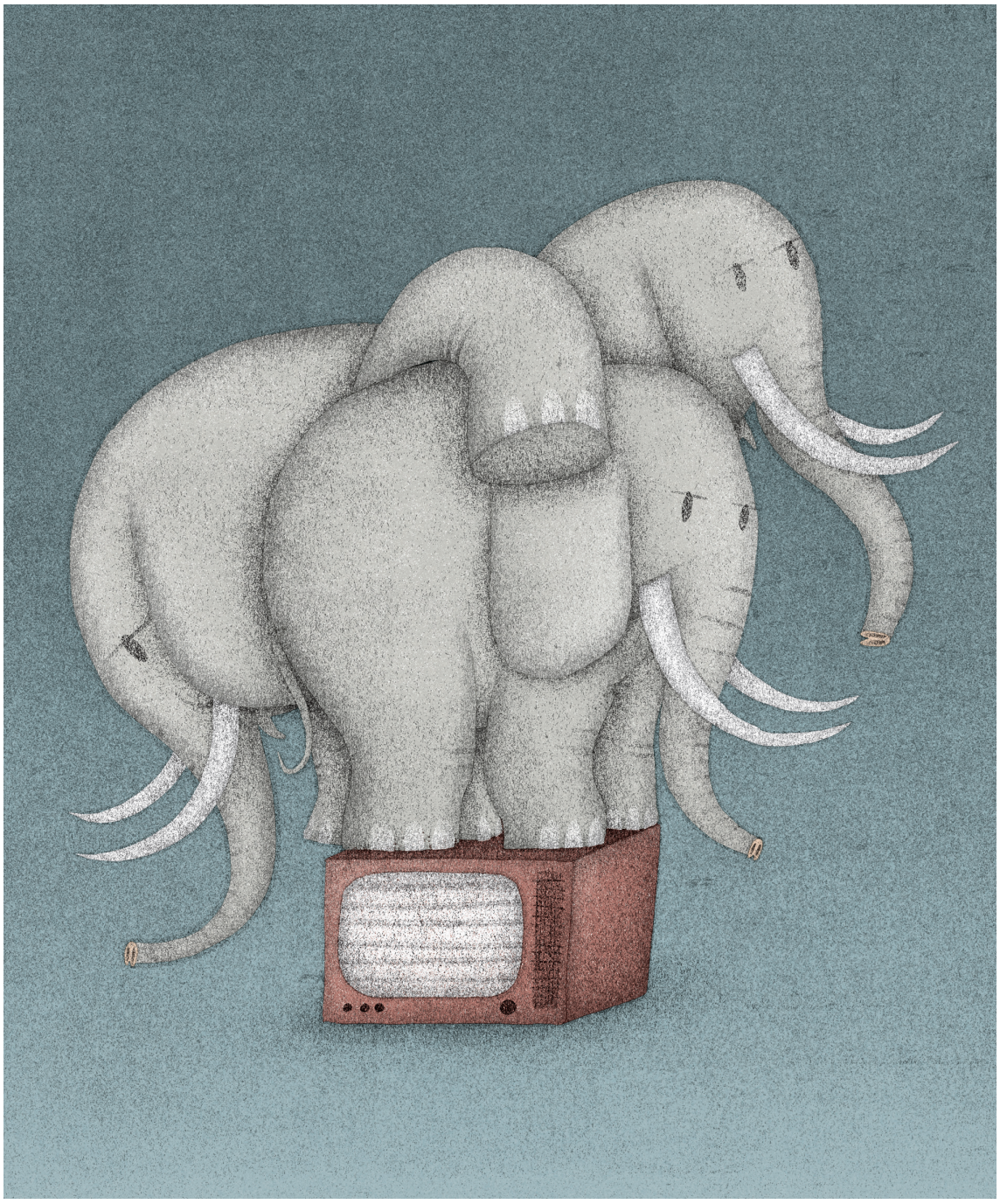
INFORME

Esporas de helechos y elefantes II

La responsabilidad de las televisiones públicas y privadas por la producción y emisión de contenidos

Por Javier Martín Cavanna, José Antonio Irisarri Núñez y Begoña Morales Blanco-Steger



fundación | Compromiso Empresarial

Índice

Introducción	3
Las televisiones públicas	5
La RC de las televisiones por la producción y emisión de contenidos	7
Las categorías relevantes en las televisiones	8
Los indicadores de medición en las televisiones	10
Análisis de las televisiones	12
Antena 3	12
Canal 7 Murcia	16
Canal Extremadura	19
Canal Sur	23
EITB	26
IB3	29
RTPA	32
RTVC	35
RTVE	38
TVG	42
RTVV	45
RTVCM	48
La Sexta	51
Telecinco	54
Telemadrid	57
TV3	60
Conclusiones y recomendaciones	64
Anexos	65

© Fundación Compromiso Empresarial. Junio 2012
La Fundación Compromiso Empresarial tiene como misión fortalecer la confianza de la sociedad en las instituciones impulsando el buen gobierno, la transparencia y la rendición de cuentas de sus actividades

Fundación Compromiso Empresarial
C/ Goya, 48, 1º izquierda
28001 Madrid
T: + 34 91 431 37 02. F: +34 91 575 61 64
www.fundacioncompromisoempresarial.com
info@fundacioncompromisoempresarial.com

Introducción

No son buenos tiempos para los medios de comunicación en general y para las televisiones de manera particular. La caída de los ingresos de publicidad, motivada por la crisis económica, la creciente fragmentación de la audiencia, debido a la mayor oferta de canales con la puesta en marcha de la TDT, y la aparición de nuevos formatos, especialmente Internet, han puesto en cuestión la viabilidad económica del modelo actual de las televisiones. Ante el recorte de ingresos, las televisiones privadas han reaccionado impulsando las fusiones: Mediaset, grupo propietario de Telecinco absorbió la Cuatro y el Grupo Planeta, propietario de Antena 3, está en negociaciones para hacer lo mismo con La Sexta. Más complicada resulta la situación de TVE y las televisiones públicas autonómicas. La crisis ha golpeado duramente un modelo que nunca fue económicamente viable y cuya justificación social, en aras de un supuesto servicio público, tampoco resulta totalmente convincente.

Pero, además de la viabilidad económica, lo que también se encuentra en riesgo es la propia naturaleza y principios de la producción y emisión de contenidos televisivos, pues en momentos de crisis existe una tendencia a considerar un lastre los valores éticos que sustentan la actividad periodística como la veracidad, la independencia, la pluralidad, la libertad de expresión, la protección de la infancia, etc. El riesgo de renunciar a esos valores y principios es compartido tanto por las televisiones públicas como por las privadas. Las televisiones privadas tienen más facilidad para dejarse seducir por los índices de audiencia que, en no pocas ocasiones, se erigen como los principales criterios en sus decisiones de producción y programación. La inflación de programas que atentan contra la intimidad de las personas, incitan el morbo, la curiosidad malsana o banalizan el dolor, es demasiado habitual para que ya alguien pueda escandalizarse. Las televisiones públicas que, en principio, parecían vacunadas contra la presión de la audiencia, al tener garantizada una financiación pública más dependiente de criterios políticos que comerciales, ya no van a seguir contando con esa protección. En una época de austeridad, en la que se recortan gastos en sanidad y educación, los 1.400 millones de euros que los trece entes públicos regionales gastaron durante el 2011 resultan difíciles de justificar. A la falta de ingresos, las televisiones públicas tienen que sumar las presiones políticas del gobierno de turno. Mantener la independencia de las televisiones regionales frente al poder político se ha convertido en un *desiderátum* de imposible cumplimiento.

