



Transparencia y rendimiento de cuentas en la información periodística

RESUMEN

Esta comunicación presenta el proyecto 'Transparencia y Rendimiento de cuentas en la Información Periodística', una línea de investigación inédita hasta el momento en España que pretende describir y analizar los nuevos sistemas de interacción entre los *mass-media* y la ciudadanía (blogs de crítica de medios o redes sociales). Estas nuevas maneras de canalizar la responsabilidad social de y hacia los medios se suman a otros mecanismos clásicos de autorregulación (códigos éticos, consejos de la información o defensores de los lectores y de las audiencias). Unos y otros se inscriben en el proceso identificado como *accountability*, o rendimiento de cuentas. Estos sistemas cumplen una función importante como indicadores del nivel de transparencia y de pluralismo de los media. La investigación pretende completar el mapa conceptual de los diversos sistemas de *accountability* y medir el grado de impacto que tienen los nuevos en relación con los clásicos a través de una combinación de métodos de investigación empíricos (cuantitativos y cualitativos). Los resultados de este proyecto aportarán una visión imprescindible sobre el nivel de pluralismo y transparencia mediática en España y permitirán también comparar la situación española con la del resto de países europeos.

Palabras clave: *accountability*, rendimiento de cuentas, responsabilidad social de los medios, ética periodística.

ABSTRACT:

This paper presents the project "Transparency and Media Accountability", which opens a new field of research in Spain that aims to describe and analyze the new systems of interaction between the mass media and the population, such as journalism blogs or social networks. These new ways to channel social responsibility coexist with the classical mechanisms of self-regulation (ethical codes, information councils or the figure of ombudsman). Both systems are identified as Media Accountability Systems (MAS). These systems play an important role as indicators of transparency and pluralism of Spanish Media. The research aims to build up a map that represents the different MAS and to measure if the impact of the new systems is higher or not than the classic ones. Through a combination of empirical quantitative and qualitative research methods, the results of this project will provide essential information about the level of Spanish pluralism and media transparency and will also allow the comparison between the situation in Spain with the other European countries.

¹ Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
monica.figueras@upf.edu

² Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
marta.narberhaus@upf.edu

³ Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
xavier.ramon@upf.edu



Keywords: *accountability, social responsibility of the media, ethics and journalism.*

1. INTRODUCCIÓN

Existe una coincidencia generalizada acerca de la importancia que tienen los medios de comunicación para la salud de la vida democrática. La idea, formulada ya en el siglo XVIII, sobre el papel de la prensa como ‘cuarto poder’ se ha ido complementando e incluso sustituyendo por la convicción de que la información libre y plural es la savia de los sistemas democráticos. Esta investigación parte de la premisa del derecho del público a recibir una información completa y veraz (principio incluido en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos así como en la mayoría de las constituciones de los estados democráticos, incluida la Constitución Española).

En base a esta convicción se concede la titularidad del derecho a la información precisamente a los ciudadanos. De ahí la importancia que tiene conocer cuáles son los sistemas que desde los medios de comunicación se utilizan para rendir cuentas a la ciudadanía sobre la acción desarrollada por los mismos (por ejemplo, los defensores de los lectores) en una muestra de autorregulación profesional que tiene en cuenta el papel de la ciudadanía en la fijación de los criterios éticos de los medios. Como también lo es saber cuáles son los instrumentos (tradicionales y nuevos) que se han desarrollado de forma exógena a las redacciones con la intención de velar por el cumplimiento de las funciones propias de los medios de comunicación en una sociedad democrática (por ejemplo, los consejos de la información o los blogs de crítica de medios). Estos sistemas de rendimiento de cuentas (ya sean tradicionales o nuevos) son indicadores claves para evaluar el pluralismo y la transparencia del sistema de medios en cualquier estado democrático en la medida que su función esencial es supervisar, controlar, criticar y analizar la evolución de la información periodística y más en un contexto de crisis en el sector y de concentración mediática. Saber el impacto real de estos instrumentos y su capacidad para sustituir los mecanismos de intervención política y reguladora es clave para conocer hasta qué punto pueden ser de utilidad para preservar el pluralismo mediático. Precisamente, en un entorno mediático cambiante donde los soportes de acceso a las noticias han mutado del tradicional papel, televisión o radio a los nuevos aparatos de telefonía con conexión instantánea a la información, se hace necesario ver si los nuevos hábitos de acceso a los medios por parte del público también han cambiado las estructuras clásicas del autocontrol periodístico. En definitiva, si las redes sociales o los blogs están sustituyendo a los defensores del lector o los consejos de la información en su tarea de rendir cuentas sobre la actividad periodística en la medida que internet y la web 2.0 ofrece nuevas facilidades a los ciudadanos para participar en el debate sobre la calidad de los productos periodísticos.

