldiak/>), de la periodista de EITB Kristina Zorita, integrado en la web de EITB; *Culocortos* (<http://blogs.elcorreo.com/culocortos/>), de Joseba Martín, integrado en la web de *El Correo*, o *Zerak* (<http://www.naiz.eus/es/blogs/zerak/>), blog de Eneko Olazabal integrado en *Naiz.eus*. Hay, finalmente, blogs dedicados al mundo del cine, tales como zinea.eus o *El círculo del fotograma*

2.5. Mapa de instrumentos externos a los medios en Valencia

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|---------------------------------|
| Comunidad Autónoma | Comunidad Valenciana |
| Investigador/es | Amparo López Meri |
| Universidad | Universitat Jaume I (Castellón) |
| Fecha de realización del análisis | Agosto de 2016 |

Asociaciones de espectadores

(Marcar existencia con una cruz. En caso que exista más de una asociación, duplicar la tabla)

| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
|--|--|---|----|--|
| Nombre | ATR Comunidad Valenciana (Alicante) | | | |
| Sitio web | http://atrcv.org | | | |
| Fecha de creación | 2001 (ATR-Alicante) / 2008 (ATR-Comunidad Valenciana) | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | <p>Origen: La actual Asociación de Telespectadores y Radioyentes, Consumidores y Usuarios de Medios de la Comunidad Valenciana (ATR-CUMCV) nació en 2001 como Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Alicante (ATR-Alicante). Es una asociación sin ánimo de lucro promovida por un grupo de ciudadanos conscientes de la creciente influencia social de los medios de comunicación, especialmente la televisión y la radio, pero también Internet, los videojuegos o los móviles. En 2008 amplían su ámbito territorial a toda la Comunidad Valenciana, como Asociación de Telespectadores y Radioyentes, Consumidores y Usuarios de Medios de la Comunidad Valenciana (ATR-CUMCV).</p> | | | |

ATR-CUMCV (ATR-Comunidad Valenciana) forma parte de Iniciativas para la Calidad de Medios (ICMedia), que es la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios, que aglutina en España a 17 asociaciones de usuarios y consumidores de medios audiovisuales, con unos cien mil socios.

Misión: Fomentar el conocimiento de los medios televisivo y radiofónico y canalizar la presencia activa de la sociedad en estos medios, para promover la protección de la infancia, de la juventud y la familia. En 2008, tras ampliar su radio de acción, redefine su misión: Fomentar el derecho a la información, educación y formación de los consumidores de medios de comunicación social y defender sus intereses individuales y colectivos, reconocidos por las leyes. Además, como miembro de ICMedia, ATR-Comunidad Valenciana comparte con el resto de asociaciones el propósito de concretar acciones para mejorar la calidad de contenidos atendiendo a la nueva realidad multipantalla.

Objetivos específicos:

- Ser un referente para las familias respecto a los contenidos audiovisuales para la infancia y la juventud, prestando especial atención a la programación infantil y al horario de protección (de 6 de la mañana a 22 horas) que marcan las leyes vigentes.
- Difundir, representar y defender los intereses de los consumidores y usuarios de los medios.
- Colaborar con los centros de enseñanza en su tarea educativa, ayudándoles a maximizar las oportunidades que brinda la oferta multipantalla actual (internet, televisión, móvil y videojuegos) y a minimizar los riesgos que acarrea el mal uso de estas plataformas.
- Crear opinión en la sociedad a favor de la demanda de unos contenidos audiovisuales de calidad, que

respeten los valores fundamentales sobre los que se construye una sociedad libre y solidaria.

- Transmitir las quejas, sugerencias, felicitaciones y opiniones del usuario de medios a los directivos de las cadenas, responsables de contenidos y profesionales de los diversos programas.
- Premiar la calidad de los contenidos audiovisuales.

Composición: Número de socios desconocido

La actual presidenta es Asunción Pagán Antón. Se puede colaborar aportando una cuota anual. Existen tres tipos de socios:

- socio protector: aporta 30 euros
- socio ordinario: aporta 20 euros
- socio colaborador: aporta 15 euros

Actividades-Formación: La asociación realiza campañas formativas en los centros de enseñanza Primaria y Secundaria, así como en los centros de Formación Profesional. Al respecto, en 2015 se han impartido charlas a casi 3.000 niños y adolescentes de más de 40 centros docentes. También se organizan cursos para familias.

- Campaña en Primaria. ATR-Comunidad Valenciana colabora con la Concejalía de Consumo del Ayuntamiento de Alicante en un proyecto formativo, con talleres dedicados al alumnado de Primaria de los colegios de Alicante. Los centros educativos pueden solicitar su participación en este programa al inicio de cada curso, a través del Centro de Recursos del Ayuntamiento de Alicante. Respecto a la temática abordada en los talleres, se centra en el uso responsable de la televisión y la iniciación en el uso de redes sociales.

- Campaña en Secundaria y Formación Profesional. Los expertos de ATR encuestan al alumnado sobre multitud de aspectos de su vida diaria, sus relaciones

familiares y personales, el reparto de su tiempo libre, su grado de solidaridad y compromiso hacia sus semejantes, sus preferencias televisivas y de cualquier otro entretenimiento a través de pantallas, sus aficiones, su gusto por la naturaleza, su dedicación a Internet y a las redes sociales, entre otras cuestiones. Después, se realiza una charla y se genera un debate, para que los adolescentes analicen su comportamiento y el de su entorno. Respecto a la temática de los talleres, se centra en el ciberacoso y los peligros de internet (Secundaria) y en la gestión de la marca personal en redes sociales (Formación Profesional).

- Campaña con Familias. ATR-Comunidad Valenciana organiza cursos para padres y madres, normalmente en su sede de Alicante. Se puede solicitar información en la web de la asociación (<http://atrcv.org/inicio/contactar-con-atr/>). Estos cursos giran en torno a los siguientes temas:

1. Correo electrónico y conocimientos básicos del funcionamiento de Internet.
2. Internet e introducción a las redes sociales.
3. Las redes sociales que usan los jóvenes.
4. La protección de mis datos en internet.
5. Análisis de series televisivas.
6. ¿Qué hacer con los más pequeños cuando no estamos delante de una pantalla?

Actividades-Divulgación: ATR-Comunidad Valenciana realiza conferencias para concienciar e informar a los usuarios. También incluyen en su página web enlaces de interés, sobre la legislación vigente en materia de protección al usuario de contenidos audiovisuales (Ley General de la Comunicación Audiovisual, Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia) y otros recursos (webs de asociaciones, portales dedicados a la protección de los menores). Difunden noticias relacionadas con los medios de comunicación y las redes sociales. Además, publican un boletín anual

en el que resumen sus actividades.

Actividades-Premio: ATR-Comunidad Valenciana otorga anualmente el Premio Hermes a destacados profesionales del ámbito comunicativo, con el objetivo de premiar la calidad de los contenidos.

Reclamaciones (procedimiento): ATR-Comunidad Valenciana dispone de un buzón online para sugerencias y quejas que pone a disposición de los usuarios, en su propia página web (<http://atrcv.org/consumo/opina-sobre-tv/>). Este buzón se llama 'Opina sobre TV' y requiere que se cumplimenten los siguientes datos: nombre, correo electrónico, cadena de televisión, programa o serie de televisión y comentario/felicitación/queja/sugerencia.

No obstante, para la tramitación de reclamaciones por el incumplimiento del Código de Autorregulación de contenidos televisivos e infancia, ATR-Comunidad Valenciana redirige a los usuarios a la web TV Infancia, donde pueden rellenar un formulario y concretar el motivo de la reclamación, qué programa y cadena de televisión ha vulnerado la legislación y en qué franja horaria

(<http://tvinfancia.es/tvinfancia/content/reclamaciones>).