El reto, en efecto, es conseguir una televisión de calidad y que sea rentable económicamente. No es sencillo, pero tampoco es imposible. El ejemplo de Antena 3 nos muestra que es perfectamente compatible mostrar una cuenta de resultados saneada y preocuparse por la responsabilidad de la producción y emisión de contenidos. En estos dos últimos años, desde la publicación del primer informe de *Esporas de helechos y elefantes*, el grupo Antena 3 ha dado un salto cualitativo importante. Buena prueba de ello es que sus políticas de responsabilidad corporativa en relación con la producción y emisión de contenidos se encuentran ya a la par que otros grandes grupos como BSkyB o ITV. Pero los resultados de este informe demuestran que el impulso de políticas que persigan elevar los estándares éticos de las empresas audiovisuales son también asumibles por las televisiones públicas, y para demostrarlo ahí están los resultados de TVE que se emparejan con los de Antena 3. Quizá esa

sea la primera conclusión de este informe: la naturaleza pública o privada no afecta el compromiso de las televisiones en favor de políticas que impulsen la responsabilidad corporativa de la producción y emisión de contenidos. El sector audiovisual español, público y privado, tiene dos referentes en los que mirarse, dos entidades que muestran una trayectoria y un compromiso que van en la buena dirección. Lo importante es no detenerse, siempre es posible afinar más. En efecto, en éste, como en otros campos, nos puede servir la recomendación de San Agustín: "Si dices basta, estás perdido".

Las televisiones públicas

Hablar de las televisiones públicas en España hasta el año de 1983 era hablar de TVE. En 1983 se aprueba la Ley del Tercer Canal de Televisión que autorizó al Gobierno para que tomase las medidas necesarias para la puesta en funcionamiento de un tercer canal de televisión de titularidad estatal y para otorgarlo, en régimen de concesión, en el ámbito territorial de cada comunidad autónoma, apoyándose en los Estatutos de Autonomía y el Estatuto de la Radio y la Televisión Española. En ese año se constituye la primera televisión autonómica, ETB, un año después nacerá TV3 (1983) y, en 1985, TVG, la televisión autonómica de Galicia. A partir de 1989, con la emisión de las televisiones privadas, el panorama español comienza a acercarse al de los países de la Unión Europa. Solo en ese año se constituyeron Telemadrid, Canal Sur y la Televisión Valenciana.

En todos los casos las televisiones autonómicas fueron constituidas como sociedades anónimas con capital exclusivamente público. Son gestionadas a través del ente público respectivo, que es una entidad con personalidad jurídica propia, regulada por su ley de creación. Los órganos del ente público son los siguientes:

- Un consejo de administración, cuyos miembros son elegidos por el parlamento autonómico siguiendo proporcionalmente las mayorías parlamentarias.
- Un director general, que es el órgano ejecutivo del ente, y que es nombrado por el Gobierno autonómico (salvo en el País Vasco, donde lo nombra el Parlamento).
- Las sociedades gestoras (la televisión y la radio autonómicas).
- Un consejo asesor.

En cuanto al sistema de financiación, por lo que se refiere a las radiotelevisiones autonómicas, la ley prevé, además de la sujeción de los presupuestos a la normativa general presupuestaria, que "la financiación del funcionamiento efectivo del tercer canal de televisión se hará mediante subvenciones consignadas en los presupuestos de las comunidades autónomas, la comercialización y venta de sus productos y la participación en el mercado de la publicidad".

Este régimen mixto de financiación no ofrecía problemas mientras las televisiones vivían en una situación de oligopolio, pero con la aparición de las televisiones privadas esta situación es más compleja de justificar. Además, la actual crisis económica, que ha causado una reducción de ingresos privados y una presión inminente por la reducción de la subvención pública, ha puesto todavía más en cuestión la viabilidad económica de las televisiones públicas y su hipotético servicio público.

Los partidarios de las televisiones autonómicas alegan en su favor que estas cumplen un importante servicio público satisfaciendo las demandas de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad; difundiendo su identidad cultural; promoviendo el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales y garantizando el acceso al medio de todos los grupos sociales significativos.

En esta línea, un reciente estudio de Accenture, (*Informe sobre el papel de la televisión pública autonómica en España, Accenture-Forta, 2012*) mostraba, además de los fines anteriores, otros beneficios indirectos generados por las televisiones autonómicas, entre los que destacaba:

- Ser un motor de la industria audiovisual y la innovación: las televisiones autonómicas contribuyen significativamente a la industria audiovisual española, que censa 600 productoras

audiovisuales que facturan más de 200 millones de euros y dan trabajo a casi 13.000 empleados. De estas 600, 189 corresponden a productoras de televisión, una cifra que se ha incrementado un 40% en los últimos ocho años.

- Ser un modelo de financiación mixto cada vez más eficiente: las subvenciones recibidas y el coste por habitante, respecto al PIB, están por debajo de la media de las televisiones europeas. El coste por habitante/año que le supone a un español la televisión pública autonómica es de 30,6 euros. Si comparamos dicho coste por habitante con el de televisiones europeas de características similares, de 42,4 euros de media, el coste por habitante de las televisiones públicas autonómicas en España es sensiblemente menor que en Europa.

Ahora bien, sin despreciar los teóricos beneficios que las televisiones autonómicas prestan a la sociedad y sin menospreciar su vocación de servicio público, es preciso recordar que la primera responsabilidad de una televisión, sea pública o privada, no es servir de motor a la industria audiovisual ni difundir una determinada identidad cultural, sino informar y entretener a su audiencia cumpliendo los estándares éticos de la profesión periodística. Eso solo es posible hacerlo si por parte del órgano de gobierno correspondiente se impulsan y desarrollan un conjunto de políticas y procesos internos que ayuden a proteger valores y principios como la independencia, la veracidad, la libertad de expresión, la protección de la infancia y el respeto de los derechos fundamentales de las personas, etc. Como señalábamos en nuestro primer informe *Esporas de helechos y elefantes:* "Resulta alarmante la falta de interés que los editores de los grupos de comunicación prestan al conjunto de políticas organizativas dirigidas a salvaguardar la independencia y credibilidad de sus medios. De igual modo que una empresa petrolífera debe desarrollar mecanismos para minimizar los riesgos de un posible vertido (a la vista tenemos las consecuencias para la reputación de BP del escape producido en una de sus plataformas del golfo de México) o una empresa textil debe supervisar las condiciones laborales de sus proveedores en el tercer mundo, una empresa de comunicación debe elaborar un mapa de riesgos para identificar las principales amenazas a su credibilidad, teniendo en cuenta que la credibilidad no es un valor que haya que dar por supuesto o que se apoye en una simple declaración retórica".

Salvaguardar los principios y valores exige identificar los riesgos en los procesos de negocios y elaborar un plan director de procesos y mejoras que se concrete en programas, procedimientos y políticas incorporados a la operativa de la compañía. Pero la responsabilidad no termina en el proceso de identificar los posibles riesgos y desarrollar las salvaguardas. Una vez cumplido esta labor es necesario comunicar esos compromisos a los principales grupos de interés. No puede ser que quienes reclaman rendir cuentas a diestra y siniestra constituyan uno de los sectores más opacos y herméticos de la sociedad.

La RC de las TV por la producción y emisión de contenidos

Como señalamos en nuestro primer *Esporas de Helechos y elefantes. I. Las televisiones privadas; marzo 2010*, "la influencia más crítica que tienen los medios de comunicación les viene por los mensajes e imágenes que comunican al público. Los *medios* conforman la opinión pública y ayudan a fijar los términos del debate: ellos deciden qué leemos, qué escuchamos y qué vemos y, conjuntamente con las empresas anunciantes, también ejercen una fuerte influencia en las decisiones que tomamos, los productos que compramos y las cuestiones que nos planteamos. El impacto de los medios –como acertadamente señala el informe *Through the Looking Glass*, elaborado por la consultora Sustainability–, no es medioambiental sino psicológico e intelectual".

En aquel primer informe basamos nuestra metodología en los estudios sobre responsabilidad corporativa de los medios de comunicación más conocidos, como:

- "Good News & Bad. The Media, Corporate Social Responsibility and Sustainability development"; SustainAbility Ltd, United Nations Enviroment Program and Ketchum.
- "KPMG and the media CSR forum" .
- "Through the looking Glass", SustainAbility Ltd and WWF-UK.
- "Living our values", The Guardian.
- Directrices editoriales de la BBC.
- "La RC y la Televisión Comercial"; 2008, Universidad de Alcalá, Telecinco y Responsables consulting.
- "CR and the Media"; Doughty Centre, Cranfield University.

También llevamos a cabo un estudio de las mejores prácticas empresariales de las compañías referentes del sector de los medios audiovisuales en RC, analizando la información pública de estas compañías en la Web y, especialmente sus memorias de sostenibilidad o responsabilidad corporativa. Entre las prácticas analizadas incluimos las de los siguientes grupos empresariales: Guardian Media Group, BBC, The Walt Disney Co, Time Warner, ITVplc y BskyB.