Todas estas cuestiones son las que se pregunta y quiere resolver el proyecto que aquí se presenta, ‘Transparencia y Rendimiento de cuentas en la Información Periodística’, financiado por el Plan Nacional I+D+I 2013-2015. Un trabajo que se incardina claramente en una línea de investigación pionera en Europa (representada por el proyecto europeo ‘MediaAct, Media Accountability and Transparency in Europe’ www.mediaact.eu) centrada en analizar la cantidad y calidad de estos sistemas de rendimiento de cuentas (*media accountability systems* en su traducción al inglés) en los distintos países de la Unión Europea. La intención de la investigación es demostrar la importancia de estos instrumentos como espacios imprescindibles para desarrollar el necesario debate sobre la libertad e independencia de los medios,



especialmente en unos momentos en los que la concentración de medios en Europa, así como los grupos de presión o las estructuras de relaciones públicas que quieren influir en la tarea informativa, crecen y ponen en jaque el pluralismo informativo.

2. Antecedentes y estado actual de los conocimientos

La literatura existente sobre el estudio en profundidad de los sistemas de rendimiento de cuentas es muy escasa por la propia novedad de esta línea de investigación. Los primeros trabajos sobre esta cuestión, centrados en la historia y funcionamiento de los instrumentos de autoregulación, se encuentran en los países europeos con democracias consolidadas como Inglaterra, los países escandinavos, Alemania y Austria. Autores como Brown (1974) y Marzolf (1991) fueron pioneros en abordar esta cuestión. Más recientemente, Pöttker y Starck (2003) y sobre todo Bertrand (2000) han señalado la importancia de estos sistemas de rendimiento de cuentas en la medida que pueden ayudar a recuperar el prestigio del periodismo ante la opinión pública. Bertrand los define como 'cualquier instrumento no estatal que contribuye a hacer responsables los medios ante el público'. También son escasas las aportaciones sobre el impacto que tienen estos sistemas en la práctica periodística (Jarren y Vowe, 1995; McQuail, 1992).

En España, existen muy pocos estudios sobre los propios sistemas de rendimiento de cuentas. Una de las pocas investigaciones aproximativas es la realizada por Alsius (2010), fruto de un proyecto financiado por el Plan Nacional I+D+I 2007-2010 bajo el título '**Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos**'. Si bien se centraba esencialmente en la percepción de los profesionales y los ciudadanos sobre el comportamiento ético de los medios, también contemplaba parcialmente cuestiones sobre el funcionamiento, impacto y utilidad de estos instrumentos de autorregulación. Lo cierto es que la mayoría de estudios académicos sobre rendimiento de cuentas se centran en la descripción de los instrumentos tradicionales (como los Consejos de la Información) o la comparación de códigos éticos. Existen claros antecedentes en el estudio de los **contenidos de los códigos deontológicos** como los de Barroso (1984), Jones (1980), Nordenstreng y Hannikainen (1984), Wiedemann (1992), Puppis (2009) y Leppanen (1977). Más recientemente han realizado en España estudios semejantes otros autores como Hugo Aznar (1999-A, 1999-B y 2005) y Juan Carlos Pérez Fuentes (2004), mientras que Salvador Alsius (1999) y José Alberto García Avilés (1996) han estudiado más específicamente los códigos internos de empresas dedicadas al periodismo televisivo.

También son conocidos los estudios sobre la figura del defensor del lector en Estados Unidos (Starck, 2010) o Europa (Evers, 2010). Y empiezan a aparecer investigaciones sobre las nuevas formas de rendimiento de cuentas en internet. En este sentido, es destacable la aportación de Domingo y Heinonen (2008) o Eberwein (2010) en el análisis del potencial de los blogs como instrumentos de crítica y control de los medios de comunicación. O de Fengler (2008), con la idea de que internet puede dar a la audiencia nuevas formas de participar y comentar la calidad de los medios.