En concreto, este formulario contempla los siguientes apartados:

- datos personales del interesado (nombre y DNI)
- cadena de emisión (objeto de la reclamación)
- tipo de contenido (elegir entre tres opciones excluyentes: programa, avance de programación o mensaje publicitario)
- nombre del programa de televisión o de la marca publicitaria anunciada
- fecha de emisión
- hora de emisión
- minuto de emisión

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - ámbito de la reclamación (comportamiento social, violencia, temática conflictiva y sexo) - calificación por edades dada por la cadena (elegir a partir de un desplegable entre TP, +7, +12, +16 y +18) - calificación por edades per el autor de la reclamación considera adecuada - descripción del motivo de la reclamación (máximo 500 caracteres) <p>Además, la persona que presenta la reclamación puede marcar una casilla para solicitar el envío de información sobre la resolución de su reclamación. Si este es el caso, debe añadir su dirección de correo electrónico.</p> <p>Las reclamaciones relacionadas con programas presentadas por esta vía son resueltas por el Comité de Autorregulación, integrado por los operadores de televisión (CRTVE, Mediaset España, A3Media, Forta, Net TV, Veo TV). Al respecto, de las 162 reclamaciones resueltas en 2015, solo en el 9,9% (16 casos) se han apreciado inconvenientes para su emisión, instándose al operador a su no reiteración futura. Las reclamaciones sobre publicidad son resueltas por una instancia externa (Jurado de Autocontrol).</p> |
|--|---|

| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
|--|--|---|----|--|
| Nombre | Vermás. Asociación Valenciana de Espectadores (Valencia) | | | |
| Sitio web | http://www.vermasmovil.com http://www.observatoriovermastv.org (no funciona enlace) | | | |
| Fecha de creación | Fecha desconocida | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | Origen: Vermás es una asociación sin ánimo de lucro, que nace en Valencia para promover la responsabilidad social corporativa y la gestión de calidad en la producción audiovisual. También se | | | |

definen como proyecto educativo y como observatorio destinado a conseguir una televisión más responsable. Vermás forma parte de ICMedia, la Federación Internacional de Asociaciones de Usuarios y Medios para el fomento de la calidad en las producciones audiovisuales.

Misión-Objetivos: Su misión es promover y apoyar una televisión de calidad. Para cumplir con esta misión, Vermás ha creado un Observatorio de Televisión Responsable.

Así, su propósito se concreta en dos objetivos:

- Establecer vías de diálogo a través de convenios de colaboración entre el Observatorio y las empresas e instituciones audiovisuales.
- Desarrollar la formación audiovisual y la capacidad crítica del público a través de un proyecto educativo para centros docentes. Desde esta perspectiva, el objetivo es promover una programación televisiva que sirva como espacio pedagógico, a través de talleres y actividades que formen al público en el lenguaje audiovisual como espectadores creativos, críticos y participativos.

Composición: Número de socios desconocido

Cuota de 12 euros anuales

cuenta con tres tipos de socios

- socio ciudadanos: Usuarios de los medios.
- socios de honor: Especialistas que integran el Observatorio de Televisión Responsable.
- socios corporativos: Centros de enseñanza, asociaciones juveniles, instituciones civiles y productoras audiovisuales.

Actividades:

- Formación a través de cursos, conferencias, talleres...

| | |
|--|---|
| | <p>- Observatorio de Televisión Responsable. Está integrado por especialistas en psicología, producción audiovisual, programación televisiva, guionistas, periodistas, profesores en las diferentes etapas del ciclo educativo y en las facultades de comunicación y ciencias de la educación, juristas, antropólogos y sociólogos.</p> <p>- Apoyo a producciones a través de la garantía 'ESR' (Espacio Socialmente Responsable), que es un certificado o etiqueta de calidad que el Observatorio concede a las productoras o espacios que promuevan la comunicación audiovisual con valor añadido.</p> <p>Proyectos:</p> <p>- 'Educar la mirada' es un proyecto que se realiza desde el área pedagógica de la asociación a través de su Observatorio de Televisión Responsable.</p> <p>Reclamaciones (procedimiento): en su página web no cuentan con ningún mecanismo para presentar reclamaciones o quejas.</p> |
|--|---|

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
|---|--|---|----|--|
| Nombre | Unió de Periodistes Valencians --asociación profesional-- (traducido: Unión de Periodistas Valencianos) | | | |
| Sitio web | http://www.unioperiodistes.org | | | |
| Fecha de creación | 1997 | | | |

Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características

Origen: La Unió de Periodistes Valencians nació de la fusión del Ateneo de Periodistas (heredero de la Asociación de la Prensa de Valencia) y la Unión de Periodistas del País Valenciano (ya extintas). Al amparo de la ley 19/1977, de 1 de abril de 1977 (BOE de 4 de abril de 1977), constituye una asociación profesional de carácter privado, voluntaria, sin ánimo de lucro. Forma parte de la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE) y de todos los organismos colaboradores de dicha federación.

Misión-Objetivos: La finalidad de la Unió de Periodistes Valencians es la defensa de los derechos a la libertad de expresión y a recibir una información plural y veraz, la unidad del colectivo de los periodistas y la dignidad de los profesionales. Según marcan sus estatutos, esta misión se concreta en los siguientes objetivos:

- Trabajar para que los ciudadanos dispongan de unos medios de comunicación independientes de presiones y consignas políticas o económicas, bien informados y de calidad.
- Promover la unidad de todos los periodistas del País Valencià.
- Defender la dignificación de la profesión, la participación de los informadores en la elaboración de la línea informativa y la gestión democrática de los medios; así como la libertad de expresión, el derecho democrático a la información y la posibilidad de crear, participar y acceder a los medios de comunicación de todos los sectores y colectivos sociales.
- Defender los intereses y los derechos de los afiliados y de todos los periodistas. Defender y promover los intereses generales del colectivo de periodistas en los ámbitos profesional, cultural, económico, social y institucional.

- Promover la solidaridad entre todos los trabajadores de los medios de comunicación y de otros sectores.
- Mantener contactos con los sindicatos representativos.
- Garantizar a los afiliados la defensa jurídica.
- Favorecer el perfeccionamiento profesional de los socios mediante cursos, debates, conferencias, intercambios, etc.
- Colaborar con iniciativas de entidades, sindicatos, administraciones y otras asociaciones profesionales y cívicas que defienden los mismos intereses que la Unió de Periodistes.
- Luchar, en todos los ámbitos, para la definitiva aceptación legal de las vías de acceso a la profesión periodística reguladas en los presentes estatutos.

Composición: La Unió de Periodistes Valencians cuenta en estos momentos con 749 profesionales asociados (a fecha de 6 de septiembre de 2016). Esta cifra varía con frecuencia, pero suele oscilar entre los 750 y 800 socios. Es la asociación profesional de la CV con más asociados. La organización está abierta a todos los periodistas que se acrediten con licenciatura en Ciencias de la Información, Periodismo o Comunicación Audiovisual.

Sus órganos de gobierno son tres:

1. El presidente / La presidenta. Representa a la organización tanto legal como institucional y ante la opinión pública. Firma los documentos y convoca las reuniones de la comisión y de la asamblea. Este cargo es incompatible con un puesto directivo empresarial, no periodístico, dentro de un medio de comunicación.
2. La Comisión Ejecutiva. Podrá crear comisiones de trabajo para tareas específicas. En la actualidad

(período 2013-2017) está encabezada por Sergi Pitarch Sánchez (periodista del diario *Levante-EMV*), al que acompañan Amparo García Vilaplana, Cristina Chirivella Berga, Javier Alfonso Gracia, Andrés Hernández de Sá, Violeta Tena Barreda, Juan Magraner Hernández, Biel Aliño García, Julio Gómez Vivó, Natxo Andreu Palomares, Antonio Rubio Reverter, Javier R. Cavanilles, Marta Hortelano y Elena Cívico.

Los cargos de la Unió de Periodistes Valencians no están remunerados, pero no deberán suponer ningún gasto para las personas que los ejerzan.

3. La Asamblea. Es el órgano donde reside la soberanía de la Unió de Periodistes Valencians. Se reúne una vez al año, dentro del primer trimestre, con carácter ordinario. Sin embargo, la presidencia podrá convocar una asamblea extraordinaria siempre que lo considere necesario. La asamblea también se reunirá si lo pide por escrito un diez por ciento de los socios.

Formación: La Unió de Periodistes Valencians organiza y/o colabora en la organización de cursos, talleres y jornadas formativas para sus asociados. De este modo, se ofrecen recursos enfocados al autoempleo y la actualización de habilidades (creación de blogs en Wordpress, elaboración de *podcasts*, idiomas), tratando de aprovechar el potencial que proporciona el entorno digital. A continuación se enumeran algunos ejemplos de cursos y jornadas recientes: 'Tu voz en la red', 'Herramientas para periodistas: comunicación no verbal y digital 3.0' y 'Taller práctico para el uso del portal de transparencia GVAOberta'.

Documentos Autorregulación: La Unió de Periodistes Valencians ha desempeñado un papel muy activo en el debate generado en la Comunidad

Valenciana por el cierre del ente público Radiotelevisión Valenciana (RTVV). En este contexto, en mayo de 2015, la Unión de Periodistas Valencianos ha publicado el informe “Un modelo para la comunicación audiovisual valenciana” (“Un modelo para la comunicación audiovisual valenciana”). Este modelo dirigido a regular el sector audiovisual público en la Comunidad Valenciana contempla varias medidas (incluye principios rectores, financiación, composición y funciones de los diferentes órganos propuestos):

- Desarrollo de una nueva Ley valenciana de la Comunicación Audiovisual (la vigente es de 2006 y habría quedado desfasada, tanto por la promulgación de la ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010, modificada por última vez en mayo de 2014, como por la desaparición de RTVV y la evolución tecnológica y su impacto en el consumo de los contenidos audiovisuales).

