



## Instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios: los casos de Andalucía y la CAPV<sup>1</sup>

Juan Carlos Suárez Villegas<sup>2</sup>; Aitor Zuberogoitia Espilla<sup>3</sup>; Andrés Gostin Elorza<sup>4</sup>

Recibido: 26 de marzo de 2018 / Aceptado: 24 de septiembre de 2018

**Resumen.** Este artículo analiza los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Andalucía y la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV), que serían los siguientes: asociaciones de espectadores; colegios, sindicatos y asociaciones de periodistas; consejos de prensa, consejos audiovisuales y observatorios de medios; códigos éticos y recomendaciones; blogs sobre periodismo; y grupos de investigación académicos. Una perspectiva comparativa permite conocer el estado de estos mecanismos deontológicos y establecer comparaciones pertinentes sobre su eficacia en la tarea de velar por la responsabilidad social de los medios de comunicación.

**Palabras clave:** Medios de comunicación; rendición de cuentas; instrumentos externos; Andalucía; CAPV.

### [en] External Media Accountability Tools: The cases of Andalusia and the Basque Autonomous Community

**Abstract.** This article analyzes the accountability tools external to the media in Andalusia and the Basque Autonomous Community, which are the following: viewer associations; colleges, unions and journalist associations; press councils, audiovisual councils and media observatories; ethical codes and recommendations; blogs about journalism; and academic research groups. A comparative perspective allows us to know the state of these deontological mechanisms and establish relevant comparisons for their effectiveness in the task of ensuring the social responsibility of the media.

**Keywords:** Media; media accountability; external accountability tools; Andalusia; Basque Autonomous Community.

<sup>1</sup> Los resultados de este artículo han sido desarrollados en el marco del Proyecto de Investigación *MediaACES. Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Mineco/Feder, UE, ref.: CSO2015-66404-P) dentro del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. <https://mediaaccountabilityspain.com>.

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla (España)

E-mail: [jcsuarez@us.es](mailto:jcsuarez@us.es)

<sup>3</sup> Mondragon Unibertsitatea (España)

E-mail: [azuberogoitia@mondragon.edu](mailto:azuberogoitia@mondragon.edu)

<sup>4</sup> Mondragon Unibertsitatea (España)

E-mail: [agostin@mondragon.edu](mailto:agostin@mondragon.edu)

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Objetivos y metodología. 3. Resultados; 3.1. Instrumentos de rendición de cuentas en Andalucía; 3.2. Instrumentos de rendición de cuentas en la Comunidad Autónoma del País Vasco. 4. Discusión 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Suárez Villegas, Juan Carlos; Zuberogoitia Espilla, Aitor; Gostín Elorza, Andrés (2019): "Instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios: los casos de Andalucía y la CAPV". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (1), 529-546.

## 1. Introducción

La calidad de la democracia se sustenta en el grado de libertad informativa de los ciudadanos. No hay democracia sin periodismo ni periodismo sin periodistas. En los tiempos actuales en los que parece que todos los ciudadanos se han convertido en informadores por el uso de las nuevas tecnologías, conviene reivindicar el rol profesional del periodista. Su condición se diferencia por un compromiso ético con la ciudadanía, marcado por unos principios de actuación encaminados a garantizar la veracidad informativa de los asuntos de interés público. Es una labor que exige asumir independencia de cualquier interés que pueda condicionar la verdad esencial de los hechos, diligencia en su comprobación y claridad en la exposición de los mismos. Por eso, la democracia depende en gran medida de la existencia de buenos periodistas, formados en aquello que informan e independiente de otras voces que mantengan otros intereses a la hora de informar. El periodista se debe a la ciudadanía. Ahora bien, la ética del periodista no puede cifrarse en un simple voluntarismo ético, sino que debe extenderse también a la ética de los medios y de las organizaciones profesionales en las que se integran. En estos casos, la ética del periodismo ha de entenderse como un mosaico de instancias que velan por el cumplimiento de los principios y deberes éticos, algunos surgidos de la propia profesión (autorregulación), de organismos públicos que regulan el sector con la participación de los agentes implicados en dicha actividad (corregulación) o por instancias externas que desde la sociedad civil alzan su voz para reclamar mayor responsabilidad de los medios de comunicación. Este conjunto de documentos y mecanismos destinados a velar y asegurar las responsabilidades de los medios de comunicación se denominan también instrumentos de rendición de cuentas.

El término *rendición de cuentas* responde, según Ugalde (2002), a una traducción inexacta del término anglosajón *accountability*, que en su acepción original significa “ser sujeto a la obligación de reportar, explicar o justificar algo; ser responsable ante alguien de algo”.<sup>5</sup> Sin embargo, añade Ugalde (2002: 9), “en la lengua española se carece de un término adecuado que exprese con nitidez la acepción anglosajona del mismo y, ante la ausencia de mejores opciones, se usa cada vez más el término *rendición de cuentas*”. También existe una larga tradición que habla de responsabilidad social corporativa cuando se refiere a las empresas.

Alsius, Mauri-Ríos, Rodríguez-Martínez (2011) apuntan a que el de la rendición de cuentas en los medios es un concepto que alude a la disposición de las empresas mediáticas de comportarse de cierta manera para contribuir al bien público. Esto se

---

<sup>5</sup> The Random House Dictionary of the English Language, 2a. edición completa, Random House, Nueva York, 1987.

traduce, según Suárez-Villegas et al. (2017: 323) en la voluntad de la profesión periodística de regularse y garantizar así la transparencia de la información y la participación pública.

Eberwein et al. (2011: 20) han definido los instrumentos de rendición de cuentas de los medios de comunicación del siguiente modo: “Any informal institution, both offline and online, performed by both media professionals and media users, which intends to monitor, comment on and criticize journalism and seeks to expose and debate problems of journalism’ at the individual, media routines, organizational and extra-media levels”.