Cabe destacar también la clasificación realizada por Hallin y Mancini (2004) de los distintos modelos de sistemas de medios que existen en Europa según su cultura periodística. Una propuesta que ayuda a explicar en parte la tradición, existencia y desarrollo de los sistemas de rendimiento de cuentas en los países europeos y del norte de África. Estos autores dividen las tradiciones periodísticas de Europa y los países mediterráneos en cinco grupos: los países del Atlántico norte o de modelo



liberal (como Gran Bretaña); los países del norte de Europa o de modelo democrático (Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Finlandia...); los países mediterráneos o de modelo pluralista polarizado (Italia, Francia y España); los países de la Europa del este (Polonia, Rumania...); y las culturas periodísticas en transición del mundo Árabe. Según esta clasificación, España queda integrada en el modelo pluralista polarizado lo que evidentemente influye en el tipo e impacto de los sistemas de rendimieento de cuentas y, en general, en la transparencia del sistema mediático.

Objetos de estudio afines al de esta investigación vienen siendo analizados por distintos grupos:

1. En Europa, bajo la dirección de Susanne Fengler y Tobias Eberwein de la Universidad de Dortmund (Alemania), destaca el proyecto '**MediaAct, Media Accountability and Transparency in Europe**' financiado por el 7º programa Marco de la Unión Europea. Se trata de una investigación comparada (iniciada en febrero de 2010 y de 3 años y medio de duración) de los sistemas de rendición de cuentas de 10 estados de la Unión Europea (Alemania, Francia, Italia, Finlandia, Austria, Polonia, Holanda, Rumania, Reino Unido y Estonia) más Suiza. Con la voluntad de comparar los procesos con países árabes vecinos, también se analizan los casos de Túnez y Jordania. El proyecto fija también entre sus principales objetivos la búsqueda, descripción y análisis de los nuevos instrumentos de rendimieento de cuentas que hayan aparecido con la irrupción de internet, la web 2.0 y las redes sociales.

2. También en Europa destaca el grupo dirigido por el profesor Stephan Russ-Mohl, de la Universidad de la Suiza Italiana (Lugano), que tiene por objetivo contribuir a la calidad del periodismo investigando los nuevos sistemas de transparencia informativa y las buenas prácticas existentes en esta dirección. Con la intención de dar a conocer los resultados del proyecto, buena parte de los esfuerzos se centran en el **European Journalism Observatory** [www.ejo.ch], un observatorio de medios *online* que también busca conectar las culturas periodísticas europeas y norteamericanas y facilitar la colaboración entre los investigadores y los periodistas.

3. Dirigido desde Grecia por la profesora Evangelia Psychogiopoulou de la Hellenic Foundation for European and Foreign Policy Research, también destaca el grupo **MediaDem**, un proyecto de investigación financiado por el séptimo programa Marco de la Comisión Europea que analiza las políticas reguladoras de medios de comunicación en distintos países de la Unión Europea [www.mediadem.eliamep.gr]. Su propósito es identificar los procesos políticos, herramientas e instrumentos que pueden ayudar a un mejor desarrollo de los medios de comunicación libres, transparentes e independientes. El proyecto comenzó el 1 de abril de 2010 y tendrá una duración de tres años.

4. También en el ámbito de la Unión Europea, destaca la experiencia investigadora y divulgadora del **Media Watch Global**, una asociación internacional que estudia los procesos de elaboración y comunicación de la información [www.mediawatchglobal.com]. También emprende cuantas acciones le son posibles con el fin de garantizar el derecho a la información de los ciudadanos en cualquier nación. La institución apoya la creación de capítulos nacionales compuestos en la misma proporción por: a) periodistas, en activo o jubilados, con experiencia en cualquier ámbito empresarial (medios impresos, radiofónicos, televisivos o digitales) o que pertenezcan a las instituciones legales que les representan (asociaciones o sindicatos); b) investigadores científicos de todas las disciplinas académicas, en especial especializados en las ciencias de la información o de la comunicación, y c) usuarios de medios de comunicación (asociaciones de lectores, oyentes y



televidentes), intelectuales, creadores y, en general, personalidades reconocidas por su ética.