Es importante destacar que en abril de 2010 entró en vigor la Ley General de Comunicación Audiovisual que recoge algunos de los aspectos que se incluían entre las categorías de análisis e indicadores del primer informe *Esporas de helechos y elefantes*. Lo más relevante es la inclusión de aspectos relacionados con la protección del menor (Art. 7. "Los derechos del menor"), que ahora pasan a tener obligación legal, y la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (Título V de la ley) con facultades para exigir la aplicación de los derechos y obligaciones establecidos en la ley y, en su caso, imponer sanciones. No obstante, pese a la relevancia que ha tenido en los medios la aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual, no hay que esperar mucho de la misma. La creación de un Consejo Estatal sin asignación presupuestaria es una prueba de la falta de voluntad política por dotar a este organismo de las capacidades y recursos necesarios para hacer cumplir la ley.

Las categorías relevantes en las televisiones

A continuación definimos las categorías y aspectos por los que hemos llevado a cabo la valoración de la responsabilidad corporativa de las televisiones.

1 Contenidos. Esta categoría incluye aquellos aspectos relacionados con el tipo de contenidos que emite la compañía, con el modelo con el que los produce y con el tratamiento que da a determinados temas "sensibles". En esta categoría trataremos el contenido en sí mismo, con independencia del público al que vaya dirigido y del horario de emisión. Haremos especial hincapié en los *Contenidos de riesgo* que, según sean tratados, pueden herir la sensibilidad del telespectador. Así, un medio que quisiera manifestar su comportamiento responsable debería fijar con detalle su posición sobre contenidos relacionados con: violencia, discriminación, sexo y pornografía, alcohol, droga y culto a la delgadez, lenguaje soez o que cause ofensa, contenidos que violan el derecho al honor, la intimidad y la privacidad de las personas, y religión.

El último aspecto relacionado con contenidos se refiere a aquellos **contenidos que respondan a sensibilidades sociales** y que den respuesta otros retos sociales de interés público, como la protección del medio ambiente, la promoción de hábitos saludables de consumo, la defensa de los derechos humanos, etc.

2 Producción de contenidos informativos . Desde el punto de vista de la producción de contenidos, debemos separar la producción de contenidos destinados al entretenimiento y la producción de contenidos destinados a los informativos. En el primer caso, el comportamiento responsable se determinaría por la extensión de los criterios, normas y códigos de conducta del medio, en todo lo relacionado con contenidos, a las productoras con las que colabora. En el caso de la **producción de contenidos informativos** es el propio medio el responsable directo de la producción y por ello debe asegurar su compromiso con tres aspectos relevantes:

Asegurar la **veracidad de la información** es una responsabilidad inherente a la profesión periodística. Veracidad es un término que puede inducir a subjetividad, por lo que, en nuestro objetivo de promover conductas responsables, proponemos asociar el término a los conceptos de exactitud y precisión. En este sentido, una compañía que asuma su responsabilidad con la "información veraz", tendrá un código de conducta que determine el modo en que sus profesionales obtienen la información, la contrastan y la presentan. Asimismo, deberá hacer públicos los datos relacionados con las quejas y denuncias por este motivo.

Asegurar la libertad de expresión significa asegurar que los profesionales tienen la capacidad de obtener la información, contrastarla y divulgarla sin interferencias del gobierno de la compañía, ni de los poderes públicos.

Asegurar la **independencia de los profesionales** en el ejercicio de su profesión. En esta área se incluyen cuestiones como los criterios sobre aceptación de regalos, colaboraciones con terceros, afiliaciones políticas para garantizar la independencia e imparcialidad a la hora de informar.

3 Protección de la infancia y la adolescencia. La declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y adolescencia es el primer paso que debe dar un medio que tenga una apuesta firme por la responsabilidad corporativa. El requisito mínimo

para asegurar este compromiso es el cumplimiento de la regulación y del código de autorregulación, cuyos principios se fundamentan en la propia Constitución. En esta categoría analizaremos, además, dos aspectos relacionados con los mecanismos de ayuda a los padres y educadores para asegurar un adecuado uso de los medios. Estas herramientas se refieren a:

- Sistemas de clasificación, etiquetado y control que aseguren la correcta clasificación de los contenidos según rangos de edad y su etiquetado, para que la audiencia conozca cómo está clasificado cada contenido. Los sistemas de control permiten filtrar el acceso a contenidos según criterios de tipo de contenido, hora o canal. Este aspecto es de especial importancia en los medios digitales, que todavía no tienen una regulación específica.
- **Acciones de "alfabetización mediática"** (*media literacy*) en materia de comunicación para que se produzca una adecuada integración de los *mass media* en la vida de los niños. Existe un amplio consenso en atribuir la responsabilidad de esta formación a la familia y especialmente a la escuela, debido a las limitaciones de muchos padres y madres en este campo. También existe consenso sobre el papel que deben asumir los medios en el apoyo a padres y educadores en la labor de alfabetizar a los alumnos para descodificar los mensajes emitidos por los medios de comunicación.

4 Publicidad responsable. La publicidad es un sector regulado y autorregulado, pero sobre el que los medios deben asumir una mayor responsabilidad. Al igual que en el caso de la regulación para la protección de la infancia, es importante resaltar que el estándar mínimo, para asegurar un comportamiento responsable, es el cumplimiento de la regulación vigente. En este sentido analizaremos la *Publicidad sobre contenidos de riesgo*, este aspecto define la posición específica de la compañía sobre la no emisión de publicidad sobre determinados productos. La estrategia de RC de una compañía debe ser transversal al negocio, por lo que si, por ejemplo, su propósito es prevenir la obesidad, debería acordar no emitir publicidad sobre la denominada "comida basura".

5 Relación con audiencias. La relación con los grupos de interés y el establecimiento de canales bidireccionales que aseguren una comunicación transparente, son aspectos básicos para cualquier compañía que quiera asegurar un comportamiento responsable. En el caso de los medios de comunicación esto se refleja en el establecimiento de **canales específicos con las audiencias**, con el objetivo de garantizar que tienen la posibilidad de hacer llegar en cada momento sus quejas y demandas. Estos canales son diversos: teléfono, buzón en la web, figura organizativa específica, defensor del lector, etc. Por otra parte, las encuestas periódicas de satisfacción y análisis de audiencias permitirán al medio **adecuar la programación a las expectativas** de la audiencia.

6 Gobierno y transparencia. Esta categoría analiza las herramientas y mecanismos que debe incorporar una compañía que pretenda asegurar su comportamiento según estándares de RC. Estas herramientas incluyen aspectos organizativos, como órganos de gobierno y control, así como códigos y estándares de conducta que guíen el comportamiento de los profesionales de la compañía. En el caso de los medios audiovisuales los estándares de conducta deben extenderse con el mismo nivel de exigencia a las productoras. Por ello deberían establecer códigos de conducta con orientaciones que guíen el comportamiento de las compañías que desarrollan contenidos y que forman parte de la cadena de valor del medio.

Los indicadores de medición en las televisiones

Teniendo en cuenta las categorías relevantes de los grupos audiovisuales descritas en el capítulo anterior, se pueden fijar los siguientes indicadores de medición.

CATEGORÍAS/ASPECTOS	INDICADORES
Contenidos	
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita de tratamiento del respeto al honor y a la intimidad .
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. • Programas o acciones concretas sobre este tipo de contenidos.
Proceso de producción de contenidos de los informativos	
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen y protejan la libertad de expresión a los profesionales del medio.
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).
Protección de infancia y adolescencia	
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.
Publicidad responsable	
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.

CATEGORÍAS/ASPECTOS	INDICADORES
Relación con grupos de interés	
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Datos sobre la efectividad de los canales.
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía. • Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.
Gobierno y transparencia	
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y los códigos deontológicos. • Existencia de planes y objetivos anuales de RC. • Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales. • La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos y principios de la cadena. • Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.

Análisis de las televisiones

Antena 3. El Grupo Antena 3 es el principal grupo español de comunicación. Opera, entre otros, en los mercados de la televisión en abierto y en la radio comercial. Antena 3 cotiza en Bolsa desde el 29 de octubre del año 2003. Se constituyó como compañía en 1988, consiguiendo la adjudicación de una de las primeras tres licencias de televisión privada licitadas en España. La cadena se convirtió en la primera oferta privada de televisión del mercado español.