Almirón, Narberhaus y Mauri (2016: 210) añaden que esta regulación se puede llevar a cabo a través de instituciones informales o instrumentos de rendición de cuentas (puntualizan asimismo que las leyes constituyen las instituciones formales). En cualquier caso, se considera que los sistemas de rendición de cuentas de los medios son indicadores clave para medir el pluralismo y la transparencia del panorama mediático de cualquier Estado democrático, en la medida en que su función esencial es monitorear, controlar, criticar y examinar la evolución y calidad de la información periodística (Suárez-Villegas et al., 2017: 323)

Bertrand (1999) enumeró más de 50 instrumentos de rendición de cuentas en los medios en la era analógica. Suárez-Villegas et al. (2017) también mencionan los sistemas tradicionales de rendición de cuentas (tales como el *offline ombudsman* de los periódicos, los códigos éticos o la sección de cartas al director, por ejemplo) pero añaden a todos ellos las nuevas herramientas creadas en entornos digitales aprovechando el potencial de Internet y la Web 2.0.

Eberwein et al (2011: 9) agrupan los instrumentos de rendición de cuentas en la era digital en dos grandes categorías: *instrumentos tradicionales* (consejos de prensa, defensores del lector, artículos sobre periodismo en revistas especializadas, crítica de los mass media en los propios mass media, cartas al director, fe de errores, etc.) e *instrumentos innovadores* (tales como los defensores del lector *online*, websites y blogs que monitorizan el contenido de las noticias o las cuentas dedicadas a la crítica mediática en redes sociales como Twitter y Facebook). Mauri-Ríos y Ramón-Vegas (2015), por su parte, han identificado, descrito y categorizado los nuevos sistemas de rendición de cuentas *online* que han emergido en el panorama mediático español. Para ello, han agrupado los sistemas detectados en dos categorías: por una parte, los sistemas producidos en empresas o grupos mediáticos, y, por otra parte, los sistemas implementados de forma externa a estas empresas o grupos.

Eberwein et al. (2011) proponen asimismo clasificar los sistemas de rendición de cuentas teniendo en cuenta su grado de institucionalización: argumentan estos autores que herramientas como las cartas al director, la figura del defensor del lector, los consejos de prensa, la investigación académica, la formación en periodismo y deontología profesional, el periodismo centrado en la propia actividad de los medios y la labor de ONGs como Reporteros Sin Fronteras cuentan con un alto grado de institucionalización, frente al notablemente menor grado de institucionalización de la crítica sobre los medios en las redes sociales, los blogs de ciudadanos, los comentarios *online* o los blogs escritos por periodistas.

No es este el único criterio propuesto por estos autores para clasificar los sistemas de rendición de cuentas, ya que también sugieren que estos sistemas

pueden ser catalogados teniendo en cuenta su origen: así, indican que la mayoría de los instrumentos con un alto nivel de institucionalización están anclados dentro de la profesión periodística, mientras que la mayoría de los instrumentos con un bajo grado de institucionalización tienen sus raíces fuera de dicha profesión (Eberwein et al., 2011).

En ese sentido, Rodríguez-Martínez, Mauri-De los Ríos y Fedele (2017) han analizado la relación de los periodistas con la crítica (cómo expresan, reciben y valoran la crítica), y sus hallazgos sugieren que los periodistas españoles no emplean la crítica de sus pares en la misma medida que sus colegas internacionales.

En cualquier caso, Suárez-Villegas et al. (2017: 323) consideran que es esencial identificar los sistemas de rendición de cuentas que utilizan los medios de comunicación para mostrar su responsabilidad profesional y su apreciación de la opinión pública en el establecimiento de sus criterios éticos, y entienden asimismo que es esencial medir el impacto real de estos instrumentos, así como su capacidad de sustituir los mecanismos de intervención política y regulatoria, para establecer en qué medida son útiles a la hora de preservar el pluralismo de los medios de comunicación.

Fengler et al. (2014) ofrecen una panorámica internacional de la rendición de cuentas en los medios. En lo que respecta a Europa, Bichler et al. (2012), Eberwein et al. (2014) y Fengler et al. (2015) han estudiado diferentes sistemas de rendición de cuentas en el viejo continente.

Hallin y Mancini (2004), por su parte, tras analizar la estructura mediática de 18 democracias occidentales, sostienen que los sistemas de medios en dichas democracias pueden dividirse en tres tipos diferentes: el modelo del Atlántico Norte o Liberal, el modelo del Norte y centro de Europa o modelo Democrático Corporativo y, finalmente, el modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado, en el que encuadran a España, modelo caracterizado por una prensa de tiradas relativamente cortas, tardío desarrollo de la industria mediática y la libertad de prensa, escasa profesionalización y alto nivel de paralelismo político. Según Hallin y Mancini (2004), en los países mediterráneos los sistemas de rendición de cuentas tienen una implantación muy escasa.

Almirón, Narberhaus y Mauri (2017), sin embargo, sostienen que la realidad de Cataluña difiere significativamente de la de España, ya que consideran que el sistema de rendición de cuentas mediático catalán encaja mejor en los modelos corporativista o liberal que en el mediterráneo.

López Olano (2016), con la mirada puesta en las autoridades de regulación audiovisual, señala que existe un déficit regulatorio en las comunidades autónomas españolas (con la excepción de Cataluña y Andalucía). Valencia-Bermúdez y Campos-Freire (2016: 66), por su parte, tras analizar los modelos de tres televisiones autonómicas (EITB, CCMA y CRTVG), concluyen que “ninguna de las tres ha hallado aún una fórmula exitosa para rendir cuentas directamente ante sus audiencias.”

Uno de los mecanismos empleados por la profesión periodística en España para tutelar la ética de los profesionales y medios es la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que ha resuelto en algo más de diez años de su existencia 150 resoluciones que

constituyen ya un importante bagaje doctrinal de la deontología del Periodismo (Suárez, 2015; Serrano, 2017).