5. Bajo la inspiración del que fue profesor emérito Claude-Jean Bertrand, el **Institut Français de Presse, de la Universidad Pantheon-Asass (París II)**, centra parte de sus proyectos de investigación en el estudio de la ética periodística, sobre todo en Francia. La amplia producción científica (tanto de Bertrand, como de Emmanuel Deriaux) relacionada con la autorregulación profesional es referencia obligada para cualquier investigador en este ámbito temático. Una aportación específica que se ha consagrado con el acrónimo MAS (*Media Accountability Systems*).

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DEL PROYECTO

A pesar del potencial de los sistemas de transparencia y rendimiento de cuentas como un factor clave para el pluralismo mediático, no existe ningún estudio empírico sistemático que aborde esta cuestión en España. Es importante que España incorpore la propia mirada en esta investigación que busca fortalecer el sistema de medios, mejorar la calidad del periodismo y promover la transparencia informativa además de detectar y analizar los nuevos instrumentos que internet pone al alcance de los ciudadanos.

La hipótesis de partida es que los instrumentos de rendimiento de cuentas tradicionales tienen un impacto limitado en la práctica profesional y un uso escaso por parte de los ciudadanos, mientras que los nuevos sistemas que aparecen con internet, la web 2.0 y las redes sociales permiten nuevas formas de transparencia y control de la calidad informativa a la vez que ofrecen nuevas posibilidades a la ciudadanía para participar y comentar la calidad de los medios de comunicación.

El proyecto también se basa en la idea de que estos instrumentos (tradicionales y nuevos) son indicadores claves para el pluralismo de los medios de comunicación en un estado democrático ya que participan en la supervisión, investigación y análisis de la evolución del periodismo. Vinculado con esta idea, el proyecto también busca conocer cómo los sistemas de rendimiento de cuentas pueden ayudar a sustituir la intervención política y reguladora en aras de preservar el pluralismo mediático.

En concreto, los objetivos marcados en este proyecto son:

1. Elaborar un mapa teórico y estado de la cuestión de los sistemas de rendimiento de cuentas.
2. Comparar los sistemas de rendimiento de cuentas existentes en las distintas culturas periodísticas europeas tanto en los propios medios como en organismos externos.
3. Detectar, describir y analizar prácticas innovadoras nacionales e internacionales realizadas por medios de comunicación en su relación con el público.
4. Diseñar un sistema de indicadores para medir el impacto de los sistemas de rendimiento de cuentas.
5. Analizar la utilidad e impacto y elaborar una tipología de los sistemas de transparencia y rendimiento de cuentas en España, tanto los instrumentos tradicionales como los que aparecen vinculados con internet, web 2.0 y redes sociales.
6. Comparar el impacto que tienen los sistemas de transparencia y rendimiento de cuentas tradicionales con los sistemas innovadores online.
7. Analizar en qué medida los instrumentos detectados en España son claves para el pluralismo y la transparencia mediática.



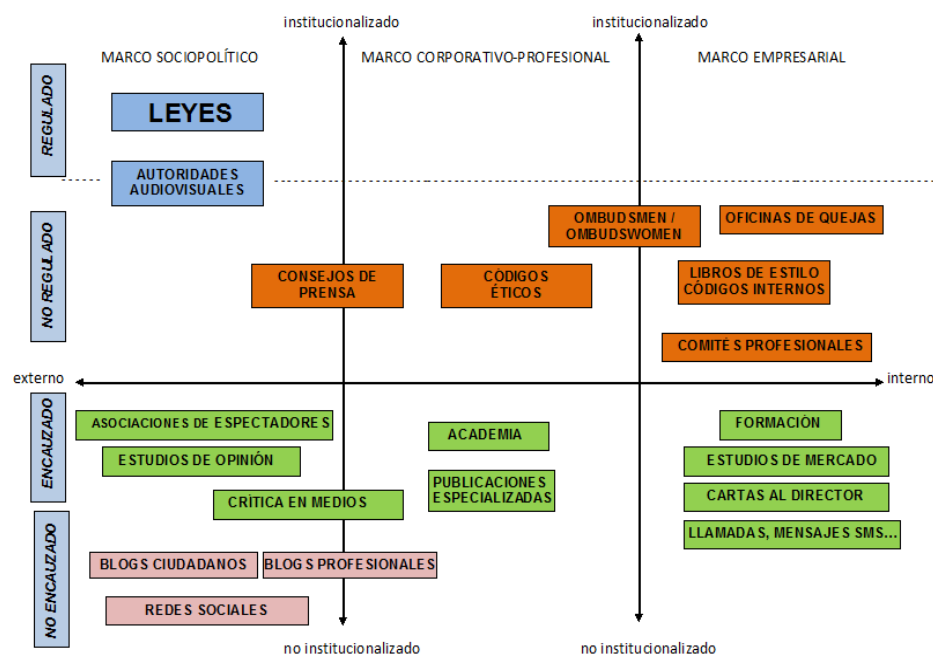
4. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