- Creación del Consell Valencià de la Comunicació (Consejo Valenciano de la Comunicación). Sobre esta propuesta, cabe añadir que el Gobierno valenciano prevé aprobar un órgano similar. Está en fase de formación y se denomina Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV).

- Creación de la Corporació Valenciana de Mitjans Públics (Corporación Valenciana de Medios Públicos), financiada mediante contrato-programa firmado con el gobierno valenciano, para la recuperación del servicio público de comunicación. Entre sus órganos de supervisión internos, Unión de Periodistas Valencianos demanda la creación de un Comité de Redacción para los Servicios Informativos y un Consejo Asesor de Contenidos y Programación. Al amparo de esta Corporación, la

Unió de Periodistes Valencians propone desarrollar:

La Plataforma Valenciana de Mitjans (en adelante Plataforma Valenciana de Medios), un gran contenedor multiplataforma para la difusión de contenidos por internet).

L'Agència Valenciana de Notícies (en adelante Agencia Valenciana de Noticias o AVN).

La Televisió Valenciana.

La Ràdio Valenciana.

Cabe matizar que el Gobierno valenciano ya ha aprobado la creación de una Corporación en este sentido. Se llama Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC), en julio de 2016, aunque todavía no está operativa (se deben crear los medios –radio y televisión- e iniciar las emisiones).

- Desarrollo de un nuevo concurso para la adjudicación de licencias TDT en las demarcaciones locales.

- Impulso de una Red de Televisiones Comarcales Públicas, gestionada por contrato-programa y que establezca un régimen de colaboración con la Plataforma Valenciana de Medios y la Agencia Valenciana de Noticias.

- Impulsar una Red de Radios Municipales Públicas (contrato-programa y colaboración con la Plataforma Valenciana de Medios y la AVN).

Por otro lado, a diferencia del resto de asociaciones profesionales de la Comunidad Valenciana, en diversas ocasiones su asamblea ha votado en contra de la creación de un Colegio Profesional. La Unió de Periodistes Valencians se presenta como alternativa a ese Colegio.

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación Profesional de Periodistas Valencianos (APPV) | | | |
| Sitio web | http://apperiodistasvalencianos.blogspot.com.es | | | |
| Fecha de creación | 2011 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>Origen-Misión: La Asociación Profesional de Periodistas Valencianos (APPV) nace con la finalidad de dignificar la figura del titulado en Periodismo e impulsar la colaboración y ayuda entre compañeros de profesión. No forma parte de la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE).</p> <p>Composición: La Asociación Profesional de Periodistas Valencianos (APPV) cuenta con cerca de 200 afiliados.</p> <p>La ejecutiva de la APPV está presidida por Héctor González, acompañado de Pere Valenciano (vicepresidencia, periodismo emprendedor y gabinete comunicación), Silvia Tormo (vicepresidencia y organización interna), Patricia Moratalla (secretariado), Beatriz Sambeat (tesorería), Esther Cerveró (formación), Arturo Checa (redes sociales), Javi Matoses (implantación y nuevas promociones de licenciados), Sylvia Costa (relaciones externas), Emi Barberá (expansión) y Ximo Aguar (web).</p> <p>También cuenta con asesoría jurídica (Pepe Morgan), gabinete de comunicación (Antonio Díaz) y delegaciones de dedicadas al protocolo y organización de eventos (Paloma Silla), la gestión de la comunicación interna (Mayte Pascual), las relaciones internacionales (Margarita Morales), las</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>relaciones con las administraciones locales (Guillem Bertomeu) y con organismos nacionales (Pepa Martorell).</p> <p>Formación-Empleo: La Asociación Profesional de Periodistas Valencianos (APPV) organiza y/o colabora en la organización de cursos formativos para periodistas. También publicita en su blog las iniciativas que promueven otras asociaciones como la FAPE. Además, ha puesto en marcha su propia Bolsa de Trabajo para periodistas.</p> <p>Mantiene convenios de colaboración con instituciones y comercios para ofrecer descuentos a sus asociados, tanto en la oferta de servicios como en la matrícula para cursos formativos.</p> <p>Documentación-Autorregulación: La Asociación Profesional de Periodistas Valencianos (APPV) se ha manifestado a favor de la creación de un Colegio Profesional en la Comunidad Valenciana.</p> |
|--|--|

| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
|--|--|---|----|--|
| Nombre | Asociación de la Prensa de Alicante (APA) | | | |
| Sitio web | http://asociacionprensaalicante.es | | | |
| Fecha de creación | 1904 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | Origen: La Asociación de la Prensa de Alicante (APA) es una asociación profesional que reúne a periodistas de la provincia de Alicante. Es miembro fundador de la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE). La inscripción de la APA se formalizó el 19 | | | |

de noviembre de 1904, después de que Juan Manuel Contreras reuniera a los directores de La Unión Democrática, La Federación, La Correspondencia de Alicante, La Revista, El Pueblo, La Cruz y el Boletín de la Cámara de Comercio, así como a los corresponsales en Alicante de El País, La Lucha, La Vanguardia, Diario Orcelitano, El Liberal, Heraldo de Madrid, El Correo y El Imparcial, con el objetivo de crear la Asociación de la Prensa de Alicante. Entonces, 140 personas solicitaron ser socios.

Misión-Objetivos: Su misión es la representación y coordinación de sus asociados para la defensa y cumplimiento de sus intereses generales, profesionales y laborales.

Composición: La Asociación de la Prensa de Alicante (APA) tiene 285 socios de distintas poblaciones como Alicante capital, Alcoy, Alfaz del Pi, Algars, Banyeres, Benidorm, Cocentaina, Crevillente, El Campello, Elche, Elda, Jijona, Madrid, Monóvar, Mutxamel, Murcia, Orihuela, Sant Joan, San Vicente, Sax, Torrevieja y Villajoyosa. Sus asociados trabajan en medios de comunicación del ámbito provincial, autonómico y nacional.

El órgano de gobierno de APA es una junta directiva elegida de forma democrática. En la actualidad está dirigida por Pepe Soto Tornero (presidente), al que acompañan Pedro Soriano (vicepresidente para relaciones institucionales), Antonio Zardoya (vicepresidente para asuntos profesionales), Rafa Torres (vicepresidente para nuevas tecnologías), Mariano Soriano (secretario general) y Ana Poquet (tesorera). Además, en las vocalías ejercen Ángel Bartolomé, Rosalía Mayor, Benjamín Llorens, Ana Ibáñez, Conchi Álvarez, Álex Domínguez y Mireia Pascual.

| | |
|--|--|
| | <p>Formación-Empleó: La APA organiza y/o colabora en la organización de cursos y talleres formativos para periodistas, especialmente destinados a trabajar habilidades profesionales (diseño gráfico, marca personal, labores de <i>community manager</i>, <i>marketing online</i>...). También promocionan en su web cursos organizados por otras entidades o asociaciones.</p> <p>Documentación-Autorregulación: La Asociación de la Prensa de Alicante (APA) se ha manifestado a favor de la creación de un Colegio Profesional en la Comunidad Valenciana. También realiza encuestas entre sus asociados sobre su situación y condiciones laborales. Normalmente, los datos que obtiene con estas encuestas se comparten con la FAPE, organismo encargado de difundir los resultados tras cotejarlos con asociaciones de otras provincias.</p> |
|--|--|

| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
|--|---|---|----|--|
| Nombre | Asociación de Periodistas de Castellón (APC) | | | |
| Sitio web | http://asociaciondeperiodistasdecastellon.blogspot.com.es | | | |
| Fecha de creación | Se refundó a finales de la década de 1990 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus características | <p>Origen-Misión: La Asociación de Periodistas de Castellón (APC) se refundó a finales de la década de 1990 con vocación de defender los intereses de los periodistas de la provincia de Castellón. Está integrada en la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE).</p> <p>Objetivos: relanzar el objetivo de crear un Colegio Profesional de Periodistas de la Comunidad</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | <p>Valenciana, lograr una sede propia y fomentar la formación de los profesionales.</p> <p>Composición: solo 18 socios pagan las cuotas Su presidente es Basilio Trilles Torrent. Le acompañan el vicepresidente, Carlos Laguna; el secretario, Rafa García; la tesorera, Yolanda Tena; y varios vocales (vocal adjunta al presidente, Myriam Moreno; vocal adjunta al secretario, Rocío Blanco; vocal de relaciones institucionales, José Luis Serrano; vocal de formación, Ramón Pardo; y vocal de organización, Pepe Chiva).</p> <p>Actividades: Entre sus últimas actividades o acciones, destaca el apoyo a los extrabajadores de Radiotelevisión Valenciana RTVV por el cierre del ente público.</p> <p>Documentación Autorregulación: La Asociación de Periodistas de Castellón (APC) se ha manifestado a favor de la creación de un Colegio Profesional en la Comunidad Valenciana.</p> |
|--|---|

| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
|--|--|---|----|--|
| Nombre | Mujeres Periodistas del Mediterráneo (MPM) | | | |
| Sitio web | http://www.mujeresperiodistasdelmediterraneo.org | | | |
| Fecha de creación | 2006 | | | |
| Breve descripción del colegio, sindicato o asociación y sus | Origen: Mujeres Periodistas del Mediterráneo es una asociación sin ánimo de lucro, que nace como foro de reflexión para el intercambio de experiencias e inquietudes comunes a las profesionales de la | | | |

características

comunicación que desempeñan su labor diaria en medios, al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. Es una asociación vinculada a la FAPE (no federada). Por eso, sus asociadas pueden disfrutar de descuentos en los cursos y actividades que organiza la FAPE. Mujeres Periodistas del Mediterráneo también mantiene convenios con la Asociación de Periodistas Profesionales de Valencia (APPV), la Asociación de Politólogos de Valencia (AVAPOL) y la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir".