Según expone en su memoria: "El Grupo Antena 3 ha asumido el compromiso y la responsabilidad de poner al servicio de la sociedad la capacidad de difusión de sus medios de comunicación, incidiendo en un tratamiento responsable de los contenidos y las comunicaciones comerciales, así como en la accesibilidad y la transparencia. La imparcialidad, la libertad de expresión, la pluralidad y la protección a los grupos más vulnerables son también principios que guían la actividad del grupo". Los principales documentos que presenta Antena 3 en su apartado de responsabilidad corporativa son: el informe anual y de responsabilidad corporativa 2010, el código deontológico de los servicios informativos y el código de conducta. Todos ellos pueden consultarse en: http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/responsabilidad-informes/es.

Publica políticas en relación a los aspectos de responsabilidad corporativa ligados a la producción y emisión de contenidos: Política de Publicidad Responsable, Política de Responsabilidad Corporativa, Política de Compromiso social. Todas ellas pueden consultarse en: http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/responsabilidad-politicas/es.

Hace referencia a las leyes que aplican a la cadena en el ámbito general: ley general audiovisual, y en publicidad: ley general de la publicidad; así como a los principales códigos de autorregulación: código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y código FEBE de autorregulación publicitaria.

www.antena3.com

Antena 3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No especifica qué entiende por contenidos de riesgo, más allá de los establecidos en la LGA para la protección de menores.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• Código deontológico de a3.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• Informe anual y de RC. Cap 2.8.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Informe anual y de RC. Cap 2.8.	●

Antena 3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Política de responsabilidad corporativa. • No detallan información.	● ●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Política de responsabilidad corporativa. • No detallan información.	● ●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• Política de responsabilidad corporativa. • Código de conducta; cuyo cumplimiento se controla a través del Comité de Cumplimiento Normativo (CCN).	● ●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Informe anual y de RC. Pág. 63.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• Informe anual y de RC. Anexo-3. Control y gestión de riesgos. • Informe anual. Punto 1.12. Cumplimiento regulatorio.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• Informe anual. 2.10. Protección a la infancia.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• Web. Proyecto Mañana, dirigido a estudiantes universitarios; Visitas a colegios.	●

Antena 3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• Informe anual y de RC. 5.7 Política de publicidad responsable.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• Informe anual y de RC. 5.7.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• Informe anual y de RC. 5.7.	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita. del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• Política de publicidad responsable.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• Informe anual y de RC. 1.12; 6.1.4.	●
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• Informe anual y de RC. 1.12. Cumplimiento regulatorio.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• Hacen referencia al informe GECA. • Los estudios propios no los hacen públicos por ser información estratégica.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• Informe anual y de RC. Cap. 6. La visión estratégica de la RC.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• Informe anual y de RC. Cap. 6.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• La visión estratégica de la RC. Informe anual y de RC. Cap. 6. La visión estratégica de la RC.	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• La memoria está verificada por AENOR.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• Los compromisos de RC están detallados en los códigos de conducta y deontológico, que actualmente no están vinculados con la memoria.	●

Antena 3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• Código de conducta y un código deontológico.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• Los códigos se han publicitado interna y externamente .	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• Informe anual y de RC. 1.11. Gestión responsable de proveedores.	●

Canal 7 Murcia. La Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) es una entidad de Derecho público cuya misión es gestionar los servicios públicos de radio y de televisión en el ámbito de la Región de Murcia. Actualmente dispone del Canal 7 Murcia y una estación de radio. El Canal 7 Murcia es un canal público generalista que tiene como objetivo ser una televisión de servicio público atendiendo a las señas de identidad de la Región de Murcia, de sus ciudadanos, de sus costumbres, de sus pueblos y de sus valores más esenciales, además de a sus necesidades informativas y otras finalidades de carácter social y cultural. La RTRM no tiene más principios y directrices sobre RC por la producción y emisión de contenidos que los recogidos en el artículo 2 de la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la Empresa Pública Regional Radiotelevisión de la Región de Murcia.

www.7rm.es

Canal 7 Murcia			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explicita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• No detallan información.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la empresa de Radiotelevisión de la Región de Murcia (Art. 2).	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Ley 9/2004, de 29 de diciembre de creación de la empresa de Radiotelevisión de la Región de Murcia (Art. 2).	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información.	●

Canal 7			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• No detallan información.	🔴
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	🔴
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la empresa de Radiotelevisión de la Región de Murcia (Art. 2).	🔵
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	🔴
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	🔴
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	🔴
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• No detallan información.	🔴
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	🔴
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía	• No detallan información.	🔴
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	🔴

Canal 7			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

Canal Extremadura. Canal Extremadura es una entidad de Derecho público cuya misión es gestionar los servicios públicos de radio y de televisión en el ámbito de Extremadura. Nace con la Ley 4/2000, de 16 de noviembre, de creación de la Empresa Pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales , que le otorga la misión de facilitar la participación de todos los extremeños en la vida política, económica, cultural y social de Extremadura, así como servir de cauce para potenciar las peculiaridades del pueblo extremeño y el afianzamiento de la identidad extremeña, a través de la difusión, conocimiento y desarrollo de los valores históricos y culturales en toda su variedad y riqueza.

El capítulo 1 de la ley de creación explicita: "La actividad de los medios de comunicación social de la Junta de Extremadura, objeto de la presente ley, se inspirará en los principios siguientes:

- El respeto y defensa de los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía de Extremadura y de los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- El respeto al pluralismo político, social, cultural, religioso; el fomento de los valores de igualdad y la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier otra circunstancia personal o social.
- La protección de la juventud y de la infancia.
- El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- La promoción de los valores históricos, culturales y educativos del pueblo extremeño en toda su riqueza y variedad.
- La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y la libre expresión de las mismas".

www.canalextremadura.es

Canal Extremadura			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●

Canal Extremadura			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Ley de creación. Cap. 1. • No detallan información.	● ●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Ley de creación. Cap. 1. • No detallan información.	● ●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• Ley de creación. Cap. 1. • No detallan información.	● ●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica. • Número de quejas y demandas recibidas provocadas por este aspecto.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●

Canal Extremadura			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• No detallan información.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• No detallan información.	●
	• Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• No detallan información.	●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Existencia de un mecanismo transparente e imparcial de verificación del cumplimiento de los compromisos de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●

Canal Extremadura			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras	• No detallan información.	●

Canal Sur. La Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), líder en el actual mercado audiovisual del sur de España, es una Agencia Pública Empresarial perteneciente a la Junta de Andalucía. Empieza su andadura entre finales de 1988, con el comienzo de las emisiones de Canal Sur Radio, y el 28 de febrero de 1989, con la aparición en antena de Canal Sur Televisión, la primera oferta televisiva terrestre del grupo. Su programación es de tipo generalista; en ella se intercalan informativos, programas de entretenimiento y de servicio público dirigidos a todos los segmentos de población. La emisión (24 horas diarias) se circunscribe al territorio andaluz, si bien puede ser seguida desde los territorios vecinos. Es la única emisión de televisión terrestre que puede recibirse en estéreo en la comunidad andaluza. Los principios y políticas de Canal Sur sobre producción y emisión de contenidos están recogidos principalmente en tres documentos: el Libro de Estilo Cana Sur Televisión, el Código de Conducta Comercial de rtva y la Memoria Anual del Defensor de la Audiencia de rtva. rtva no tiene una política específica sobre RC, ni publica una Memoria de RC.