La investigación se desarrollará entre enero de 2013 y diciembre de 2015. En este apartado se expondrá el planteamiento metodológico y los hitos vinculados a cada técnica.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

En la primera fase de la investigación se elaborará, desde un punto de vista conceptual, un **estado de la cuestión de los sistemas de rendimiento de cuentas tradicionales e innovadores existentes**. Como instrumentos de rendimiento de cuentas consideramos, por una parte, los instrumentos tradicionales como consejos de prensa, códigos éticos, defensores del lector, crítica de medios en los propios medios o cartas al director. Por otra parte, se contemplan los instrumentos de rendimiento de cuentas propios de la era digital, como blogs de medios, webs de ciudadanos o periodistas que critican medios o defensores *online*, entre otros. Se estudiarán estos instrumentos existentes en otras culturas profesionales europeas (a partir de la clasificación de modelos periodísticos ofrecidos por Hallin y Mancini, 2004) con el fin de poder determinar, en una posterior fase de la investigación, si éstos también están presentes en España.

Se tomará como punto de partida el siguiente mapa conceptual de elaboración propia, que deberá ser corregido, ampliado y validado, a la vez que deberán ser descritos en detalle todos los elementos en él presentes y los que se incorporen:



PANEL DE EXPERTOS

A partir de esta primera aproximación teórico-conceptual se constituirá un **panel de expertos** para complementar, ampliar, describir en detalle y validar el mapa elaborado. Formarán dicho panel tres profesionales de reconocida trayectoria y tres investigadores o expertos en ética periodística; cuatro de ellos serán españoles y otros dos extranjeros. Este panel de expertos cumplirá una función importante de consultoría (*Advisory Board*). Aprovechando la presencia del panel de expertos, se contempla también la posibilidad de realizar una sesión abierta posterior donde se



invitaría a personas implicadas con los sistemas clásicos de rendimiento de cuentas: miembros de consejos audiovisuales, de consejos de la prensa, defensores de los lectores o de los espectadores y miembros de las juntas directivas de asociaciones profesionales de periodistas.

ANÁLISIS DE CASOS INTERNACIONALES DE MEDIOS PIONEROS

Se realizará el **análisis de tres casos internacionales de medios pioneros** en la introducción de métodos de transparencia informativa, autorregulación y relación con el público con el objetivo de permitir que los ciudadanos puedan participar activamente de los procesos informativos.

En primer lugar, se estudiará el caso del periódico *Mural*, un diario mexicano en papel (con versión *online*, <http://www.mural.com/>) del grupo Reforma que cuenta con distintos espacios de interacción con el lector. 'Tu Espacio' es un apartado donde los lectores (sin necesidad de estar previamente registrados) pueden subir directamente al sitio web fotos, vídeos o noticias. El instrumento innovador es el 'comité de lectores', un espacio que emulando el 'consejo de redacción' de cualquier medio sirve como punto de encuentro entre el público y los periodistas para discutir los temas y el enfoque de las noticias y contribuye al debate sobre el pluralismo y transparencia del medio.

En segunda instancia, se tratará el caso de *Rue89* (<http://www.rue89.com/>), un periódico digital francés nacido en el año 2007 con una clara vocación de servicio público y formativo hacia la ciudadanía (tiene un apartado dedicado precisamente a la formación en comunicación e internet). Su objetivo es hacer unir el periodismo de calidad con la cultura de internet. La génesis informativa del periódico se basa en la interacción entre el triple eje periodistas-expertos-ciudadanos con el que se construyen las noticias y que se ha convertido en un buen ejemplo del llamado 'periodismo participativo'.