Mujeres Periodistas del Mediterráneo defiende la creación de un Colegio Profesional en la Comunidad Valenciana y apuesta por la Licenciatura y Doctorado en las facultades de Comunicación.

Misión y Objetivos: La misión de Mujeres Periodistas del Mediterráneo es promover y desarrollar la relaciones entre las mujeres Licenciadas en Ciencias de la Información para un mejor ejercicio de la profesión periodística dentro del marco establecido en la Constitución, a través de cualquier actividad que fomente la vinculación entre las asociadas, principalmente en el ámbito de la Comunicación Valenciana y del "litoral mediterráneo".

Esta misión puede concretarse en los siguientes objetivos:

- Búsqueda de alternativas que permitan la conciliación de la vida laboral y familiar. En este sentido, según figura en los estatutos de la aa Asamblea General es el órgano supremo de gobierno de la asociación, integrado por todas las asociadas, y se reúne en sesión ordinaria como mínimo una vez al año, en el cuarto trimestre del año. También se puede reunir con carácter extraordinario siempre que sea necesario, cuando lo solicite como mínimo un diez por

ciento de las asociadas.

Además, la asociación estará regida, administrada y representada por la Junta Directiva, que se renueva cada tres años y está formada por la presidenta, 2 vicepresidentas, 1 secretaria, 1 tesorera y al menos asociación, se busca la valoración del trabajo de las profesionales de la comunicación “por objetivos y no permanencia”. “Postulamos la valoración de la productividad y los óptimos resultados del trabajo realizado desde los lugares laborales más variados y no la mera permanencia en el puesto de trabajo para cumplir un horario. Ése es el secreto de una buena conciliación familiar y personal”, se afirma en los estatutos.

- Igualdad de oportunidades para, desde el propio desarrollo responsable de la profesión, lograr que las mujeres ocupen cargos directivos de los distintos medios de comunicación, no por ser mujeres, sino por una eficacia productiva en sus resultados.

Composición: número de socias desconocido

Las 4 vocales. En la actualidad, preside la asociación Marosa Montañés, acompañada por M^a José Medialdea (vicepresidenta), Paloma Silla (secretaria general), Lurdes Bretones (tesorera) y las vocales Esther Cerveró, Ana Salvador, Ana Gironés y Ana Segura.

Formación: MPM organiza y/o colabora en la organización de cursos y talleres formativos. También ha organizado al menos dos congresos sobre igualdad y conciliación laboral en el ámbito del periodismo.

Documentación-Autorregulación: MPM se ha manifestado a favor de la creación de un Colegio Profesional en la Comunidad Valenciana.

| | |
|--|---|
| | <p>Mujeres Periodistas del Mediterráneo impulsó, en colaboración con la Universidad Cardenal Herrera-CEU, el primer Estudio sobre Conciliación Laboral en los medios de comunicación. Las conclusiones se presentaron en noviembre de 2009, en el I Congreso Nacional Tecnología 2.0 Rumbo a la Igualdad de Oportunidades, organizado por Mujeres Periodistas del Mediterráneo.</p> |
|--|---|

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|-----------------------------------|-----------|--|-----------|---|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | | No | X |
|-----------------------------------|-----------|--|-----------|---|

| | | | | |
|--|--|---|-----------|--|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | X | No | |
| Nombre | Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV) | | | |
| Fecha de creación | En fase de formación | | | |
| Breve descripción del consejo audiovisual y sus características | <p>Tras el cierre de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) en noviembre de 2013 y la reciente fundación de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC) el 20 de julio de 2016, se ha aprovechado la coyuntura para iniciar los trámites de creación del Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Está previsto que el Gobierno valenciano redacte y presente antes del 14 de marzo de 2017 el proyecto de ley de la creación del Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV).</p> <p>La Comunidad Valenciana no ha contado hasta ahora con un consejo audiovisual autonómico, aunque se prevé su creación desde la reforma del</p> | | | |

Estatuto de Autonomía de 2006: “Por Ley de las Corts, aprobada por mayoría de tres quintas partes, se creará el Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana, que velará por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de la comunicación y los medios audiovisuales en la Comunidad Valenciana” (artículo 56.3).

También la Ley autonómica 1/2006, de 19 de abril, del Sector Audiovisual insta a su creación a través de una norma específica, como órgano de inspección y control del sector. Sin embargo, diez años después, no se ha desarrollado, según ha denunciado en reiteradas ocasiones la Unió de Periodistes Valencians (Unión de Periodistas Valencianos).

Competencias del futuro Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV):

Aunque está en fase de formación, ya se ha establecido que el Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana será una autoridad de la Generalitat Valenciana, aunque funcionará como organismo independiente de cualquier administración y empresa.

Su objetivo será velar por las libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de la comunicación y los medios audiovisuales en la Comunidad Valenciana.

Tendrá competencias reguladoras y sancionadoras sobre los contenidos del sector, incluidos los formatos y las vías de transmisión, atendiendo a las prioridades derivadas del interés público y la responsabilidad ante la ciudadanía.

| | |
|--|--|
| | <p>Intervendrá también en los procesos de adjudicación de licencias.</p> <p>Asimismo, tendrá competencias en la gestión del archivo audiovisual que pueda crear la Generalidad.</p> <p>Sus miembros habrán de ser personas de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito de la comunicación audiovisual, y se pretende que su mandato exceda el de una legislatura, para desvincular su nombramiento del periodo parlamentario.</p> |
|--|--|

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| | | | | |
|---|---|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Género y comunicación. Libro de estilo para el buen uso de la imagen de la mujer en los medios de comunicación | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace web al código | http://www.upv.es/entidades/VRSC/info/U0594295.pdf | | | |
| Fecha de creación | 2010 | | | |

| | |
|---|--|
| Breve descripción del código y sus características | El objetivo de este manual de 71 páginas es proporcionar herramientas para detectar y evitar el sexismo en la publicidad y en los contenidos periodísticos. Al respecto, se incluye un capítulo con recomendaciones para lograr una comunicación igualitaria. También se incluyen recomendaciones específicas para anunciantes, agencias de publicidad, editores de medios de comunicación y Administración. |
|---|--|

| | | | | |
|---|---|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Violencia contra la mujer. Recomendaciones para un tratamiento informativo adecuado en los medios de comunicación | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace web al código | http://www.inclusio.gva.es/documents/610706/162187124/Violencia+contra+mujer/9b460839-7163-45b7-9c65-636898a1277e | | | |
| Fecha de creación | 2009 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | El texto consta de 26 páginas e incluye 16 recomendaciones para un tratamiento adecuado de la violencia contra la mujer en los medios. Estas recomendaciones son fruto de las conclusiones obtenidas a partir del I Congreso Internacional sobre Mujer y Medios de Comunicación (CIMMCO), organizado en Valencia por la consejería de Bienestar | | | |

| | |
|--|---|
| | Social (octubre de 2008). En este Congreso se firmó la Declaración de Valencia, que se incluye en los Anexos de la publicación. |
|--|---|

| | | | | |
|---|--|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Guía del tratamiento no sexista de la información y la comunicación | | | |
| Organismo | Universitat Jaume I (Castellón) | | | |
| Enlace web al código | http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/86217/PDF-GyMT-Guia_no_sexista-2010-CAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y | | | |
| Fecha de creación | 2010 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Texto de 44 páginas elaborado por la Fundación Isonomía de la Universitat Jaume I de Castellón, redactado por Gemma Escrig Gil y Anna Sales Boix. La guía, editada en valenciano y castellano, contiene 10 recomendaciones para evitar usos sexistas y estereotipados del lenguaje en los medios de comunicación, con ejemplos para saber cómo aplicar estas recomendaciones. Además, se incluyen otras ocho pautas específicas para el uso de imágenes. También se incluye un capítulo centrado en el lenguaje específico de la Universidad.</p> | | | |