En este contexto, la investigación en curso sobre *media accountability* en España descrita por Suárez-Villegas et al. (2017) está analizando los sistemas de rendición de cuentas de seis comunidades autónomas: Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. En el marco de esa investigación, Rodríguez-Martínez et al. (2017) han llevado a cabo un primer análisis comparativo de los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en cuatro de esas comunidades: Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia. Alsius et al. (2011) apuntaron en su momento que España ofrecía un paisaje asimétrico en este aspecto, con algunas comunidades (principalmente Madrid y Cataluña) con un alto número de instrumentos de rendición de cuentas en su ecosistema mediático, y con otras como Andalucía y la CAPV que ofrecían un “ejemplo limitado”. Los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios de ambas comunidades autónomas han sido objeto de estudio en esta investigación.

## 2. Objetivos y metodología

El objetivo principal de esta investigación es analizar los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Andalucía y la CAPV. Para ello, las preguntas de investigación que guiarán el análisis son las siguientes:

- ¿Qué instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios existen en Andalucía?

- ¿Qué instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios existen en la CAPV?

Para avanzar en el análisis, proponemos la siguiente clasificación, en parte sugerida por Rodríguez-Martínez et al. (2017), que se concreta en los siguientes elementos:

### **a) Instrumentos de rendición de cuentas internos a los medios.**

- Defensor del Lector
- Blog del Defensor del Lector
- Sección de medios de comunicación
- Perfiles oficiales de los medios en redes sociales.
- Participación del público a través de sus comentarios cuando estos son debidamente gestionados por el medio.

### **b) Instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios:**

- Colegios de periodistas
- Sindicatos de periodistas
- Consejos de prensa
- Consejos audiovisuales
- Observatorios de medios
- Grupos de investigación académicos

- Revistas de Comunicación
- Blogs de periodista
- Blogs de ciudadanos.
- Asociaciones de espectadores.
- Observatorios de la información

También cabría aludir a asociaciones civiles o colectivos afectados por el tratamiento informativo que establecen su observatorio de comunicación, por ejemplo, el Instituto de la Juventud, el de la Mujer, asociaciones de colectivos romaní, inmigrantes, autistas, entre otros. Muchos de ellos han presentado quejas a distintas instancias profesionales. En este sentido, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE ha realizado una labor de resarcir el derecho de acceso de dichos colectivos a los medios cuando no han encontrado una debida respuesta en su momento (Suárez, 2015).

En el trabajo que ahora presentamos, se analizan los principales instrumentos de rendición de cuentas en dos de las comunidades participantes en la investigación descrita por Suárez-Villegas et al. (2017): Andalucía y la Comunidad Autónoma del País Vasco. Para ello, se han utilizado dos métodos complementarios: análisis documental y entrevistas en profundidad.

En primer lugar, reunimos todos los datos proporcionados por documentos publicados anteriormente sobre los instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios tanto en Andalucía como en la CAPV (documentos científicos, informes publicados por las propias organizaciones estudiadas y artículos periodísticos).

En segundo lugar, realizamos entrevistas en profundidad con investigadores o responsables profesionales conocedores de los distintos mecanismos de rendición de cuentas de los medios de comunicación. En Andalucía, se ha entrevistado a Carmen Fernández Morillo, Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía, María José Gómez Biedma, secretaria de la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, y a Lorena Mejías Castaño, presidenta de Colegio de Periodistas de Andalucía en Cádiz.

En la CAPV, a Jesús Cándido Coterón, presidente de la Asociación Vasca de Periodistas y decano del Colegio Vasco de Periodistas; Begoña Zalbidea, profesora de Periodismo de la EHU-UPV e investigadora principal del grupo GEIC (Ética, Información y Ciudadanía); y Ramón Zallo, catedrático de Comunicación Audiovisual de la UPV-EHU, ex asesor de la Consejería de Cultura del Gobierno Vasco e impulsor del Consejo Vasco de la Comunicación Audiovisual (proyectó que finalmente no se materializó).

### **3. Resultados**

#### **3.1. Instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en Andalucía**

Las voces de los espectadores hacia la responsabilidad de los medios se han conducido a través de distintas asociaciones. Actualmente se mantiene la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC-Andalucía) que ha realizado

alguna queja relacionada con la programación y también ha actuado como interlocutor con instituciones como el Consejo Audiovisual de Andalucía. Hasta hace un lustro, también existía ATEA, Asociación de Telespectadores de Andalucía, que incentiva la calidad y responsabilidad educativa con premios a los mejores programas. Tampoco nos podemos olvidar de FACUA, cuyo origen es andaluz; de hecho, la última letra de su acrónimo correspondía a Andalucía (Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía), y después la cambiaron por Acción (en Acción) para alcanzar así una proyección nacional. Esta asociación también se ha adentrado en el ámbito de la comunicación, especialmente, en la publicidad. No obstante, las organizaciones de espectadores no siempre han tenido un origen o base civil, sino que han sido promovidas por la propia Administración, procurando que la responsabilidad de dichas asociaciones recayera sobre personas afines políticamente.

Tabla 1. Asociaciones de espectadores en Andalucía. Fuente: Elaboración propia

Andalucía	AUC-Andalucía	2006	Análisis de la programación y denuncias sobre infracciones legales o deontológicas	Quejas a través de escrito en la web
	ATEA	1998	Incentiva las buenas prácticas en Televisión	Posteriormente se refunda como ATR, a nivel nacional
	FACUA	1994	Análisis de publicidad y sectores de la comunicación	Exige inscripción para gestionar reclamación. Un perfil más de publicidad, consumidor, que informativo.
	Foro Andaluz de Educación, Comunicación y Ciudadanía	2014	Agrupar al colectivo de asociaciones para participar en la reforma de la Ley Audiovisual de Andalucía.	Iniciativa a través de los distintos agentes sociales

Además de estas vías, la ciudadanía puede expresar su malestar por la calidad informativa a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) del Consejo Audiovisual de Andalucía, y en el ámbito estrictamente de la información, a la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio de Periodistas, instancia que resuelve quejas de los ciudadanos y, sobre todo, actúa en defensa de los derechos de los periodistas, trasladando sus resoluciones al Colegio Profesional por si estima oportuno adoptar medidas ya sean disciplinaria o de defensa de los derechos de la profesión en el ámbito de sus competencias.