También se analizará la experiencia del *Texas Tribune* (<http://www.texastribune.org/>). Este periódico digital norte-americano sin ánimo de lucro tiene como objetivo promover el debate y participación ciudadana en el discurso político y social. La participación de los lectores es clave en la selección, jerarquización y debate de las noticias publicadas.

La descripción y análisis de estos casos internacionales debe permitir detectar si existe en España algún tipo de propuesta innovadora por parte de los medios en relación con la participación del público y la transparencia informativa.

CUESTIONARIO

Se aplicará el **cuestionario** para **conocer la tipología de instrumentos de rendimiento de cuentas de los que disponen los medios de comunicación en España**. La muestra con la que se trabajará incluye todos los medios de difusión nacional según su tipología (periódicos de información general de pago, periódicos gratuitos, televisiones generalistas, radios generalistas y periódicos digitales nativos). El análisis de todo el universo de medios de difusión nacional permitirá no sólo conocer los sistemas de rendimiento de cuentas que utiliza cada medio sino extraer conclusiones relevantes y representativas sobre la cantidad de instrumentos (tradicionales y nuevos) más empleados. Para conseguir unos datos que también tengan en cuenta la diversidad mediática española, se aplicará este cuestionario a los **medios líderes** (según el EGM, OJD o Kantar) **de cada Comunidad Autónoma y de ámbito de**



difusión autonómico siguiendo la misma tipología (periódico generalista de pago líder, periódico gratuito líder, televisión generalista líder, radio generalista líder, periódico digital nativo líder).

Esta segunda fase se completará con la realización de este mismo modelo de **cuestionario** (adaptado a las especificidades) que se aplicará a los **entes tradicionales que disponen de sistemas de autorregulación o control** pero que están fuera de los medios (Consejos de información, Organismos Reguladores, Defensores de los lectores, etc.), con el objetivo de conocer en profundidad las características de estos instrumentos o las innovaciones que se hayan podido producir.

BOLA DE NIEVE

Para **detectar los nuevos sistemas de rendimiento de cuentas en internet, las redes sociales y la web 2.0** y dado que se desconocen los instrumentos que se pueden encontrar, se utilizará una metodología adaptada a las necesidades del estudio basada en el sistema de muestreo no probabilístico **bola de nieve** (Goodman, 1961). Se partirá de los datos aportados por los miembros del panel de expertos reunidos en la primera fase sobre individuos, entes, experiencias o instrumentos innovadores que los participantes conozcan. El trabajo de campo posterior consistirá en ir preguntando a otros expertos y, sobre todo, rastreando por internet hasta obtener aquellos sistemas de rendimiento de cuentas más novedosos. Pese a ser un muestreo no probabilístico, resulta un método eficiente en los casos donde se tiene una población de escasos elementos, como es ésta. Con los resultados obtenidos en este trabajo de campo, se **diseñará un primer modelo de indicadores para medir el impacto de los sistemas de rendimiento de cuentas**.

ENCUESTA A PERIODISTAS

El grupo que presenta este proyecto está en fase de realización de una encuesta a una muestra representativa de periodistas españoles que aborda su percepción sobre el impacto que tienen los sistemas de rendimiento de cuentas en los medios españoles y en su trabajo diario. Esta encuesta se ha elaborado en colaboración con el resto de miembros que integran el proyecto europeo MediaAct y está siendo realizada a una muestra representativa de periodistas de 11 países de la Unión Europea (Francia, Reino Unido, Italia, Alemania, Estonia, Holanda, Austria, Polonia, Finlandia, Rumania y también España) además de Suiza, Jordania y Túnez. En el caso español, la muestra necesaria -calculada a partir del universo de profesionales españoles, cifrado en 25.000 según un censo estimativo elaborado por Alsius (2010)- es de 123 periodistas. La muestra es estratificada y tiene en cuenta como variables principales de estratificación el tipo de medio en el que trabajan los periodistas (prensa, radio, televisión, digital) y su categoría profesional. La selección de los entrevistados se realiza aleatoriamente y el cuestionario es respondido *online*. La explotación de estos resultados no sólo permitirá tener unos datos reveladores sobre la percepción de utilidad e impacto de los instrumentos de rendimiento de cuentas en España sino que, al realizarse de forma idéntica en los 14 países mencionados, se obtendrán conclusiones comparativas entre las distintas culturas periodísticas existentes.