Canal Sur			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• Libro de Estilo, capítulo 9, bajo el epígrafe "Asuntos comprometidos".	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• Libro de Estilo se hace referencia a la protección de la privacidad (cfr. 2.5.6).	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• No detallan información.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Libro de Estilo 1. Normas básicas.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Libro de Estilo 2. Valores periodísticos.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Libro de Estilo 1. Normas básicas.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Libro de Estilo 2. Valores periodísticos.	●

Canal Sur			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• Libro de Estilo 1. Normas básicas. • Libro de Estilo. 2. Valores periodísticos.	● ●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Libro de Estilo 9.4. Menores de edad.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• Tiene un portal (educación.tv) que desarrolla contenidos para la comunidad educativa.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• Código de Conducta Comercial, Sección II,1. • Código de Conducta Comercial, Sección VIII. • No detalla información.	● ● ●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• Código de Conducta Comercial, Sección III.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Datos sobre la efectividad de los canales.	• Existe la figura del Defensor del Oyente y del Espectador cuya función es "atender a las quejas y sugerencias de las personas usuarias sobre los contenidos de la programación". • Informe del defensor de la audiencia con datos sobre el número y tipo de quejas recibidas.	● ●

Canal Sur			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.		
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

Grupo EITB. El grupo EITB es el primer grupo de comunicación de Euskadi con cuatro cadenas de televisión y cinco emisoras de radio que conecta diariamente con más de un millón de ciudadanos, a quienes ofrece, principalmente, información cercana y entretenimiento. El Grupo EITB publica una memoria de RSC. La memoria actual, correspondiente a los años 2009-2010, contiene las principales políticas y criterios relacionados con la RC. Sigue los contenidos recomendados por el GRI y se encuentra verificada por AENOR. Dedica poca atención a la producción y emisión de contenidos. El grupo se ha comprometido a publicar una memoria de RSC cada dos años.

www.eitb.com

EITB			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• Memoria RSC (promocionar de la imagen y cultura del País Vasco y la sensibilización de las familias con familiares con una enfermedad sin curación).	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Maratón solidario I love my heart e iniciativa Vivir es convivir en favor de los derechos humanos, la atención a las víctimas y la paz.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información.	●

EITB			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Firma del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• En la Memoria mencionan que las autoridades no han aplicado a ETB ninguna advertencia por el incumplimiento de esta norma.	●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• Preámbulo del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia sobre las nuevas normas de clasificación de programas, etc.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• Declaración de adhesión al Código de autorregulación y certificación de adhesión por autocontrol.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimiento.	• No detallan información.	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés.			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• No detallan información.	●
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	●

EITB			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Quejas y demandas (Publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	🔴
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	🔴
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	🔴
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• La Memoria de RSC (Anexo A) menciona el nombramiento de un coordinador de la RC.	🔵
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• La Memoria de RSC concreta dimensiones y objetivos.	🔵
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No se detalla la participación del consejo de administración.	🔴
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• La Memoria de RSC está verificada por AENOR.	🔵
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	🔴
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	🔴
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	🔴
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	🔴

IB3. El Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares (EPRTIB) es el titular del canal autonómico público IB3 Televisión, un canal generalista que tiene como objetivo ser una televisión de servicio público que refuerce las señas de identidad de las Islas Baleares, atendiendo a su necesidades informativas además de otras finalidades de carácter social y cultural. IB3 comenzó a emitir en el año 2005. EPRTIB no ha desarrollado ningunas políticas o criterios sobre responsabilidad corporativa por la producción y emisión de contenidos que vayan más allá de los principios recogidos en la Ley 15/2010 de 22 de diciembre de creación del EPRTIB.

ib3noticies.com

IB3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• Ley 15/2010, de 22 de diciembre, de creación del Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares y Plan de actividades del Ente Público. Principios Generales de Programación (Cap. I).	
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Ley 15/2010, de 22 de diciembre, de creación del Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares y Plan de actividades del Ente Público. Principios Generales de Programación (Cap. I).	
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Ley 15/2010, de 22 de diciembre, de creación del Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares y Plan de actividades del Ente Público. Principios Generales de Programación (Cap. I).	
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información .	

IB3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• Ley 15/2010, de 22 de diciembre, de creación del Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información .	●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplican.	• No detallan información.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• No detallan información.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• No detallan información.	●
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●

IB3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información .	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

RTPA (Radio Televisión del Principado de Asturias). La Ley de Medios de Comunicación Social del Principado de Asturias (LMCSPA) regula las características y funciones de los órganos del Ente, su régimen económico-administrativo, principios, formas de gestión y los controles a los que queda sometida su actuación (Ley del Principado de Asturias 2/2003, de 17 de marzo, de Medios de Comunicación Social). No desarrolla ningún documento sobre la aplicación de la misma.

www.rtpa.es

RTPA			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	🔴
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• LMCSPA, Artículo 3.	🔵
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información. • No detallan información.	🔴 🔴
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• LMCSPA, Artículo 3. • No detallan información.	🔵 🔴
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• LMCSPA, Artículo 3. • No detallan información.	🔵 🔴
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia. de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.)	• LMCSPA, Artículo 3. • No detallan información.	🔵 🔴

RTPA			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• LMCSPA, Artículo 3.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica. • Número de quejas y demandas recibidas provocadas por este aspecto.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información. • No detallan información.	● ● ●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía. • Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●

RTPA			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del Consejo de Administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Existencia de un mecanismo transparente e imparcial de verificación del cumplimiento de los compromisos de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

RTVC (Canarias). Solo incluye una declaración de intenciones en la ley por la que se creó y a la que se refieren como principios para su programación (Ley 8/1984 de 11 de diciembre, de Radioteledifusión y Televisión en la Comunidad Autónoma de Canarias), pero no desarrolla ningún documento sobre la aplicación de la misma. En su página web habla de la Oficina del Espectador, afirmando que es un servicio creado por la Dirección de Gabinete, Comunicación y Marketing de la cadena para atender las quejas y sugerencias de los espectadores sobre el contenido de la programación que emite RTVC en sus diferentes canales, y añade una dirección de correo electrónico para dirigirse a la RTVC.

www.rtvc.es

RTVC			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	🔴
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	🔴
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• No detallan información.	🔴
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	🔴
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Ley de creación de RTCV, art. 3, b.	🔵
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	🔴
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Ley de creación de RTCV, art. 3, b.	🔵
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información.	🔴
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• Ley de creación de RTCV, art. 3, a.	🔵
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	🔴

RTVC			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información.	🔴
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	🔴 🔴
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica. • Número de quejas y demandas recibidas provocadas por este aspecto.	• No detallan información. • No detallan información.	🔴 🔴
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	🔴
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información. • No detallan información.	🔴 🔴 🔴
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	🔴
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• Tiene la Oficina del Espectador. • No detallan información.	🔵 🔴
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía. • Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información. • No detallan información.	🔴 🔴
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	🔴

RTVC			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Existencia de un mecanismo transparente e imparcial de verificación del cumplimiento de los compromisos de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

RTVE. Radio Televisión Española (RTVE) es una corporación que pertenece a todos los españoles y que está al servicio de los intereses públicos de los espectadores y oyentes. La principal razón de ser de RTVE es el derecho de todos los ciudadanos a disponer de una información veraz e independiente. Además, el acceso gratuito al disfrute de un ocio enriquecedor en el ámbito doméstico es un derecho de los ciudadanos, que reclaman de los medios públicos programas y espacios entretenidos, dignos y estimuladores de una visión crítica y participativa. Satisfacer esos derechos de los españoles es una obligación de los profesionales de RTVE.

Desarrolla todos los aspectos relacionados con este informe en el Manual de Estilo: http://manualdeestilo.rtve.es. El manual de estilo hace referencia a los requisitos normativos que además regulan el comportamiento de RTVE:

> "En este Manual de estilo de la corporación RTVE subyacen tanto los preceptos que constituyen el marco legal de RTVE como los planteamientos nucleares de los Principios Básicos de Programación, el Estatuto de Información de la Corporación RTVE, el Estatuto del Defensor del Espectador, Oyente y Usuario de Medios Interactivos, las Directrices Básicas y Reglamento del Derecho de Acceso a RTVE y el Código de Autorregulación para la Defensa de los Derechos del Menor en los Contenidos Audiovisuales, Conexos, Interactivos y de Información, documentos todos ellos aprobados por el Ccnsejo de administración de RTVE. Sin embargo, es imprescindible advertir que el presente documento no es un compendio ni exime de la obligación de conocer y acatar cuantas obligaciones se derivan de los textos legales vigentes".