| | | | | |
|---|---|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Inmigración y refugio en los medios de comunicación | | | |
| Organismo | ONG Rescate (financiado por la Generalitat Valenciana) | | | |
| Enlace web al código | http://www.plataformavoluntariado.org/ARCHIVO/documentos/recursos/Inmigraci n y refugio en los medios de comunicaci n.pdf | | | |
| Fecha de creación | 2007 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Esta guía de 45 páginas, editada en valenciano y castellano, está dirigida a los profesionales de los medios de comunicación y estudiantes de ciencias de la información, para clarificar conceptos vinculados al hecho migratorio y el derecho al asilo/refugio. Se estructura en tres bloques:</p> <p>1) El lenguaje como constructor de realidades. Estrategias del periodismo para filtrar una visión positiva y recomendaciones deontológicas.</p> <p>2) ¿Por qué vienen y de dónde? Breve glosario sobre conceptos relacionados con las migraciones y la importancia de contextualizar las noticias.</p> <p>3) Rompiendo mitos periodísticos. Incluye información sobre legislación nacional y autonómica.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | | Difícil | X |
| Nombre | Derechos y obligaciones de los periodistas | | | |
| Organismo promotor | Unió de Periodistes Valencians (Unión de Periodistas Valencianos) | | | |
| Enlace web al código | (no disponible en abierto, accesible para socios) | | | |
| Breve descripción del código y sus características | <p>Manual elaborado por los periodistas José Ricardo Seguí y Rosa Biot, con el asesoramiento legal del abogado Antonio Martínez, tras un estudio previo sobre Periodismo y Derechos de Autor.</p> <p>Tiene 53 páginas y resulta muy práctico y fácil de leer, gracias a su fórmula de pregunta-respuesta (52 preguntas con sus 52 respuestas).</p> <p>Está editado en valenciano y en castellano y contiene un apéndice legislativo con todas las normas y tratados citados.</p> | | | |

| | | | | |
|---|--|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | | Difícil | X |
| Nombre | Derechos y límites del periodismo gráfico | | | |
| Organismo promotor | Unión de Periodistas Valencianos, Unión de Profesionales de la Imagen y la Fotografía de | | | |

| | |
|---|--|
| | Cataluña (UPIFC) y Colegio de Periodistas de Cataluña |
| Enlace web al código | (no disponible en abierto, accesible para socios) |
| Fecha de creación | |
| Breve descripción del código y sus características | Manual con recomendaciones que aclara cuestiones concretas sobre el periodismo gráfico: <ul style="list-style-type: none"> - ¿qué puede grabarse y fotografiarse en la calle? - ¿podemos tomar imágenes de los miembros de las fuerzas de seguridad? - ¿en qué casos se pueden tomar imágenes de menores? - ¿es legal el uso de la cámara oculta? Está editado en castellano y valenciano. Incluye un anexo con legislación. |

| | | | | |
|---|---|----------|-----------------|----------|
| ¿Existe código externo? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | | Difícil | X |
| Nombre | Notícies amb llaç blanc (Noticias con lazo blanco) | | | |
| Organismo promotor | Unión de Periodistas Valencianos | | | |
| Enlace web al código | (no disponible en abierto, accesible para socios) | | | |
| Fecha de creación | 2002 | | | |
| Breve descripción del código y sus características | Manual sobre violencia doméstica para periodistas, coordinado por la periodista Emilia Bolinches. Concebido como un complemento a las normas de estilo disponibles en los medios de comunicación a la hora de tratar temas relacionados con la violación de los derechos humanos. | | | |

| | | | | |
|---|---|---|-----------------|---|
| ¿Existe código externo? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | | Difícil | X |
| Nombre | Mans Menudes (Manos Pequeñas) | | | |
| Organismo promotor | Unión de Periodistas Valencianos | | | |
| Enlace web al código | (no disponible en abierto, accesible para socios) | | | |
| Fecha de creación | | | | |
| Breve descripción del código y sus características | Manual sobre el tratamiento de la infancia en los medios de comunicación dirigido a periodistas, coordinado por Petra María Pérez, profesora de la Universidad de Valencia. | | | |

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| | | | | |
|--|---|---|-----------|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace | Diario Oficial de la Comunidad Valenciana - DOCV núm. 5243 http://www.docv.gva.es/rlgv/fileadmin/datos/pdfs_notas/2006/L_2006_01_ca_L_2010_16.pdf | | | |
| Fecha de creación | 19 de abril de 2006 | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | Una de las principales innovaciones de esta ley es que insta a la creación de un Consell Audiovisual de la Comunitat Valenciana como órgano independiente (Título 2). En términos generales, el contenido de esta ley se | | | |

organiza en torno a diez objetivos:

- Establecer, en ejercicio de las competencias atribuidas por el Estatuto de Autonomía a La Generalitat, los principios generales y las líneas de acción institucional en el sector audiovisual, así como sus instrumentos de fomento. A efectos de la presente Ley se entiende por sector audiovisual el conjunto de actividades que utilizan como cauce de desarrollo y transmisión del mensaje los medios auditivos y visuales con independencia del soporte tecnológico empleado en dicha transmisión.
- Establecer, en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana, un régimen jurídico que garantice la libre difusión y recepción de las emisiones sonoras y televisivas, sea cual sea el medio técnico de difusión y la forma de gestión de las mismas.
- Regular integralmente la organización pública autonómica en materia audiovisual, adecuando las competencias y definiendo las responsabilidades correspondientes.
- El apoyo a la creación, producción, comercialización y difusión de las obras cinematográficas y audiovisuales valencianas en el territorio de la Comunitat Valenciana y en el resto de mercados nacionales e internacionales; en particular, el apoyo a las obras audiovisuales en valenciano.
- El apoyo a la investigación y formación en el ámbito audiovisual, así como la protección, conservación y salvaguarda del patrimonio audiovisual de la Comunitat Valenciana.
- La protección de los derechos e intereses de los ciudadanos y, en especial, de los menores para preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral, y de las personas con discapacidad sensorial para garantizar su derecho de acceso. - La protección de los derechos de los consumidores y usuarios en el entorno de los medios audiovisuales, haciendo efectivo el derecho de los espectadores a conocer la programación con suficiente antelación.

- Regular los contenidos de la programación emitida por televisión y demás medios audiovisuales de comunicación social.
- Impulsar el desarrollo de una programación de alta calidad en los medios audiovisuales de comunicación social en el ámbito de la Comunitat Valenciana.
- Ordenar globalmente el sector de la Televisión Digital en la Comunitat Valenciana y fomentar su implantación efectiva en su territorio.

Se estructura en seis títulos:

- Título I: Disposiciones Generales, objeto de la Ley, su ámbito de aplicación, los principios generales y líneas fundamentales de la acción institucional.
- Título II: Organización administrativa del Sector Audiovisual. Se regulan las competencias de La Generalitat y el Registro General de Empresas Audiovisuales de la Comunitat Valenciana. Dentro de este título se insta, por medio de la promulgación de una Ley específica, a crear el Consell Audiovisual de la Comunitat Valenciana como órgano independiente.
- Título III: Fomento del sector audiovisual. Regula las ayudas públicas a la producción de obras cinematográficas y audiovisuales valencianas, con especial atención a las de productores independientes. Asimismo, se regula el control del rendimiento de las obras cinematográficas.
- Título IV: Contenidos de la programación. Regula el derecho a la información de la programación, las comunicaciones de interés público, así como la protección de los menores y la garantía de accesibilidad de las personas con discapacidad sensorial, tanto de carácter auditivo como visual.
- Título V: Ordenación de la televisión digital en la Comunitat Valenciana.
- Título VI: Régimen sancionador.