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Se planea también la **realización de 20 entrevistas en profundidad a periodistas, académicos, bloggers** y otros perfiles relacionados con los sistemas de rendimiento



de cuentas (por ejemplo, representantes de entes tradicionales de autorregulación independientes de los medios). Esta metodología no se plantea como meramente complementaria de la anterior sino que los resultados de la encuesta ya realizada permitirán diseñar los guiones de las **entrevistas semiestructuradas**. Sólo en segunda instancia, la información obtenida en las entrevistas permitirá corroborar, matizar o interpretar a la vez que enriquecer los datos obtenidos en la encuesta. Las entrevistas en profundidad permiten captar sensibilidades y problemas menos tangibles que los abordados por la encuesta (Bryman, 2012; King y Horrocks, 2010; Rubin y Rubin, 2004; Ruiz de Olabuénaga *et al*, 1998). En la preparación de cada entrevista se tendrá en cuenta el sistema de indicadores de impacto diseñado anteriormente.

ANÁLISIS DAFO

La última fase del proyecto se complementará con una **segunda y última reunión del panel de expertos** que tendrá como objetivo contribuir a la interpretación de los resultados obtenidos hasta el momento y evaluar el impacto de los distintos sistemas de rendimiento de cuentas en España. En este último panel se utilizará la **metodología de análisis DAFO**, una herramienta de diagnóstico que permitirá analizar la situación real de los sistemas de rendimiento de cuentas, tanto en la dimensión externa como interna, con el fin de sistematizar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Una vez terminada la sesión cerrada de trabajo, igual como se prevé después del primer panel de expertos, se aprovecharía la presencia de los mismos para realizar un acto público para discutir la situación de los medios desde el punto de vista de la transparencia y el rendimiento de cuentas.

5. CONCLUSIONES Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS

El equipo de investigadores, con todos los datos obtenidos, elaborará un mapa definitivo y exhaustivo que recoja todos los sistemas de rendimiento de cuentas (tradicionales e innovadores, internos y externos a los medios) presentes en España. Este mapa incluirá una descripción completa de cada instrumento y una valoración de su impacto y utilidad a partir del sistema de evaluación diseñado anteriormente. También se interpretarán los resultados de forma comparativa entre los tradicionales y nuevos instrumentos para determinar cuáles son más útiles y tienen un impacto mayor. De forma más amplia, con todos los datos deberá llegarse a conclusiones sobre en qué medida estos sistemas son claves para la transparencia informativa y pluralismo en España. Además, también podrá hacerse un análisis comparado sobre la realidad de la transparencia y rendimiento de cuentas en España con la existente en otras tradiciones periodísticas europeas.

Si bien la difusión de los resultados parciales y los aspectos metodológicos relevantes se realizará a lo largo del proyecto, en la fase final se incluirá el grueso de la diseminación y divulgación de resultados a través de distintas vías, orientadas a la transferencia de conocimiento. Entre ellas, se incluye la celebración de un seminario abierto después del segundo panel de expertos, la publicación de artículos científicos y de un libro con los resultados de la investigación, la presentación de comunicaciones en congresos internacionales, la elaboración de artículos periodísticos y la organización de jornadas y conferencias. También se trabajará con las promotoras-observadoras del proyecto para asegurar la transferencia de los resultados a los principales actores de los sistemas de rendimiento de cuentas (consejos de la información, *ombudsman*, comités profesionales de las empresas periodísticas, miembros de asociaciones profesionales). Finalmente, se contempla la



posibilidad de crear la versión española del European Journalism Observatory www.ejo.ch. Los avances y los resultados de esta investigación también se difundirán a través de la página web del equipo www.eticaperiodistica.org.

6. REFERENCIAS

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

Alsius, Salvador (2010): *The Ethical Values of Journalists. Field research among media professionals in Catalonia*, Lexicon, Barcelona.