Incluye en su web una web específica de la defensora de la audiencia: http://www.rtve.es/defensora/

Tienen un programa específico para responder a las quejas (RTVE Responde) de la audiencia el primer sábado de cada mes a las 20.00 horas en la 2.

www.rtve.es

RTVE			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• Manual de estilo. Cap. 5. Cuestiones sensibles.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• Manual de estilo. Cap.1.1. La información en RTVE.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. • Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Manual de estilo. Cap. 5. Cuestiones sensibles. • Manual de estilo. Cap. 5. Cuestiones sensibles.	● ●

RTVE			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Manual de estilo. Portada.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Manual de estilo. Cap. 1.1. La información en RTVE. Cap 1.1.4. Fuentes informativas y credibilidad.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Manual de estilo. Cap. 1.1. La información en RTVE.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Manual de estilo. Cap. 1.1. La información en RTVE.	●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• Manual de estilo. Cap. 1.1. La información en RTVE.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.)	• Manual de estilo. Cap. 1.1. La información en RTVE.	●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Manual de estilo. Cap. 5.2. Cuestiones sensibles relativas a infancia y adolescencia.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• Manual de estilo. Cap. 5.2. Cuestiones sensibles relativas a infancia y adolescencia. Remiten a la web del código de autorregulación en la que están publicados.	●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• Manual de estilo. 5.2.4. Normas para la emisión de contenidos.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●

RTVE			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No aplica a tve.	
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No aplica a tve.	
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con grupos de interés	• Descripción de los canales establecidos para cada grupo. • Datos sobre la efectividad de cada canal.	• Tiene la figura del Defensor de la Audiencia. • En la web del defensor publican otros canales y su efectividad.	● ●
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• Web del defensor. • Web del defensor.	● ●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía. • Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• Web del defensor. • Web del defensor.	● ●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• Web del defensor.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos. • Existencia de planes y objetivos anuales de RC. • Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• El Estatuto de Información de RTVE . • No detallan información. • No detallan información.	● ● ●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales. • La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●

RTVE			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• Manual de estilo.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• Divulgación del manual de estilo.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

TVG (Televisión de Galicia). La Compañía de Radio y Televisión de Galicia (CRTVG) fue fundada en 1985. La Ley 9/1984, de 11 de julio, de creación de la Compañía de la Radio-Televisión de Galicia (LCRTVG), en la que incluyen los principios de programación, el derecho a la rectificación y su adhesión al Código de Autorregulación sobre TV e Infancia.

El 26 de octubre 2010 se aprobaron unas recomendaciones del consejo de administración de CRTVG en el tratamiento de la información *La violencia contra la mujer*, en el que se recogen de manera sucinta cómo debe ser tratado el tema en todas las cadenas de la RTVG.

También se adhieren a las normas del CERMI de Galicia (Comité de Representantes de Instituciones de Personas con Discapacidad), cuya función es representar y defender a las personas con discapacidad, sobre el tratamiento de las informaciones o apariciones de discapacitados en los medios de comunicación.

wwwcrtvg.es

TVG			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	🔴
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• Artículo 16 de la LCRTVG.	🔵
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. • Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Recomendaciones aprobadas por el consejo de administración sobre el maltrato a mujeres. • Adhesión al CERMI para el trato de personas discapacitadas en sus contenidos.	🔵
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Artículo 16 de la LCRTVG . • No detallan información.	🔵 🔴
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Artículo 16 de la LCRTVG . • No detallan información.	🔵 🔴

TVG			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• Artículo 16 de la LCRTVG.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Artículo 16 de la LCRTVG.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• Declaran su adhesión al Código de Autorregulación sobre TV e Infancia.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	●
	• Número de quejas y demandas recibidas provocadas por este aspecto.	• No detallan información.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• No detallan información.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias	• No detallan información.	●
	• Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• No detallan información.	●
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●

TVG			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	Participación del Consejo de Administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Existencia de un mecanismo transparente e imparcial de verificación del cumplimiento de los compromisos de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

RTVV (Valencia). Canal autonómico público generalista que tiene como objetivo ser una televisión de servicio público que refuerce las señas de identidad de la comunidad valenciana, atendiendo a su necesidades informativas además de otras finalidades de carácter social y cultural. La publicidad queda regulada por las *Normas básicas de publicidad de RTVV aprobadas por el Consejo de Adminitración el 24 de marzo de 2003.*

www.rtvv.es

RTVV			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• No detallan información.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• No detallan información .	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información .	●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información .	●

RTVV			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información .	🔴
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información .	🔴
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	🔴
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• Catálogo de contenidos educativos.	🔵
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• Normas básicas de publicidad. Título I.	🔵
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• Normas básicas de publicidad. Título III.	🔵
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• Normas básicas de publicidad. Título I.	🔵
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• No detallan información .	🔴
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	🔴
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	🔴
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	🔴
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información .	🔴

RTVV			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información .	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

Televisión Castilla La Mancha. Canal autonómico público generalista que tiene como objetivo ser una televisión de servicio público que refuerce las señas de identidad de la comunidad de Castilla la Mancha, atendiendo a su necesidades informativas además de otras finalidades de carácter social y cultural.

La información pública corporativa de RTVCM se encuentra en la web http://www.rtvcm.es/grupo/default.php?id=34; en particular en los apartados: criterios de programación, ley de creación del Ente Público y Comercial; este último para todo lo que se refiere a la regulación de los servicios publicitarios. RTVCM no publica un informe anual.

www.rtvcm.es

RTVCM			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	🔴
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No publican directrices.	🔴
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. • Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Criterios de programación. • Principios básicos y líneas generales de programación.	🔵 🔴
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Criterios de programación. Preámbulo. • Criterios de programación. El tratamiento de la información.	🔵 🔵
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Criterios de programación. Preámbulo. • No detallan información.	🔵 🔴

RTVCM			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• Estatuto de radio y televisión al que hacen referencia. • No detallan información.	● ●
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Criterios de programación.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• Simplemente lo formula: "Será preciso disponer de unos códigos de clasificación de forma que los padres puedan decidir y seleccionar los programas que ven sus hijos".	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento • Publicación de incumplimientos.	• Exigencia de cumplimiento del código de autorregulación a los anunciantes. • No detallan información. • No detallan información.	● ● ●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●

RTVCM			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

La Sexta. La Sexta, cadena que comienza a emitir en el año 2006, es propiedad de GAMP (Grupo Audiovisual de Medios de Producción) en un 60% y de Televisa en un 40%. La compañía no aporta información pública en la web ni ha elaborado informes anuales.

www.lasexta.com

La Sexta			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social. • Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Web. Detallan su compromiso con la programación de contenidos sobre causas sociales. • Proyecto "Objetivo solidario".	● ●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia. • Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información. • No detallan información.	● ●

La Sexta			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información.	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso. • Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento. • Publicación de incumplimientos.	• No detallan información. • No detallan información. • No detallan información.	● ● ●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias. • Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Quejas y demandas (Publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía. • Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información. • No detallan información.	● ●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●

La Sexta			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	🔴
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	🔴
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	🔴
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	🔴
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	🔴
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	🔴
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	🔴
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	🔴

Telecinco. Telecinco fue constituida en 1989 con la adjudicación en España de las licencias de televisión privada. Desde el comienzo de sus operaciones ha mantenido una separación formal entre la actividad televisiva, desarrollada por Telecinco de forma directa como concesionario, y la de explotación del espacio publicitario, que lleva a cabo la filial Publiespaña.

El único documento que presenta Telecinco en su apartado de responsabilidad corporativa es la Memoria de Responsabilidad Corporativa: http://www.telecinco.es/inversores/es/responsabilidad-corporativa.html.