Estas comisiones deontológicas de los Colegios Profesionales no deberían ser confundidas con la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, que sería realmente un Consejo de Prensa, una autoridad moral que interpreta los principios de actuación de la ética profesional. Cada una desempeñaría una función distinta y complementaria, pues las comisiones de deontología de los Colegios Profesionales precisan de un referente de autoridad moral común de la profesión en la que se inspiren sus decisiones, destinadas a asesorar a los Colegios en sus decisiones sobre situaciones que puedan exigir adoptar medidas disciplinarias. Por tanto, son comisiones que se necesitan en la doble función de autoridad moral y facultad disciplinaria reconocida por Ley a los Colegios Profesionales. Además de estas instituciones, también existe una respuesta al tratamiento informativo de los

medios desde otras instituciones o colectivos sociales. Así por ejemplo, conviene destacar iniciativas como el observatorio no sexista del Instituto Andaluz de la Mujer o el Decálogo sobre el tratamiento de la juventud en los medios de comunicación, del Instituto Andaluz de la Juventud.

En el ámbito profesional e institucional existe una amplia panoplia de instrumentos de rendición de cuentas. Prácticamente se podría decir que existen todos, si bien algunos de ellos son de reciente creación. En el ámbito de la autorregulación cuenta con el Colegio profesional, que inicia su andadura con la Ley 1/2012, aprobada el 25 de enero por el Parlamento Andaluz, si bien sus orígenes, la reivindicación de dicho Colegio, se remontan a la creación de Federación Andaluza de las Asociaciones de Prensa (FAAP) en 1997. El Colegio representa y defiende los intereses de la profesión periodística en Andalucía, con capacidad de establecer normas de comportamientos del ejercicio profesional para garantizar los deberes y la función social del periodismo en la sociedad andaluza. En 2016 fue creada la Comisión de Deontología y Garantías de dicho Colegio, que actúa como instancia que vela por el cumplimiento del código deontológico y los derechos de los periodistas.

Las Asociaciones de la Prensa se remontan a comienzos del siglo XX en algunos casos, como Sevilla y Cádiz (1909), hasta otra más reciente, como la Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar de 1990. En total hay diez asociaciones, una por provincia, más la de Jerez y el Campo de Gibraltar, junto a la de Cádiz, en dicha provincia. En estos momentos coexisten asociaciones de la prensa y demarcación territorial de los colegios, si bien el propósito es que la organización se vertebré a través de las demarcaciones territoriales del Colegio profesional de Periodistas, voluntad expresada por todas, excepción hecha de Sevilla.

También existe un sindicato organizado y activo de Periodistas de Andalucía, que mantiene una alta actividad de reivindicación en los medios de comunicación públicos.

Tabla 2. Colegios, sindicatos y asociaciones de prensa en Andalucía. Fuente: elaboración propia

		<b>Andalucía</b>
<b>Colegio Profesional</b>	Nombre	Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA)
	Año Creación	2012
<b>Sindicato Periodistas</b>	Nombre	Sindicato de Periodistas de Andalucía
	Año Creación	17/12/1999
<b>Asociaciones Profesionales</b>	Nombre	Asociación de la Prensa de Almería
	Año Creación	1931
	Nombre	Asociación de la Prensa de Jaén
	Año Creación	1911
	Nombre	Asociación de la Prensa de Granada
	Año Creación	1912
	Nombre	Asociación de la Prensa de Málaga
	Año Creación	1905
	Nombre	Asociación de la Prensa de Córdoba
	Año Creación	1920
Nombre	Asociación de la Prensa de Cádiz	
Año Creación	1909	



Nombre	Asociación de la Prensa de Huelva
Año Creación	1910
Nombre	Asociación de la Prensa de Sevilla
Año Creación	1909
Nombre	Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar
Año Creación	1990
Nombre	Asociación de la Prensa de Jerez
Año Creación	1990

A estas organizaciones hay que añadir la creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, que ha desarrollado una importante labor de regulación del sector, así como de recomendaciones deontológicas para lograr una información respetuosa con los derechos de las personas. En este sentido, cabe destacar algunos de sus trabajos como sus Guías sobre noticias de tribunales, de la inmigración en los medios o de la violencia de género, además de sus estudios sobre Estudio de género y deportes en Televisión o sus informes sobre el pluralismo político. Entre sus funciones destacan: 1) Análisis de los contenidos de la programación; 2) Garantizar el pluralismo político y la libertad de expresión de la diversidad religiosa, cultura y social en los medios de comunicación; 3) Velar por valores como el respeto a las minorías y la igualdad de la mujer, así como la protección de la infancia.

En 1998 se creó la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) para 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.

Andalucía tiene también un canal público de Radio Televisión, Canal Sur, el cual cuenta prácticamente con todos los instrumentos de rendición de cuentas, tales como libro de estilo o defensor del telespectador. Sin embargo, no siempre los instrumentos de rendición de cuentas resultan suficientes para asegurar una programación plural, independiente y comprometida con la ciudadanía. Se requieren unos estándares comunes que permitan valorar la calidad informativa y sistemas externos de evaluación como las auditorías éticas.

En Andalucía, desde la academia destaca del grupo de investigación Pensamiento Crítico, Comunicación y Derechos Humanos, cuenta con miembros de distintas disciplinas académicas y ha sido el promotor de congreso internacional de Ética de la Comunicación, que va por su quinta edición para el 2019. Además, desde este grupo ha liderado dos proyectos de I+D+I específicos sobre ética de la Comunicación: 1) “Ética y excelencia informativa. la deontología informativa frente a la expectativa de la ciudadanía en Andalucía” (2007-2011); 2) “Desafíos éticos en el periodismo digital. Análisis comparativo entre cinco países” (CSO2011-26620) Proyecto I+D+I del Ministerio de Innovación y Ciencia (Años: 2012-2015), de los cuales surgieron numerosas publicaciones sobre la actualidad de la ética periodística en España.