Alsius, Salvador; Salgado, Francesc (eds.) (2010): *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*, UOC, Barcelona.

Aznar, Hugo (1999A): *Ética y periodismo*, Paidós, Barcelona.

Aznar, Hugo (1999B): *Comunicación responsable*, Ariel, Barcelona.

Aznar, Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona.

Barroso, Porfirio (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación (Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas)*, Ediciones Paulinas/Verbo Divino, Madrid.

Bertrand, Claude-Jean (2000): *An arsenal for democracy: media accountability systems*, Hampton Press, Cresskill.

Brown, L. (1974): *The reluctant reformation. On criticizing the Press in America*, McKay, Nueva York.

Bryman, Alan (2012): *Social Research Methods*, 4a edición, OUP, Oxford.

Domingo, David; Heinonen, Ari (2008): "Weblogs and journalism. A typology to explore the blurring boundaries", *Nordicom Review*, Vol.29, Nº1 (3-15).

Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Lauk, Epp; Leppik-Bork, Tanja (eds.) (2011): *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*. Herbert Von Halem Verlag, Colonia.

Eberwein, Tobias (2010): "From "Woodburg to Blogville" – and black. Media Observation daily press and weblogs", en Eberwein, Tobias; Müller, Daniel (eds.): *Journalismus und Öffentlichkeit*, Verlag, Wiesbaden, 143-165.

Evers, H. (2010): *The news Ombudsman. Watch-dog or decoy?*, AMB, Diemen.

Fengler, Susanne (2008): "Media journalism and the power of blogging citizens", en Krogh, Torbjorn (ed.): *Media accountability Today... and tomorrow. Updating the concept in theory and practice*, Nordicom, Göteborg, 61-67.

García Avilés, José Alberto (1996): *Periodismo de calidad. Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*, Eunsa, Navarra.



Goodman, Leo A. (1961): "Snowball Sampling", *The Annals of Mathematical Statistics*, Vol. 32, Nº1 (148-170).

Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo (2004): *Comparing media systems. Three models of media and politics*, Cambridge University Press, Cambridge.

Jarren, Otfried; Vowe, Gerhard (1995): "The media-critical public as an agent of broadcasting policy? Analysis and assessment of the 'Weizsäcker Commission'", *Rundfunk und Fernsehen*, Nº1, (5-25).

Jones, Clement (1980): *Mass Media Codes of Ethics and Councils. A Comparative International Study on Professional Standards*, UNESCO, París.

King, Nigel; Horrocks, Christine (2010): *Interviews in Qualitative Research*, Sage Publications, Thousand Oaks, California.

Leppanen, Harry (1977): "Journalistien Kanaslliset ja Konsainvaliset Saannostot", tesis doctoral resumida en Bruun, Lars (1979): *Professional Codes in Journalism*, International Organization of Journalists, Praga.

Marzolf, Marion Tuttle (1991): *Civilizing Voices. American Press Criticism 1880-1950*, Longman, Nueva York.

McQuail, Dennis (1992): *Media performance: mass communication and the public interest*, Sage, Londres.

Nordenstreng, Kaarle; Hannikainen, Lauri (1984): *The Mass media Declaration of UNESCO*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey.

Pérez Fuentes, Juan Carlos (2004): *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao.

Pöttker, Horst; Starck, Kenneth (2003): "Criss-crossing Perspectives: Contrasting Models of Press Self-Regulation in Germany and the United States", en *Journalism Studies*, Vol. 4, Nº1, 47-64.

Puppis, Manuel (2009): *Organizations of media self-regulation. European Press councils in comparison*, Herbert von Halem, Colonia.

Rubin, Herbert J.; Rubin, Irene S. (2004): *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*, 2ª edición, Sage Publications, Thousand Oaks, California.

Ruiz Olabuénaga, José Ignacio; Aristegui, Iratxe; Melgosa, Leire (1998): *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*, Universidad de Deusto, Bilbao.

Starck, Kenneth (2010): "The news Ombudsman: viable or vanishing?", en Eberwein, Tobias; Müller, Daniel (eds.): *Journalismus und Öffentlichkeit*, Verlag, Wiesbaden.

Wiedemann, Carolin (1992): *Voluntary self-control of the press*, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.