En la memoria hace referencia a las leyes que aplican a la cadena en el ámbito general: ley general audiovisual y en publicidad: ley general de la publicidad; así como a los principales códigos de autorregulación: código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y código FEBE de autorregulación publicitaria.

www.telecinco.es

Telecinco			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• Memoria de responsabilidad corporativa. Cap. 6.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Memoria de responsabilidad corporativa. Cap. 6.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• No detallan información .	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información.	●

Telecinco			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• No detallan información.	🔴
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• No detallan información.	🔴
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Memoria de RC (el tema se trata transversalmente).	🔵
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan órganos o procedimientos que aseguren su cumplimiento.	🔴
	• Publicación de incumplimientos	• Memoria de RC. Pág. 79.	🔵
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	🔴
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	🔴
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• Memoria de RC. Publicidad responsable. Pág. 84.	🔵
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• Memoria de RC. Publicidad responsable. Pág. 84.	🔵
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	🔴
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• Memoria de RC. Relación con grupos de interés. Pág. 48.	🔵
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	🔴
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• Memoria de RC. Pág. 79.	🔵
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	🔴

Telecinco			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	🔴
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• Memoria de RC. Gestión sostenible. Pág. 47.	🔵
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• Memoria de RC. Gestión sostenible. Pág. 47.	🔵
	• Participación del Consejo de Administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• Memoria de RC. Gestión sostenible. Pág. 47.	🔵
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• Carta de verificación de PWC	🔵
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	🔴
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	🔴
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	🔴
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• Hacen referencia a la responsabilidad de productoras de cumplir con aspectos de derechos humanos, sindicales y prevención de riesgos. No hacen referencia a aspectos específicos de contenidos.	🔴

Telemadrid. El 2 de mayo de 1989, Telemadrid nació como sexta empresa pública de televisión en España. El ente autonómico de Madrid ponía en marcha un canal de "filosofía pluralista y democrática". Siendo una cadena autonómica y televisión pública, el principal objetivo de Telemadrid es constituirse en servicio para todos los madrileños. Para ello, gran parte de su programación se centra en la Comunidad de Madrid y en todas aquellas cosas que, por uno u otro motivo, pueden interesar a sus ciudadanos.

Telemadrid no aporta información pública sobre sus políticas o códigos ni tiene publicada una memoria anual o de responsabilidad corporativa.

www.telemadrid.es

Telemadrid			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• No detallan información.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• No detallan información.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• No detallan información.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• No detallan información.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• No detallan información.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• No detallan información.	●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia.	• No detallan información.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.)	• No detallan información.	●

Telemadrid			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• No detallan información.	🔴
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• No detallan información.	🔴
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	🔴
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• No detallan información	🔴
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	🔴
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	🔴
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• No detallan información.	🔴
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• En la web publican un número de teléfono para la relación con la cadena.	🔵
	• Datos sobre la efectividad de los canales.	• No detallan información.	🔴
Quejas y demandas (publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	🔴
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• No detallan información.	🔴
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	🔴

Telemadrid			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológico.s	• No detallan información.	●
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	●
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	●
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales.	• No detallan información.	●
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos.	• No detallan información.	●
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• No detallan información.	●
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	●
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información.	●

TV3. Desarrolla todos los aspectos relacionados con este informe en el Libro de Estilo http://www.ccma.cat/llibredestil/

El Libro de Estilo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) establece el marco editorial, el marco lingüístico y las normas periodísticas y profesionales de los diversos medios que la integran: televisión, radio, Internet y otras plataformas. El marco jurídico en el que la CCMA produce y difunde contenidos está regulado por la Ley de la Comunicación Audiovisual de Cataluña , la Ley de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (11/2007) en la que ya se establece que "se pone a disposición de los ciudadanos un conjunto de contenidos audiovisuales [...] orientados a satisfacer las necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos, a garantizar un acceso universal a la información, la cultura y la educación, a difundir y promocionar la lengua catalana ya ofrecer un entretenimiento de calidad". También existe un Estatuto Profesional.

Su contenido se divide en dos partes: la Guía Editorial y el Manual de Uso. En la primera se recogen todos los principios generales en cuanto a la producción y emisión de contenidos, su tratamiento, su obtención y todos los temas objeto de este informe. El Manual de Uso está dirigido a la actividad periodística de la corporación. Es un documento muy detallado que abarca desde la obtención de la información, hasta la verificación y el derecho a réplica. En este manual también se recogen los principios que rigen la producción y emisión de todo tipo de programas susceptibles de ser emitidos en cualquiera de sus plataformas: ficción, magazines, infantiles, juveniles, musicales, deportivos, etc.

Define su misión en la Guía Editorial afirmando que "la CCMA tiene encomendada la misión de ofrecer un servicio público audiovisual de calidad en catalán, comprometido con los principios éticos y democráticos, y con la promoción de la cultura y de la lengua catalanas y del aranés. El objetivo de la CCMA es producir y difundir contenidos que atiendan las necesidades democráticas, sociales y culturales de la ciudadanía, con la vocación de tener la máxima aceptación y de ser modelo de calidad y de credibilidad. La producción y difusión de contenidos audiovisuales a través de las empresas de la CCMA se hace con criterios de independencia, profesionalidad y eficiencia en la gestión de recursos, y con cohesión interna corporativa".

Como principios generales hace una declaración explícita de su condición pública, su servicio a la ciudadanía, el derecho a una información independiente, plural y veraz. Además reconoce su responsabilidad en cuanto a los contenidos que emite independientemente de quien los produzca. Destaca su responsabilidad social corporativa que va más allá de las obligaciones que le son propias y por la que se compromete a difundir contenidos dirigidos a mejorar la sociedad.

Considera que un principio básico es la universalidad, para llegar a toda la ciudadanía y facilitando su uso para personas con discapacidad auditiva o visual.

Hace un compromiso explícito con la calidad y la innovación y para ello hacen un control constante de los procesos y de los recursos necesarios para la producción y emisión de contenidos.

En los Principios Editoriales establece las bases en las que se sustentan sus diferentes medios de difusión: compromiso con Cataluña y sus valores, el uso de la lengua catalana, principios sobre el reconocimiento de la dignidad de la persona y los derechos humanos, la independencia del medio y sus trabajadores, la vocación de atender a la sociedad. También la promoción de la participación de la ciudadanía y los derechos que esta tiene frente a la corporación.

Por último destacan los principios para el ejercicio del periodismo comprometiéndose con valores como la veracidad, el rigor, la independencia, imparcialidad, neutralidad y el pluralismo.

La labor periodística está recogida en **e**l Manual de Uso. En el capítulo de contenidos y dentro del apartado información general detalla con precisión cuáles han de ser los principios y criterios para la

actividad periodística. La elaboración de la información, el tratamiento de las fuentes, etc.

Se incluyen también cómo tratar los diversos géneros televisivos, los valores y principios que se han de tener en cuenta.

Se establecen los canales de participación de la audiencia y, por último, el tratamiento de situaciones delicadas como la participación de menores en programas, la igualdad de sexos, el país y el territorio catalán, tratamiento de la salud y la enfermedad, la información policial y judicial y el uso de la lengua catalana.

Además, TV3 creó el defensor y el servicio de atención a la audiencia en 2006, y en 2008 nombró a la defensora de la audiencia dotando a este servicio de un site destacado en su página web www.tv3.cat/atencio y un teléfono.

www.tv3.cat

TV3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Contenidos			
Contenidos de riesgo	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo, desglose y su tratamiento en cada caso.	• Guía Editorial: 2.3. "Materias de atención especial". Manual de Uso, Capítulo 1, sobre el tratamiento de los contenidos.	●
Respeto al honor y a la intimidad	• Publicación de directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tratamiento del respeto al honor y a la intimidad.	• Guía Editorial: 2.2.3.	●
Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	• Declaración de la posición de la compañía sobre temas específicos de sensibilidad social.	• Guía Editorial: 1.1.2.6.	●
	• Programas concretos sobre este tipo de contenidos.	• Fundació Marató TV3. Como parte de la CCMA.	●
Proceso de producción de contenidos de informativos			
Veracidad de la información	• Declaración de compromiso explícito con la precisión y exactitud de la información.	• Manual de Uso: 1.1. Guía Editorial: 1.3.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos de búsqueda de información, contraste y emisión.	• Guía Editorial: 1.3.1.	●
Libertad de expresión	• Declaración de compromiso explícito con la libertad de expresión.	• Manual de Uso: 1.1.2.3.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos que garanticen la libertad de expresión en los profesionales del medio.	• Manual de Uso: 1.1.2.3.	●
Independencia	• Declaración de compromiso explícito con la independencia	• Guía Editorial: 1.2.1.5.	●
	• Directrices editoriales que incluyan procedimientos para garantizar la independencia de los periodistas (regulación sobre aceptación de regalos, pagos, colaboraciones, conflictos de intereses, etc.).	• Manual de Uso: 1.1.2.1.	●