### 3.2. Instrumentos de rendición de cuentas externos a los medios en la Comunidad Autónoma del País Vasco

En la CAPV escasean las voces de la sociedad civil en lo que se refiere al seguimiento de los medios: no hay asociaciones de espectadores y apenas hay blogs sobre periodismo y comunicación que publiquen regularmente, a excepción del blog Periodistas Vascos-Euskal Kazetariak de la asociación del mismo nombre (que a su vez aglutina los blogs de varios asociados) y el blog Atabala, creado por los profesores e investigadores del Departamento de Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de Mondragón Unibertsitatea. Se da también el caso de blogueros que escriben sobre medios de comunicación y tienen integrados sus blogs en las webs de algún otro medio de comunicación.

A diferencia del Colegio andaluz, el Colegio Vasco de Periodistas no cuenta con una Comisión de Deontología y Garantías. Su decano, Jesús Cándido Coterón, afirma que en casos de controversia recurren a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo de la FAPE (Coterón, comunicación personal, 21 de febrero de 2018).

En lo que respecta a documentos de referencia, cabe reseñar que tanto la Asociación Vasca de Periodistas-Euskal Kazetarien Elkarteak como el Colegio Vasco de Periodistas-Kazetarien Euskal Elkargoa se acogen al código ético de la FAPE. Zalbidea y Pérez (2010: 128) apuntan, en este sentido, que “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)”. Los grupos de comunicación Vocento, EITB, Berria y Goiena (grupo este último que lidera la comunicación local en euskera), por su parte, tienen cada uno su propio libro de estilo, libros todos ellos que abordan cuestiones relativas a la deontología, la calidad informativa y la autorregulación del periodista.

No existe la figura del defensor del telespectador en el grupo de comunicación EITB (la radio-televisión pública vasca), si bien, como señala Zallo (2012), una reforma de la ley de creación del ente introducida en 1998 amplió su Consejo de Administración a la representación social (sindicatos, Unión de Consumidores, Sociedad de Estudios Vascos, Academia de la Lengua Vasca); según este mismo autor (Zallo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018), este órgano no deja de ser un órgano meramente consultivo.

Volviendo a la figura del *Ombudsman*, cabe destacar que Iñigo Aranbarri desempeñó la figura de defensor del lector en el periódico *Berria* entre 2004 y 2006: este escritor vasco se encargaba de analizar desde el prisma de la deontología (en su sección dominical en dicho diario) 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: *Hizlandia. Mundua prentsaren judasetik*).

EITB elaboró asimismo en 2014 su guía *EITB en las redes sociales*, un manual que incluye criterios, recomendaciones y pautas de ayuda para el uso personal de las redes sociales por parte de los periodistas del ente público. Finalmente, Emakunde (Instituto Vasco de la Mujer) presentó en 2016 un documento suscrito

por un total de 51 medios de comunicación y agencias de publicidad de la CAPV: *Begira. Código deontológico y de autorregulación para la publicidad y la comunicación no sexistas.*

Sin embargo, 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.”

Con ese fin se creó hace más de 50 años la Asociación Vasca de Periodistas-Euskal Kazetarien Elkarte,<sup>6</sup> que cuenta con 258 asociados/as en abril de 2018. El Colegio Vasco de Periodistas-Kazetarien Euskal Elkargoa, más reciente (el Parlamento Vasco aprobó la Ley 17/2012 que dio pie a su creación el 28 de junio de 2012), cuenta con 185 colegiados/as.

No hay Consejo Audiovisual en la CAPV, 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. La iniciativa más seria, no obstante, partió del propio Gobierno Vasco, pero no llegó a buen puerto. Ramón Zallo fue uno de los promotores de aquella iniciativa:

“Aun cuando [el entonces lehendakari] Ibarretxe era partidario de la propuesta, el PNV tenía más bien la visión de la derecha, entendiendo que es la dirección general de EITB la que es competente sobre EITB y que esto podía ser una intromisión desde fuera en el plano de EITB. La parte más relevante de la comunicación autóctona sí que es EITB y esto aparecía como un competidor en la gestión (tanto de la dirección general como del gobierno de turno) que no encajaba en el cuadro de la mentalidad del partido digamos tradicional, y de ahí que no aceptaron ese borrador” (Zallo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018; más sobre el tema en Zallo, 2011: 347).

Por otra parte, el 14 de enero de 2016, tres universidades representadas por sus respectivos rectores (la EHU-UPV, Mondragon Unibertsitatea y la Universidad de Deusto) y la asociación de medios de iniciativa social en euskera Hekimen firmaron un convenio para la creación de Behategia (Observatorio de Medios en Euskera), organismo al que se incorporó posteriormente (en diciembre de 2017) la Universidad Vasca de Verano. Entre los objetivos de Behategia se encuentra la promoción y la transferencia de la investigación sobre los medios en euskera, así como la reflexión estratégica. Cuenta para ello con la participación de diversos grupos de investigación e investigadores de las universidades citadas.

Siguiendo con el mundo académico, en la CAPV destaca la labor del grupo de GEIC (Grupo de Investigación Ética, Información y Ciudadanía), de la EHU-UPV. Sus líneas de investigación son la ética y deontología del periodismo, el periodismo

---

<sup>6</sup> En origen, fue creada por los directores de los diarios, que utilizaban la asociación para editar *La Hoja del Lunes* (Coterón, comunicación personal, 21 de febrero de 2018).

y la responsabilidad social, la ética, la información y la ciudadanía, y, por último, los valores éticos en las redes sociales. También en la EHU-UPV, el grupo HGH (Hedabideak, Gizartea, Hezkuntza - Medios de Comunicación, Sociedad y Educación) cuenta con una línea de investigación sobre periodismo de calidad y otra sobre medios y conflicto, el grupo Mediaiker otra sobre la perspectiva de género en las revistas españolas y el grupo Nor otra sobre estructuras de la comunicación en la que tratan de temas como los consejos audiovisuales o los observatorios de comunicación. En Mondragon Unibertsitatea, el grupo Hezikom investiga acerca de la influencia social de los medios como agentes educativos, el contenido de sus mensajes y la recepción y utilización de estos mensajes por parte de la audiencia juvenil. En la Universidad de Deusto, el grupo Comunicación se ocupa del análisis del discurso – y de los valores en él contenidos – de los media en torno a temas clave de nuestro tiempo (género, identidad y transformaciones políticas).