| | | | | |
|--|--|----------|-----------|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 5/2015, de 2 d'abril, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace | DOCV num. 7500 http://www.docv.gva.es/datos/2015/04/08/pdf/2015_3125.pdf | | | |
| Fecha | 2 de abril de 2015 | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>Tras el cierre de Radiotelevisión Valenciana (RTVV), el objeto de esta ley es sentar los principios generales para la puesta en funcionamiento de medios de comunicación audiovisual públicos y en valenciano, los cuales contribuirán a fortalecer la identidad, la lengua, la cultura y el carácter del pueblo valenciano, expresando la legitimidad y la capacidad del pueblo valenciano para dotarse de los instrumentos necesarios para ejercer su autonomía política y crear medios de comunicación audiovisual propios (como son la radio, la televisión y los servicios audiovisuales y de la sociedad de la información) que sirvan para profundizar en el conocimiento de nuestra lengua y cultura, en el ámbito de la información y la comunicación.</p> <p>El objeto de la ley se argumenta de la siguiente manera en el preámbulo: “La Constitución española reconoce, en el artículo 3.2, las diferentes modalidades lingüísticas del territorio del Estado como un patrimonio cultural objeto de especial respeto y protección, y en el artículo 20.3 exige que en el acceso de los grupos sociales y políticos a los medios de comunicación se respete el pluralismo de la sociedad y de las diferentes lenguas de España. Por su parte, la <u>Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana</u>, en su artículo 6, otorga al idioma valenciano el estatuto jurídico de lengua propia y oficial en el territorio que comprende la Comunitat Valenciana, garantiza el derecho de todos a conocerlo y a usarlo y atribuye a la Generalitat la obligación de garantizar su uso normal y oficial y de adoptar</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>las medidas necesarias para asegurar su conocimiento”.</p> <p>“Asimismo, la <u>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual</u>, formaliza el derecho de la ciudadanía a recibir una comunicación audiovisual plural mediante la diversidad de medios, públicos y privados, fuentes y contenidos, y desde diferentes ámbitos de cobertura, de acuerdo con la organización territorial del Estado. La Ley 7/2010 dispone también que los operadores audiovisuales promoverán el conocimiento y la difusión de las lenguas oficiales en el Estado”.</p> <p>“Las comunidades autónomas con lengua propia podrán aprobar normas adicionales para los servicios de comunicación audiovisual de un ámbito competencial con el fin de promover la producción audiovisual en su lengua propia”.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace | http://www.docv.gva.es/datos/2015/12/31/pdf/2015_10477.pdf DOCV num. 7689 https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2016-1272 BOE-A-2016-1272 | | | |
| Fecha | 29 de diciembre de 2015 | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | El objeto de esta ley es recuperar el servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, y establecer las bases para preparar el nuevo modelo de los medios de comunicación audiovisuales públicos autonómicos. Además, en las disposiciones adicionales se establece un plazo | | | |

máximo de seis meses desde la presentación del primer informe de situación de RTVV por los liquidadores, para que las Corts (Parlamento valenciano) dicten una Ley reguladora de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana.

Con esta norma se pretende subsanar las consecuencias del cierre del servicio público de radiodifusión y televisión, que también se aprobó por ley (Ley 4/2013, de 27 de noviembre, de la Generalitat, de supresión de la prestación de los servicios de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat), y que permitió la disolución y liquidación de Radiotelevisión Valenciana (RTVV).

La nueva ley también pretende abrir las puertas a la existencia de unos medios de comunicación que faciliten la participación activa en la vida política y cultural de las ciudadanas y los ciudadanos de la Comunidad Valenciana, y que al mismo tiempo garanticen la libertad de recibir y comunicar ideas e información desde la Comunidad Valenciana y para todos.

Según se explica en el propio preámbulo, se trata de responder a derechos reconocidos por la Constitución española de 1978 y el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana de 1982, reformado por la Ley Orgánica 1/2006, y que arraigan en convenios internacionales, como el Pacto internacional de derechos civiles y políticos y el Pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales, aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966; el Convenio europeo para la protección de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, aprobado por el Consejo de Europa en 1950; y la Carta europea de lenguas regionales o minoritarias, aprobada por el Consejo de Europa en 1992.

Estos derechos también se regularon en su día en otras dos normas, sin vigencia tras el cierre de RTVV, que son la Ley

| | |
|--|---|
| | <p><u>7/1984, de 4 de julio, de creación de la Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana</u> (sin vigencia desde el 24 de julio de 2012), y en la <u>Ley 3/2012, de 20 de julio, de la Generalitat, del Estatuto de Radiotelevisión Valenciana</u> (sin vigencia desde el 29 de noviembre de 2013).</p> |
|--|---|

| | | | | |
|--|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 6/2016, de 15 de julio, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat | | | |
| Organismo | Gobierno valenciano (Generalitat) | | | |
| Enlace | http://www.docv.gva.es/datos/2016/07/19/pdf/2016_5748.pdf | | | |
| Fecha | 15 de julio de 2016 | | | |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>El objeto de esta ley es regular la creación de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC). De este modo, supone una continuación de las directrices marcadas previamente por las leyes 5/2015, de 2 d'abril, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana; y 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat. De hecho, la ley 12/2015 establecía un plazo máximo de seis meses desde la presentación del primer informe de situación de RTVV por los liquidadores, para que las Corts (Parlamento valenciano) dictara una ley reguladora de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana.</p> <p>Además, esta ley para la creación de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC) también insta al Gobierno valenciano a presentar el proyecto de ley de creación del Consejo Audiovisual de la Comunidad</p> | | | |

| | |
|--|---|
| | <p>Valenciana.</p> <p>El texto de la ley 6/2016 consta de 51 artículos, 7 disposiciones adicionales, 10 disposiciones transitorias, 1 disposición derogatoria y 2 disposiciones finales. Se estructura en cinco títulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título I: disposiciones de carácter general, donde se indica su objeto, el contenido de servicio público y los principios que deben observarse en la prestación del servicio público. Se regula la utilización de un mandato marco donde se establezcan los objetivos generales de la función de servicio público encomendados a la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación, cuya duración será de seis años, y un contrato programa que desarrollará cada tres años el mandato marco. - Título II: Naturaleza y organización de la Corporación, que contará con un consejo rector, un consejo de la ciudadanía, un consejo de informativos y la dirección general. - Título III: Principios básicos de la producción y la programación. - Título IV: Régimen económico y del personal - Título V: Instrumentos de control y seguimiento de la actividad de la Corporación. Al control parlamentario se añaden mecanismos de control económico, presupuestario y financiero por la Sindicatura de Comptes y el control del Consell de la Generalitat (Consell = Gobierno valenciano). |
|--|---|

| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
|---------------------------|---|---|----|--|
| Especificar ley/es | Estatuto Profesional de la Redacción de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) --sin vigencia tras la disolución de RTVV-- | | | |
| Organismo | Radiotelevisión Valenciana (RTVV) | | | |
| Enlace | http://www.sindicatperiodistes.cat/sites/default/files/documents/ER%20RTVV%202000.pdf | | | |

| | |
|--|---|
| Fecha | 2000 (sustituye al <u>Estatuto de Redacción de 1996</u>) |
| Breve descripción del contenido de la ley | <p>Este Estatuto ordenaba las relaciones profesionales de la Redacción del Departamento de Informativos de las extinguidas sociedades anónimas Televisión Valenciana (TVV) y Radio Autonomía Valenciana (RAV) con sus respectivos órganos directivos, así como con la Dirección General del también extinguido Ente público Radiotelevisión Valenciana (RTVV), al margen de las relaciones sindicales y laborales.</p> <p>Se trataba de un pacto renovable y renegociable firmado con la Redacción para regular, entre otros aspectos, el derecho a la cláusula de conciencia y el secreto profesional. Por Redacción se entendía “todos aquellos trabajadores que tengan relación contractual laboral con las empresas, fijos o temporales, que realicen funciones de redacción, realización o captación de imágenes para programas informativos y tengan una antigüedad igual o superior a 6 meses”.</p> <p>Este Estatuto de la Redacción también contemplaba la posibilidad de crear un Comité de Redacción, elegible anualmente por la Redacción entre los miembros de la propia Redacción (este Comité de Redacción no estaba constituido en el momento de la disolución de RTVV).</p> <p>El Comité de Redacción estaba regulado como el órgano de representación profesional de la Redacción, para mediar entre la Redacción y la Empresa. Entre sus funciones, se contemplaba “evaluar la adecuación de los diferentes programas de contenido informativo a los principios generales recogidos en el artículo 1, sugiriendo y planteando iniciativas a la Dirección en orden a crear, potenciar o modificar determinadas líneas de la programación informativa”.</p> |

Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatorio de investigación en Medios Digitales (OIMED) | | | |
| Organismo impulsor | Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia | | | |
| Sitio web | http://www.oimed.com | | | |
| Fecha de creación | 2005 (desde 1999 como asociación) | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>El OIMED está vinculado a un <u>grupo de investigadores</u> que actualmente desarrollan tres líneas de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis del contenido generado por el usuario en los medios de comunicación en España e Iberoamérica. - Supervivencia del periodismo en la era post-digital así como la participación ciudadana y la implicación de los jóvenes en las redes sociales. - Estructura de la información digital en la Comunidad Valenciana. <p>El Observatorio está dirigido por Elvira García de Torres, profesora de la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia. En la actualidad, OIMED cuenta con veinte investigadores nacionales, que desde 2008 colaboran de forma habitual con destacados investigadores extranjeros.</p> <p>En el marco de este Observatorio se han desarrollado tres proyectos I+D con financiación pública nacional y varios en otras convocatorias competitivas y no competitivas; se han defendido cinco tesis doctorales; y cinco estudiantes han disfrutado de becas de formación pre-doctoral con</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>financiación pública y privada. Los trabajos del grupo se han presentado en congresos especializados a nivel nacional e internacional y en revistas indexadas en JCR.</p> <p>En la página web del Observatorio se publican noticias de interés sobre la materia, entradas con análisis de casos y reseñas de jornadas y otras actividades realizadas por el grupo de investigación. Además, en el sitio web del grupo de investigación OIMED se pueden consultar las <u>publicaciones</u> de su investigadora principal y la <u>financiación</u> recibida para la realización de investigaciones.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|--|----------|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatorio Mayores y Medios de Comunicación (MAYMECO) | | | |
| Organismo impulsor | Universidad Permanente de la Universidad de Alicante (Universidad para mayores de 50 años) | | | |
| Sitio web | http://observatoriomayoresymedios.com | | | |
| Fecha de creación | 2008 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>El Observatorio Mayores y Medios de Comunicación es un grupo de investigación de la Universidad Permanente de la Universidad de Alicante, coordinado por investigadores y expertos del ámbito de la comunicación.</p> <p>Su objetivo es contribuir a la definición y difusión de una imagen de las personas mayores actual, real y no estereotipada es nuestro objetivo principal. El</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>trabajo se organiza alrededor de la investigación, la formación y la transferencia. En concreto, se trabajan las siguientes líneas de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investigación empírica y análisis de la imagen que los medios de comunicación transmiten sobre las personas mayores. - Revisión, estudio y crítica de la actividad investigadora relevante sobre personas mayores y medios de comunicación. - Desarrollo de iniciativas que contribuyan a difundir y promover una imagen de las personas mayores positiva, real y actual. - Difusión y divulgación de iniciativas públicas y privadas que pongan en valor el peso social, demográfico y económico de personas mayores en nuestra sociedad. <p>Actualmente está coordinado por la profesora Irene Ramos Soler, doctora en Sociología y directora del Grupo de Investigación Comunicación y Públicos Específicos de la Universidad de Alicante, y por el periodista Pere Miquel Campos.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|--|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre | Observatorio del Audiovisual | | | |
| Organismo impulsor | Universitat de València (Universidad de Valencia) | | | |
| Sitio web | http://www.observatoriodelaudiovisual.com | | | |
| Fecha de creación | 2013 | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | Este observatorio nace en el marco de un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (ref. DER2012-37122). El proyecto se llama "Pluralismo y contenidos en la | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>nueva regulación española de los mercados audiovisuales” y su investigador principal es Andrés Boix Palop.</p> <p>En la web del observatorio se incluyen artículos con los resultados del proyecto. Por ejemplo, <u>se analiza el proceso de cierre del RTVV desde el marco legal</u>. También se incluye información sobre jornadas informativas desarrolladas en el marco del proyecto, documentación legislativa y posts de opinión.</p> |
|--|--|

| | | | | |
|---|---|----------|----|--|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | X | No | |
| Nombre | Observatorio Cooperación y Medios de Comunicación | | | |
| Organismo impulsor | Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo (ISCOD) del País Valencià | | | |
| Sitio web | http://observatoriocooperacionymedios.info | | | |
| Fecha de creación | 2014 (actualmente sin actividad) | | | |
| Breve descripción del observatorio de medios y sus características | <p>El Observatorio de Cooperación y Medios de Comunicación es una iniciativa de la Fundación Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo (ISCOD), ONGD creada en 1990 por la Unión General de Trabajadores de España (UGT). Se creó como instrumento para canalizar la solidaridad y la cooperación con las organizaciones de trabajadores de los países en desarrollo.</p> <p>Para este proyecto ISCOD contó con la cofinanciación de la Generalitat Valenciana y con el apoyo de la Coordinadora Valenciana de ONGD; el Departamento de Comunicación Audiovisual,</p> | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>Documentación e Historia del Arte de la Universitat Politècnica de Valencia; la Unió de Periodistes Valencians; y Xip multimedia, que contribuyó a difundir los resultados del proyecto.</p> <p>Este observatorio se encargó de una <u>investigación realizada en 2014, cuyas conclusiones pueden consultarse online.</u></p> |
|--|--|

Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios

| | | | | |
|--|----|--------------------------|----|-------------------------------------|
| ¿Existe una revista o publicación dedicada a la crítica de medios? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> |
|--|----|--------------------------|----|-------------------------------------|

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|--|---|-------------------------------------|----|--------------------------|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Nombre del blog | M1LDENOU | | | |
| Responsable/s del blog | Plataforma de afectados por el ERE de RTVV | | | |
| Dirección del blog | http://mildenou.com | | | |
| Breve descripción sobre el blog y sus características | <p>En el propio blog explican su objetivo y razón de ser del siguiente modo:</p> <p>“Comprobado que el ERE en RTVV no ha sido más que una depuración ideológica que ha pretendido ‘limpiar’ la Radio y la Televisión valencianas de</p> | | | |

trabajadores incómodos con el poder, ponemos en marcha una herramienta de comunicación que permita estar informados de lo que realmente ha pasado y está pasando a RTVV, de quienes han sido los culpables, de cómo han expoliado el capital económico y humano de la empresa de comunicación pública más importante que hemos tenido nunca los valencianos.

La salud de nuestro pueblo pasa por la recuperación de nuestra RTVV y este blog, y la plataforma de la que es altavoz quiere ser una herramienta más.

El blog está abierto a la participación de todo aquel que sienta la RTVV como propia, tanto da si está trabajando en ella, si lo han despachado o si, como ciudadano, entiende la necesidad de una RTVV pública, en valenciano y de calidad.”

2.6. Mapa de instrumentos externos a los medios en Andalucía

1. Datos contextuales del análisis

| | |
|--|------------------------|
| Comunidad Autónoma | Andalucía |
| Investigador/es | Juan Carlos Suárez |
| Universidad | Universidad de Sevilla |
| Fecha de realización del análisis | Septiembre 2016 |

Asociaciones de espectadores

| | | | | |
|--|--|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre | AUC-Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 2006 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | Análisis de la programación y denuncias sobre infracciones legales o deontológicas. Quejas a través de escrito en la web | | | |

| | | | | |
|--|--|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre | ATEA | | | |
| Fecha de creación | 1998 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | Incentiva las buenas prácticas en televisión | | | |

| | | | | |
|--|---|-------------------------------------|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | |
| Nombre | FACUA | | | |
| Fecha de creación | 1994 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | Análisis de publicidad y sectores de la comunicación Exige inscripción para gestionar reclamación. Un perfil más de publicidad, consumidor, que informativo. | | | |

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe asociación de espectadores? | Sí | X | No | |
| Nombre | Foro Andaluz de Educación, Comunicación y Ciudadanía | | | |
| Fecha de creación | 2014 | | | |
| Breve descripción del organismo y sus características | Agrupa al colectivo de asociaciones para participar en la reforma de la Ley Audiovisual de Andalucía. Iniciativa a través de los distintos agentes sociales que lo forman | | | |

Colegios/ sindicato/asociaciones de periodistas

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA) | | | |
| Fecha de creación | 2012 | | | |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Sindicato de Periodistas de Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 17/12/1999 | | | |

| | | | | |
|---|------------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Almería | | | |
| Fecha de creación | 1931 | | | |

| | | | | |
|---|---------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Jaén | | | |
| Fecha de creación | 1911 | | | |

| | | | | |
|--|------------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Granada | | | |
| Fecha de creación | 1912 | | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Málaga | | | |
| Fecha de creación | 1905 | | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Málaga | | | |
| Fecha de creación | 1905 | | | |

| | | | | |
|--|------------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Córdoba | | | |
| Fecha de creación | 1920 | | | |

| | | | | |
|--|----------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Cádiz | | | |
| Fecha de creación | 1909 | | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Huelva | | | |
| Fecha de creación | 1910 | | | |

| | | | | |
|---|------------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Sevilla | | | |
| Fecha de creación | 1909 | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar | | | |
| Fecha de creación | 1990 | | | |

| | | | | |
|---|----------------------------------|---|----|--|
| ¿Existe colegio, sindicato o asociación de periodistas? | Sí | X | No | |
| Nombre | Asociación de la Prensa de Jerez | | | |
| Fecha de creación | 1990 | | | |

Consejos de prensa y Consejos audiovisuales

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existe consejo de prensa? | Sí | X | No | |
| Nombre | Consejo de Deontología y Garantías del Colegio de Periodistas de Andalucía | | | |
| Fecha de creación | Aprobado 19 de noviembre 2016 | | | |
| Breve descripción del consejo de prensa y sus características | Atender quejas sobre la conducta profesional de los periodistas. | | | |