TV3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Protección de infancia y adolescencia			
Declaración de compromiso explícito	• Declaración explícita del compromiso con la protección de la infancia y la adolescencia y del mecanismo para trasladar este compromiso a los profesionales de la compañía.	• Guía Editorial: 2.2.5. Manual de Uso: 1.4. (especialmente el entretenimiento para menores; punto 1.4.5 y la ficción; punto 1.4.6).	●
Cumplimiento de la legislación y códigos de autorregulación	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• Guía Editorial: 2.2.5.2.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información.	●
Sistemas de etiquetado, clasificación y control	• Mecanismos que aplica.	• Manual de Uso: 1.4.3.3.	●
Alfabetización mediática	• Acciones de alfabetización dirigidas a niños, padres y educadores.	• No detallan información.	●
Publicidad responsable			
Cumplimiento de los códigos de regulación y autorregulación	• Declaración explícita de compromiso.	• Guía Editorial: 3.1.	●
	• Publicación de mecanismos internos establecidos para asegurar el cumplimiento.	• No detallan información.	●
	• Publicación de incumplimientos.	• No detallan información	●
Publicidad sobre contenidos de riesgo	• Directrices editoriales que incluyan la definición explícita del tipo de contenidos de riesgo en publicidad y su tratamiento.	• Guía Editorial: 3.3.	●
Relación con grupos de interés			
Canales de relación con audiencias	• Descripción de los canales establecidos para las audiencias.	• Guía Editorial: 1.2.6.4. Manual de Uso: 2.2.1. y 2.2.2. Defensora de la Audiencia.	●
	• Publicación de datos sobre la efectividad de cada canal.	• No detallan información.	●
Quejas y demandas (Publicación y tratamiento)	• Publicación de quejas y demandas recibidas por la Comisión Mixta y por la propia compañía.	• No detallan información.	●
	• Explicación del tratamiento a las quejas y demandas.	• En el site del defensor y atención a la audiencia se explica cómo se van a tratar las quejas.	●
Adecuación a expectativas de audiencias (encuestas)	• Publicación de encuestas y grado de satisfacción de audiencias.	• No detallan información.	●

TV3			
CATEGORÍAS	ASPECTOS	EVIDENCIAS/MEDICIÓN	VALORACIÓN
Gobierno y transparencia			
Gobierno en relación con la responsabilidad corporativa	• Existencia de un organismo de gestión y control de la RC y de los códigos deontológicos.	• No detallan información.	🔴
	• Existencia de planes y objetivos anuales de RC.	• No detallan información.	🔴
	• Participación del consejo de administración en el seguimiento y control de los objetivos y compromisos de la RC.	• No detallan información.	🔴
Verificación del cumplimiento	• Auditoría externa del grado de cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales	• No detallan información.	🔴
	• La información verificada externamente incluye los compromisos/indicadores de RC en relación con la producción y emisión de contenidos	• No detallan información.	🔴
Sensibilización interna	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios de la cadena.	• Libro de Estilo.	🔵
	• Existencia de acciones de formación e información a los profesionales sobre los aspectos relacionados con los comportamientos éticos y las políticas de RC de la cadena.	• No detallan información.	🔴
Código ético para productoras	• Existencia de un código deontológico o documento similar que recoja los compromisos o principios que la cadena obliga a cumplir a sus productoras.	• No detallan información .	🔴

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

• Solo tres cadenas: Canal Sur, RTVE y TV3 (todas públicas) detallan lo que entienden por *contenidos de riesgo,* coincidiendo en aspectos relacionados con la violencia, el sexo o el uso del lenguaje con carácter general.

• Los aspectos relativos a la defensa de los derechos fundamentales: veracidad de la información, libertad de expresión, derecho al honor y a la intimidad y protección a la infancia y adolescencia, en general se declaran como relevantes, aunque son pocas las compañías que detallan los mecanismos/directrices que han desarrollado para asegurar su cumplimiento.

• La protección a la infancia y adolescencia es un compromiso manifiesto del 67% de las cadenas. Aun así, son pocas las que después desarrollan este compromiso con procedimientos y sistemas de control.

• Los aspectos relacionados con control y seguimiento son la asignatura pendiente en este sector. Solo Antena 3 ha realizado un ejercicio de organización jerárquica y funcional de la RC, definiendo códigos y procedimientos de actuación.

• Si se comparan los resultados con los obtenidos en 2010, se detecta una evolución positiva en Antena 3; sobre todo en lo relativo a la definición de códigos y políticas que regulen las conductas.

Recomendaciones

• Las compañías que realmente apuesten por una televisión responsable, deberían desarrollar en códigos y manuales sus políticas y pautas de comportamiento, así como los mecanismos de control.

• Las compañías que quieran comenzar a trabajar en sus modelos de RC pueden tomar como base las mejores prácticas descritas en el informe *Esporas de helechos y elefantes.*

• La organización de la función de RC en el organigrama de la compañía debe tomar relevancia si se quiere dotar de peso a esta función.

• En especial las televisiones públicas deberían seguir la práctica de las televisiones privadas de publicar un informe anual de RC o sostenibilidad. Únicamente Etb publica un informe de RSC cada dos años.

• El sector público, en general, debería ir más allá del cumplimiento legal y hacer un ejercicio de definición y divulgación de su responsabilidad social como medio de comunicación audiovisual sobre aspectos relacionados con la emisión y producción de sus contenidos.

ANEXOS

Ranking de Responsabilidad Corporativa de las Televisiones

TELEVISIONES	PUNTOS
Antena 3	25
RTVE	21
TV3	17
Canal Sur	15
Telecinco	12
EITB	9
RTVG	8
RTCM	6
RTPA	5
IB3	4
Canal 7	3
Canal Extremadura	3
RTVC	3
RTVV	3
La Sexta	2
Telemadrid	1

CADENA	CONTENIDOS				PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS						PROTECCIÓN DE INFANCIA Y ADOLESCENCIA					PUBLICIDAD RESPONSABLE				RELACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS					GOBIERNO Y TRANSPARENCIA							
	CONTENIDOS DE RIESGO	RESPETO AL HONOR Y A LA INTIMIDAD	CONTENIDOS QUE RESPONDAN A SENSIBILIDADES SOCIALES		VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN		LIBERTAD DE EXPRESIÓN		INDEPENDIENCIA		DECLARACIÓN DE COMPROMISO EXPLÍCITO	CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACION Y CÓDIGOS DE REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN		SISTEMAS DE ETIQUETADO, CLASIFICACIÓN Y CONTROL	ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	CUMPLIMIENTO DE LOS CÓDIGOS DE REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN			PUBLICIDAD SOBRE CONTENIDOS DE RIESGO	CANALES DE RELACIÓN CON AUDIENCIAS		QUEJAS Y DEMANDAS (PUBLICACIÓN Y TRATAMIENTO)		ADECUACIÓN A EXPECTATIVAS DE AUDIENCIAS	GOBIERNO EN RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA			VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO		SENSIBILIZACIÓN INTERNA		CÓDIGO ÉTICO PARA PRODUCTORAS
			DECLARACIÓN EXPLÍCITA	PROGRAMAS CONCRETOS	DECLARACIÓN EXPLÍCITA	DIRECTRICES EDITORIALES	DECLARACIÓN EXPLÍCITA	DIRECTRICES EDITORIALES	DECLARACIÓN EXPLÍCITA	DIRECTRICES EDITORIALES		PUBLICACIÓNMECANISMOS INTERNOS	PUBLICACIÓN INCUMPLIMIENTOS			DECLARACIÓN DE COMPROMISO	PUBLICACIÓN MECANISMOS INTERNOS	PUBLICACIÓN INCUMPLIMIENTOS		DESCRIPCIÓN DE CANALES	DATOS SOBRE EFECTIVIDAD DE CANALES	PUBLICACIÓN QUEJAS Y DEMANDAS	EXPLICACIÓN TRATAMIENTO QUEJAS Y DEMANDAS		ORGANISMO DE GESTIÓN Y CONTROL DE LA RC	PLANES Y OBJETIVOS ANUALES	PARTICIPACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN	AUDITORÍA EXTERNA	INCLUYE LOS COMPROMISOS EN CUANTO A PRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE CONTENIDOS	CÓDIGO DE CONDUCTA	PUBLICACIÓN CÓDIGO DE CONDUCTA	
Antena 3	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canal 7	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canal Extremadura	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Canal Sur	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
EITB	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
IB3	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
RTPA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
TVC	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
RTVE	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	NA	NA	NA	NA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
RTVG	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
RTVV	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
RTCM	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
La Sexta	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Telecinco	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Telemadrid	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
TV3	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●