#### 4. Discusión

Si bien el desconocimiento apuntado por Zalbidea, Pérez, López y Urrutia (2011: 11) de gran parte de la población de la CAPV respecto a los códigos deontológicos y a los mecanismos de rendición de cuentas en general representa un hándicap a tener en cuenta, también es cierto que los nuevos sistemas de rendición de cuentas *online* que han emergido en el panorama mediático (Mauri-Ríos y Ramón-Vegas, 2015) contribuyen a paliar este desconocimiento. Merece la pena destacar, en este sentido, la labor de la cuenta de Twitter del libro de estilo del diario *Berria* (@estiloliburua), que interactúa con los lectores y publica abundantes tuits para socializar los criterios establecidos en el libro de estilo.

Por lo demás, en ambas comunidades son las televisiones públicas (Canal Sur y EITB) los principales ejes vertebradores de los sistemas de comunicación. Ramón Zallo (2006) es crítico con los Consejos de Administración de los servicios públicos, ya que considera que “muchos de ellos están repletos de responsables de comunicación o testaferros de los partidos, llegando a ser meras cajas de resonancia de las Comisiones de Control Parlamentario o viceversa, con funciones muchas veces limitadas y genéricas (los criterios de la programación se reservan a las Direcciones Generales de los entes de radiotelevisión públicos), resultando las más de las veces meramente deliberativas y de juego político”.

En lo que respecta a la CAPV, Zallo (2006) apuntó hace ya más de una década a un segundo hándicap, a saber, la ausencia de un Consejo Audiovisual que fuera marcando “las pautas de desarrollo de los *media* audiovisuales en una línea de mínimos deontológicos exigibles en relación a la libertad, el pluralismo y el servicio a la sociedad, sin menoscabo de la libertad de expresión”. Hoy en día, Zallo sigue echando en falta un “dispositivo comunicativo compensatorio” que regule el pluralismo del ecosistema mediático, “algún organismo que pusiera orden en el flujo cuando es abusivo [...] y además llamara la atención sobre la necesidad de fortalecer un sistema comunicativo propio [...] si todas las voces existentes en una sociedad tienen acceso a comunicar, y hasta qué punto hay equilibrio entre la

realidad social, el electorado y las voces mediáticas” (Zallo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018).

En Andalucía existe un Consejo Audiovisual, El Colegio Profesional de Periodistas, Asociaciones de Periodistas, sindicatos y telespectadores que ejercen una función de vigilancia por un correcto ejercicio de la profesión periodística. Aunque la consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía, Carmen Fernández Morillo (comunicación personal, 8 de marzo de 2018), considera que en Andalucía a través de dicho organismo se “dispone de criterios e indicadores para evaluar la imparcialidad y el rigor informativos, el pluralismo político, el tratamiento informativo de la violencia de género, la igualdad y la transmisión de estereotipos a través de las noticias, tratamiento de las desapariciones por ejemplo”. Sin embargo, hemos de añadir, por nuestra parte, que esos criterios no resultan suficientes para garantizar un mayor espíritu crítico de la ciudadanía frente a la escasa calidad informativa de los medios de comunicación en Andalucía. Pues la propia elección de temas de la agenda informativa y su tratamiento, determina una mirada de la realidad que se aleja de los asuntos de interés público. La Comisión de Deontología y Garantías hasta la fecha ha actuado a instancia de partes, si bien puede hacerlo de oficio ante situaciones de especial sensibilidad para la defensa de la libertad de expresión y los intereses de la profesión. Hasta la fecha, ha promovido una guía sobre el tratamiento de las imágenes de los menores en los medios de comunicación, que será presentada próximamente. Sin embargo, existe en la población andaluza una sensación de escaso rigor informativo, y un tratamiento superficial de los acontecimientos (infoespectáculos).

La opinión de los expertos consultados vendría a subrayar que las condiciones de trabajo de los periodistas y el consumo de la noticia a través de redes ha acentuado esta tendencia a un tratamiento superficial de la información. Así, Lorena Mejías Castaños, presidenta del Colegio de Periodistas en la demarcación de Cádiz, reflexiona:

“¿Cómo detenerte a reflexionar sobre la oportunidad de lo que estás redactando si tienes que hacer aún diez piezas más para dentro de un rato? ¿Por qué no publicar determinados detalles de un suceso si cualquiera va a hacer una foto y volará por las redes? Considero que los medios y los profesionales hacen el esfuerzo por mantener la ética periodística, pero a veces también tengo la sensación de que cada vez cuesta más. También creo que falta formación continuada en esta materia. Y ni siquiera estoy segura de que hubiera interés en recibirla”. (Mejías Castaños, comunicación personal, 16 de marzo de 2018).

Por su parte, Fernández Morillo considera que esta es la tendencia creciente en medios desestructurados que priman la opción del negocio sobre el sentido social de la información:

“La ausencia de instrumentos que protejan la libertad y la responsabilidad ética en el ejercicio del periodismo dentro de las empresas (consejos profesionales, códigos deontológicos, comités de redacción...) deja a los periodistas desamparados”. A su juicio, se ha instalado un “desinterés absoluto por parte de los profesionales, organizaciones y empresas de dotarse de instrumentos que aseguren que se respetan los valores y principios constitucionales y estatutarios”. (Fernández Morillo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018).