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | X | No | |
| Nombre | Consejo Audiovisual de Andalucía | | | |
| Sitio web | http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/ | | | |
| Fecha de creación | 2004 | | | |
| Breve descripción del consejo audiovisual y | Funciones (las más significativas): Análisis de los contenidos de los contenidos de la | | | |

| | |
|-----------------------------------|--|
| <p>sus características</p> | <p>programación y la publicidad que emiten las televisiones y radios deben respetar la libertad de expresión, el derecho de la sociedad a una información veraz y plural, el derecho al honor y la intimidad, la igualdad y no discriminación, así como la protección a la integridad física y moral de los menores de edad.</p> <p>Fomenta la mediación entre los agentes del sector audiovisual y la sociedad para mejorar la calidad de los contenidos, adaptándolos a las reglas éticas fundamentales de la comunicación.</p> <p>Garantizar el pluralismo político y la libertad de expresión de la diversidad religiosa, cultura y social en los medios de comunicación.</p> <p>Velar por la protección de los menores frente a los contenidos audiovisuales.</p> <p>Velar por evitar los mensajes Sexistas, homófobos o xenófobos.</p> <p>Velar por un correcto cumplimiento de las normas deontológicas y leyes en el ámbito de la publicidad.</p> <p>Velar para que no se produzcan abusos de posición dominante entre empresas de medios.</p> <p>Elaborar códigos deontológicos y recomendaciones para un tratamiento adecuado de la información.</p> <p>Promover la identidad de Andalucía</p> <p>Capacidad sancionadora</p> |
|-----------------------------------|--|

| | | | | |
|---|---|---|----|--|
| ¿Existe consejo audiovisual? | Sí | X | No | |
| Nombre | Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) | | | |
| Breve descripción del consejo audiovisual y sus características | Atender sus quejas sobre los contenidos de la programación y la publicidad que emiten las emisoras de radio y las televisiones locales y autonómicas andaluzas. En el caso de que la queja se refiera a contenidos difundidos por un canal de televisión de ámbito nacional –por tanto, fuera de las competencias del Consejo- la ODA canaliza dicha reclamación al organismo competente. | | | |

Códigos éticos y recomendaciones (desarrolladas de forma externa a los medios)

| | | | | |
|--|--|---|----------|--|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Organismo promotor | Colegio Profesional de Periodistas. 2012 | | | |

| | | | | |
|--|----------------------------------|---|----------|--|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | X | Temático | |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Organismo promotor | Consejo Audiovisual de Andalucía | | | |

| | | | | |
|--|---------|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder | Fácil | X | Difícil | |

| | | | | |
|---------------------------|---|--|--|--|
| al documento | | | | |
| Nombre | Recomendaciones para la protección de menores en internet | | | |
| Organismo promotor | Comunidad Autónoma Andalucía | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Decálogo sobre el tratamiento de la juventud en los medios de comunicación | | | |
| Organismo promotor | Instituto Andaluz de la Juventud | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Lenguaje Administrativo no sexista | | | |
| Organismo promotor | Instituto Andaluz de la Mujer Observatorio contra la publicidad sexista | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Estudios sobre Género y Deportes en Televisión del CAA | | | |
| Organismo promotor | Comunidad Autónoma Andalucía | | | |

| | | | | |
|---|--|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Recomendaciones sobre el tratamiento de la Inmigración en los medios audiovisuales | | | |
| Organismo promotor | Comunidad Autónoma Andalucía | | | |

| | | | | |
|---|--------------------------------------|---|----------|---|
| ¿Existe código externo o recomendaciones externas? | Sí | X | No | |
| Tipología | General | | Temático | X |
| Facilidad para acceder al documento | Fácil | X | Difícil | |
| Nombre | Guía tratamiento violencia de género | | | |
| Organismo promotor | Comunidad Autónoma Andalucía | | | |

Legislación que regule el contenido de los medios o proteja la libertad de prensa

| | | | | |
|--------------------------------------|--|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía | | | |
| Organismo que promulga la ley | Estatuto de Autonomía para Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 2007 | | | |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---|----|--|
| ¿Existen leyes? | Sí | X | No | |
| Especificar ley/es | Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica | | | |
| Organismo que promulga la ley | Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) | | | |
| Fecha de creación | 2007 | | | |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|----|--------------------------|
| ¿Existen leyes? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Especificar ley/es | LEY 1/1998, de 20 de abril, de los derechos y la atención al menor | | | |
| Organismo que promulga la ley | Estatuto de Autonomía para Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 1998 | | | |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|----|--------------------------|
| ¿Existen leyes? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Especificar ley/es | Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía | | | |
| Organismo que promulga la ley | Estatuto de Autonomía para Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 2007 | | | |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|-------------------------------------|----|--------------------------|
| ¿Existen leyes? | Sí | <input checked="" type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Especificar ley/es | Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de las Actividades Publicitarias de las Administraciones Públicas de Andalucía. | | | |
| Organismo que promulga la ley | Estatuto de Autonomía para Andalucía | | | |
| Fecha de creación | 2005 | | | |

Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios

| | | | | |
|--|----|--------------------------|----|-------------------------------------|
| ¿Existe un observatorio de medios en línea? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> |
|--|----|--------------------------|----|-------------------------------------|

Revistas y publicaciones dedicadas a la crítica de medios

| | | | | |
|---|----|--------------------------|----|-------------------------------------|
| ¿Existe una revista o publicación dedicada a la crítica de medios? | Sí | <input type="checkbox"/> | No | <input checked="" type="checkbox"/> |
|---|----|--------------------------|----|-------------------------------------|

Blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios

| | | | | |
|---|--|---|----|--|
| ¿Existen blogs de ciudadanos, comunicadores y/o académicos dedicados a la crítica de medios? | Sí | X | No | |
| Nombre del blog | Blog del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía | | | |

3. Referencias bibliográficas

Almiron, N.; Narberhaus, M.; Mauri (2016). "Mapping Media Accountability in Stateless Nations: the Case of Catalonia". *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies* (en prensa).

Alsius, S. (Ed.) (2010). *The Ethical Values of Journalists*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Alsius, S. (2011). "Cap a una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística". *Periodística*, 13: 27-57.

Alsius, S. (2012). "La millor llei de premsa és la que no existeix? Donant-li voltes a la regulació i l'autorregulació". Bellaterra: Incom-UAB.

<http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=80&lng=cat>.

Alsius, S.; Mauri-Ríos, M.; Rodríguez Martínez, R. (2011). "Spain: a diverse and asymmetric landscape". En: T. Eberwein; S. Fengler; E. Lauk; T. Leppik-Bork (Eds.). *Mapping Media Accountability - in Europe and Beyond*. Köln: Halem. pp. 155-167.

Aznar, Hugo (1999). *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos*. Barcelona: Paidós.

Bertrand, C. (2001). *M*A*S transaction*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

CAC (2013). *Informe Anual 2013*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Casasús, J.M. (2011). "Per un sistema general de la deontologia periodística". *Periodística*, 13: 9-25.

Eberwein, T.; Fengler, S.; Lauk, E.; Leppik-Bork, T. (Eds.) (2011). *Mapping Media Accountability - in Europe and Beyond*. Köln: Halem.

Fengler, S.; Eberwein, T.; Lönnendonken, J.; Schneider-Mombaur, L. (2014). "Journalists, journalism ethics, and media accountability: a comparative survey of 14 European and Arab countries". En: N. Wyatt (Ed.). *The ethics of journalism. Individual, institutional and cultural influences*. Londres: IB Tauris. pp. 85-105.

Fielden, L. (2012). *Regulating the Press: A Comparative Study of International Press Councils*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Hallin, D.; Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Koene, D. (2009). *Press Councils in Western Europe. Studies for the Netherlands Press*. Diemen: AMB.

Mauri-Ríos, M.; Ramon-Vegas, X. (2015). “Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Exploración del escenario online español”. *El Profesional de la Información* 24(4): 1699-2407.

Navarro, V. (2015). “La dictadura mediática en Catalunya y en España”. *Publico.es*, <http://blogs.publico.es/vicenc-navarro/2015/09/25/la-dictadura-mediatica-en-catalunya-y-en-espana/>.

Oliva, Ll. (2013). “El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans”. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 30(2): 9-32.

Pernau, J. (1995). “Código deontológico de los periodistas de Cataluña”. En: E. Bonete (Ed.) (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos. pp. 297-309.

Pöttker, H.; Starck, K. (2003). “Criss-crossing perspectives: contrasting models of press self-regulation in Germany and the United States”. *Journalism Studies*, 4(1): 47–64.

Roberts, C. (2012). “Identifying and defining values in media codes of ethics”. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 27(2): 115–129.

Slattery, K.L. (2014). “Ethics and journalistic standards: an examination of the relationship between journalism codes of ethics and deontological moral theory”. En: Wyatt, N. (Ed.). *The ethics of journalism. Individual, institutional and cultural influences*. Londres: IB Tauris. pp. 147–164.

Zlatev, O. (2008). "The Press Council. The archetype of a self-regulatory body". En: *The Media Self-Regulation Guidebook. Organization for Security and Co-operation in Europe*. Viena. pp. 45-66.

Sitios web de los diferentes instrumentos (direcciones especificadas en las tablas correspondientes)