Los medios deberían adoptar códigos de autorregulación de acuerdo con la Ley Audiovisual andaluza para ser garantes del derecho a la información y su incumplimiento no debería quedar impune, sino que debería adoptarse medidas que habiliten o deshabiliten la facultad profesional de una actividad tan profesional para fundamental para un correcto funcionamiento de la sociedad democrática. En esta misma línea, María José Gómez Biedma, secretaria de la comisión de Deontología del Colegio de Periodistas de Andalucía, define en los siguientes términos la situación del periodismo:

“En un estado lamentable. El alto índice de desempleo, la precariedad laboral y la ausencia de regulación entre periodistas y empresas ofrecen un panorama desolador. Las campañas promovidas por los Colegios Profesionales y las Asociaciones de la Prensa (FAPE) para reivindicar el importante papel que ejerce el periodismo en las sociedades democráticas han servido para poco. Los manifiestos en defensa de la profesión, con reivindicaciones en redes tan destacadas como:

#SinPeriodistasNoHayPeriodismo #SinPeriodismoNoHayDemocracia y #GratisNoTrabajo, han calado en la sociedad pero no han tenido su reflejo en la política de las empresas que tras apoyar una fuerte reducción de las plantillas durante los peores años de la crisis, han pasado a fomentar la figura del *falso autónomo*, obligando a trabajar jornadas *maratonianas* a cambio de unos salarios de miseria. A la situación económica hay que añadir las fuertes y continuas presiones políticas y gubernamentales que sufre la profesión, lo que ha provocado una excesiva politización de los medios de comunicación y una gran dependencia de las fuentes institucionales. Todo ello fomenta un ejercicio profesional basado fundamentalmente en la opinión y en las notas de prensa y comparecencias, muchas de ellas enlatadas y sin preguntas, de escasa o baja calidad informativa que preparan y envían a las redacciones los potentes gabinetes de comunicación de las administraciones e instituciones públicas y privadas” (Gómez Biedma, comunicación personal, 23 de marzo).

Por lo demás, la investigación realizada viene a corroborar lo sugerido por Alsius et al. (2011), es decir, que los ecosistemas mediáticos de Andalucía y de la CAPV ofrecen un ejemplo limitado en cuanto a los mecanismos de rendición de cuentas. Las limitaciones son especialmente evidentes en el caso de la CAPV:

“Nos encontramos con un páramo [en la CAPV]: no tenemos Consejo Audiovisual, no tenemos actividad sindical vinculada a lo que sería la libertad de prensa y sobre todo a los valores en la prensa o a un código ético; lo único que hay es autorregulaciones de los media: cada medio tiene su consejo de informativos. Por lo tanto, hay una regulación micro, y falta una regulación macro, tanto en el campo audiovisual como en el campo de la información: son dos territorios paralelos, que se mezclan, sí, pero ambos son necesarios. Luego, claro, la labor de un Ombudsman no cumpliría los requisitos y funciones que podrían tener ambos tipos de organismos”. (Zallo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018).

No podemos dejar de mencionar, por otra parte, los sindicatos, asociaciones de prensa y periodistas existentes, así como los colegios profesionales. En el caso de

la CAPV, se antoja necesario fortalecer tanto la Asociación Vasca de Periodistas como el Colegio Vasco de Periodistas; a este respecto, Zalbidea y Pérez (2010:128) apuntan que “en la Comunidad Autónoma del País Vasco no se cuenta [...] con un sindicato de periodistas mínimamente representativo”.

A Zalbidea (comunicación personal, 9 de marzo de 2018), a diferencia de otras “estructuras semioficiales” de rendición de cuentas externas a los medios que considera inefectivas, le parecen interesantes los pasos dados por la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA) y las asociaciones de telespectadores de Andalucía: “Ahí hay un compromiso real con ese ciudadano, se toma nota y se tramitan los siguientes pasos [...] abramos espacios en la calle a la ciudadanía para que vean que nos estamos tomando en serio el tema de la información y los medios de comunicación”. En este sentido, en Andalucía, tanto la ODA como el defensor del telespectador de Canal Sur han recogido más el desagrado de la ciudadanía por cambios en la programación o fallos técnicos de emisión que quejas sustanciales sobre la ética de los medios. Sin embargo, hay que reconocer que son cauces que pueden resultar válidos para que los ciudadanos puedan exigir responsabilidad social a los medios de comunicación. Se precisaría para ello una alfabetización mediática y un espíritu crítico del que todavía queda mucho por recorrer. Aquellos más aventajados suelen optar por otras vías de información y abandonar los medios convencionales. En ese sentido, Zallo considera que los consejos audiovisuales pueden ser plataformas válidas para la activación social:

“Cabría la posibilidad de que un Consejo Audiovisual no fuera solo una especie de sanedrín de ilustres especialistas, sino que tuviera a su vez paralelamente [...] un consejo social participativo de representación social que pudiera establecer un feedback para que la sociedad como tal hiciera suya la problemática de la comunicación, y no como un tema de especialistas o un tema solo de control legal; la pregunta que se haría esa especie de consejo social participativo sería la siguiente: ¿Qué tipo de comunicación necesitamos? Este organismo podría ser un organismo paralelo, influyente sobre el propio Consejo Audiovisual.” (Zallo, comunicación personal, 8 de marzo de 2018).

Esa activación del nervio de la sociedad civil a la que aluden tanto Zalbidea como Zallo podría ser un paso dado en la dirección adecuada de cara a paliar el déficit percibido en los mecanismos de rendición de cuentas externos a los medios. Si bien es cierto que la experiencia de anteriores intentos de configurar un Consejo Audiovisual en la CAPV y la actual falta de consenso parlamentario no invitan al optimismo, cabría la posibilidad de llevar a cabo alguna experiencia piloto de ese consejo social participativo en el seno de alguna otra organización suficientemente reconocida (por ejemplo, se podría empezar el pilotaje con los medios en euskera y bajo el amparo de Behategia, Observatorio de Medios en Euskera que cuenta con el apoyo de cuatro universidades vascas y Hekimen, la asociación de medios de iniciativa social en lengua vasca).

## 5. Conclusiones

- Gran parte de la población de ambas comunidades desconoce los códigos deontológicos y los mecanismos de rendición de cuentas en general; los nuevos mecanismos de rendición de cuentas online representan una oportunidad para paliar este desconocimiento.

- En ambas comunidades son las televisiones públicas (Canal Sur y EITB) los principales ejes vertebradores de los sistemas de comunicación. El sistema andaluz cuenta además con un Consejo Audiovisual, El Colegio Profesional de Periodistas y asociaciones de periodistas, sindicatos y telespectadores que ejercen una función de vigilancia por un correcto ejercicio de la profesión periodística. Sin embargo, la mera existencia de dichos organismos no es garantía suficiente para evitar el tratamiento superficial de la información y el escaso rigor informativo, máxime teniendo en cuenta las condiciones de trabajo de los periodistas y la precariedad del sector.

- En la CAPV, no hay Consejo Audiovisual y tanto el Colegio (de reciente creación) como la Asociación Vasca de Periodistas cuentan con escasa representatividad. Dadas estas carencias, convendría abrir cauces para que los ciudadanos puedan exigir responsabilidad social a los medios de comunicación, y para ello se podría empezar por una experiencia piloto de un consejo social participativo en el seno de alguna organización suficientemente reconocida.

## 6. Referencias bibliográficas

- Almirón, Nuria; Narberhaus, Marta; y Mauri, Marcel (2016): "Mapping media accountability in stateless nations: The case of Catalonia". *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 8 (2), 207-225.
- Alsus, Salvador; Mauri-Ríos, Marcel; y Rodríguez-Martínez, Ruth (2011): "Spain: A diverse and asymmetric landscape". In Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Lauk, Epp; and Leppik-Bork, Tanja (Eds.): *Mapping media accountability – in Europe and beyond* (pp. 155-167). Köln, Halem.
- Bertrand, Claude Jean (1999): *Media Ethics and Accountability Systems*. New Brunswick, USA, Transaction.
- Bichler, Klaus; Harro-Loit, Halliki; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Lauk, Epp; Loit, Urmas; Fengler, Susanne; and Schneider-Mombaur, Laura (2012): *Best practice guidebook: Media accountability and transparency across Europe*. MediaAct. European Commission. En: [http://www.mediaact.eu/fileadmin/user\\_upload/Guidebook/guidebook.pdf](http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/Guidebook/guidebook.pdf)
- Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Mazzoleni, Gianpietro; y Porlezza, Colin (Eds., 2014): *Journalists and media accountability: An international study of news people in the digital age*. New York, Peter Lang.
- Fengler, Susanne; Eberwein, Tobias; Alsus, Salvador; Baisnée, Olivier; et al. (2015): "How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists". *European Journal of Communication*, 30 (3), 249-266.



- Hallin, Daniel C. y Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- López Olano, Carlos (2016): "Las autoridades de regulación audiovisual en España. Panorámica y perspectivas de control de la pluralidad". *Miguel Hernández Communication Journal*, 7, 87-112.
- Mauri-Ríos, Marcel y Ramon-Vegas, Xavier (2015): "Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Exploración del escenario online español". *El Profesional de la Información*, 24 (4), 380-389.
- Rodríguez-Martínez, Ruth; Mauri-Ríos, Marcel y Fedele, Maddalena (2016). "Criticism in journalism as an accountability instrument: the opinion of Spanish journalists". *Communication & Society*, 30 (1), 57-72.
- Rodríguez-Martínez, Ruth; López-Meri, Amparo; Merino-Arribas, Adoración; y Mauri-Ríos, Marcel (2017): "Instrumentos de rendición de cuentas en España. Análisis comparativo en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia". *El profesional de la información*, 26 (2), 255-266.
- Serrano Moreno, Juan (2017): *Ética del periodismo español. Las 100 primeras Resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE*. Madrid, Fragua.
- Suárez-Villegas, Juan Carlos (2015): "La Comisión de Deontología como referente de la autorregulación del periodismo: apuntes doctrinales sobre el periodismo digital", *Comunicación y Sociedad*, 28 (3), 135-149.
- Suárez-Villegas, Juan Carlos; Rodríguez-Martínez, Ruth; Mauri-Ríos, Marcel; y López-Meri, Amparo (2017): "Accountability and Media Systems in Spain: Real impact and good practices in Spanish Media". *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 321-330.
- Ugalde, Luis Carlos (2002): *Rendición de cuentas y democracia. El caso de México*. México DF, Instituto Federal Electoral.
- Valencia-Bermúdez, Andrea y Campos-Freire, Francisco (2016): "Indicadores de valor para las RTV autonómicas: rendición de cuentas en EITB, CCMA y CRTVG". *Communication & Society*, 29 (4), 59-70.
- Zalbidea, Begoña; Pérez, Juan Carlos; López, Susana; y Urrutia, Santiago (2011): "Valoración profesional y social de los códigos éticos del periodismo en Euskadi". En: *Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: La Comunicación Social, en estado crítico*. Tenerife. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Zalbidea, Begoña y Pérez, Juan Carlos (2010): "Consideraciones de los ciudadanos y periodistas vascos sobre el acoso mediático de los personajes públicos". En: *Actas del VIII Congreso Internacional de Ética y Derecho de la información*. Guadalajara, Jalisco, México. Editorial y Servicios Creativos, 125-140.
- Zallo, Ramón (2012): "Retos del sistema vasco de comunicación: el papel de EITB". En: *II Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad: "Crisis y políticas. La radiotelevisión pública en el punto de mira"*. Bilbao, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Zallo, Ramón (2011): *Estructuras de la comunicación y de la cultura: Políticas para la era digital*. Barcelona, Gedisa.
- Zallo, Ramón (2006): "Dos modelos opuestos. Consejos del Audiovisual en las Comunidades Autónomas". *Telos*, 68, 78-89.
-

Juan Carlos Suárez Villegas es catedrático de Ética y Deontología de la Comunicación de la Universidad de Sevilla. Es presidente de la Comisión de Deontología y Garantía del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía.

Aitor Zuberogoitia Espillae s doctor en Periodismo por la Universidad del País Vasco, profesor de Deontología de la Comunicación Audiovisual en Mondragon Unibertsitatea y director del grupo de investigación Hezikom de dicha universidad.

Andrés Gostín Elorza es doctor en Comunicación por Mondragon Unibertsitatea, universidad en la que imparte la asignatura Ética Narrativa y dirige el Grado en Comunicación Audiovisual.