

Accountability y Culturas Periodísticas en España



**Instrumentos de rendición de cuentas de la
información: dimensiones e indicadores para su
evaluación**

Autores:

Xavier Ramon, Marcel Mauri, Ruth Rodríguez-Martínez (UPF)

Una publicación del Grupo de Investigación **MediaACES**

Octubre 2019

Grupo de Investigación MediaACES

UPF

Roc Boronat, 138, desp. 53.802

08018 Barcelona

<https://mediaaccountabilityspain.com/>

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

CC Ramon, Xavier, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri

Octubre 2019

Obra distribuida bajo licencia CC



Forma recomendada de citación:

Ramon, Xavier, Marcel Mauri, Ruth Rodríguez-Martínez. Instrumentos de rendición de cuentas de la información: dimensiones e indicadores para su evaluación. Barcelona: Departamento de Comunicación. Serie Editorial MediaACES, 2019. [Acceso: <http://hdl.handle.net/10230/42431>]

Serie **Editorial MediaACES**

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

Ministerio de Economía y Competitividad



Instrumentos de rendición de cuentas de la información: parámetros e indicadores para su evaluación

El equipo de investigación del proyecto MediaACES, 'Accountability y Culturas Periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles' (MINECO/FEDER, UE, ref: CSO2015-66404-P) presenta las siguientes tablas que sistematizan las dimensiones e indicadores para evaluar los instrumentos de rendición de cuentas (*media accountability instruments*) impulsados de forma interna y externa a los medios de comunicación (Bertrand, 2018; Fengler et al., 2015).

Se entiende por **rendición de cuentas** el compromiso de los medios de responder por su práctica profesional ante la sociedad (Mauri-Ríos y Ramon, 2015; Ramon, Mauri-Ríos y Alcalá-Anguiano, 2016; Rodríguez-Martínez, López-Meri, Merino-Arribas, y Mauri-Ríos, 2017). Este concepto se concreta en tres dimensiones clave:

- **Dimensión 1. Transparencia.** Difusión pública de información corporativa (principios, composición y estructura organizativa, situación económica) y explicación de los procesos editoriales.
- **Dimensión 2. Autorregulación.** Códigos de conducta y otros mecanismos creados por los medios para garantizar la realización de una tarea periodística responsable.
- **Dimensión 3. Participación de la audiencia.** Iniciativas e instrumentos que fomentan la relación directa con las audiencias para facilitar su participación activa en la creación, revisión y crítica de la información.

Mecanismos tradicionales de rendición de cuentas		
Producidos en el sí de empresas o grupos mediáticos		
Dimensión	Instrumento	Características (comunes y específicas) a observar/analizar
Transparencia	Información sobre datos corporativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información sobre la Historia y fundación 2. Publicación del Ideario / Misión 3. Miembros consejo directivo 4. Miembros redacción 5. Relación con otros medios/empresas 6. Situación financiera (memoria de cuentas)
Autorregulación	Defensores del lector/audiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Regularidad de publicación y actualización 3. Facilidad de envío de quejas, comentarios y sugerencias (formulario <i>online</i>, correo electrónico o postal o teléfono) 4. Número de artículos publicados 5. Grado de profundidad en el tratamiento de los textos 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas 7. Posibilidad de comentarios de los lectores. Debate activo por parte del <i>ombudsman</i> y respuesta a los comentarios de los lectores
	Libros de estilo (con recomendaciones éticas)/ códigos internos generales (con directrices éticas)/ Código temático interno/ Estatuto de redacción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión pública de la existencia del instrumento 2. Difusión del instrumento entre los miembros de la redacción 3. Fácil acceso al instrumento por parte del público 4. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas 5. Capacidad de dar respuesta al público sobre las dudas deontológicas o cambios introducidos en el libro de estilo/código 6. Regularidad en la revisión y, cuando proceda, actualización de los preceptos deontológicos incluidos. 7. Existencia de procedimientos claros y participados por los miembros de la redacción para llevar a cabo la actualización del código. 8. Posibilidad de que los usuarios participen en el proceso de revisión y actualización de esta guía
	Comités profesionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión pública de la existencia del instrumento 2. Difusión del instrumento entre los miembros de la redacción 3. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas 4. Existencia de un seguimiento deontológico del medio por parte del comité 5. Regularidad en la observación del comportamiento deontológico del medio

	Servicio de quejas/reclamaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Fácil acceso al instrumento por parte del público. 3. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre, correo electrónico, otros datos) 4. Facilidad de envío de quejas, comentarios y sugerencias (formulario <i>online</i>, correo electrónico o postal o teléfono) 5. Tiempo de respuesta a los comentarios de los lectores 6. Extensión (caracteres o palabras) disponibles para notificar la queja/comentario 7. Recopilación de las quejas detectadas en un espacio del medio
Participación	Cartas al director/ llamadas/ SMS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Fácil acceso al instrumento por parte del público 3. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre, correo electrónico, otros datos) 4. Facilidad de envío de cartas (formulario <i>online</i>, correo electrónico) 5. Extensión (caracteres o palabras) disponibles para el comentario que se quiere realizar 6. Importancia del espacio donde se publican estos comentarios 7. Regularidad en la publicación
Producidos de forma externa a las empresas o grupos mediáticos		
Dimensión	Instrumento	Características (comunes y específicas)
Transparencia	Estudios de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Difusión de los resultados de los estudios entre los medios, profesionales, público y academia 3. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el estudio
	Crítica de medios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Datos sobre la autoría y el objetivo de la publicación. Especificación de la condición de periodista/comunicador/crítico del autor y medio en el cual desarrolla su tarea 3. Regularidad de publicación de la crítica 4. Número de artículos publicados / Promedio mensual de publicación 5. Publicaciones que realicen reflexiones críticas sobre el ejercicio periodístico y sobre el contenido de los medios 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en las críticas. 7. Posibilidad de <i>feedback</i> de los lectores 8. Debate activo por parte de los autores de la crítica y respuesta a los comentarios de los lectores

	Publicaciones especializadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Datos sobre la autoría y el objetivo de la publicación. Especificación de la condición de académico/periodista y medio en el cual desarrolla su tarea. 3. Regularidad de publicación 4. Publicaciones que realicen reflexiones críticas sobre el ejercicio periodístico y sobre el contenido de los medios 5. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en las críticas. 6. Posibilidad de <i>feedback</i> de los lectores 7. Debate activo por parte de los autores de la publicación y respuesta a los comentarios de los lectores 8. Capacidad de fomentar debate crítico entre profesionales, asociaciones profesionales y medios
	Academia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de proyectos de investigación y reflexiones sobre periodismo deontológico y de calidad 2. Datos sobre la autoría (académico) y objetivos del estudio 3. Capacidad para diseminar los resultados entre profesionales, público y medios 4. Capacidad de fomentar debate crítico entre profesionales, asociaciones profesionales y medios 5. Grado de transferencia de conocimiento que emana de los proyectos de investigación 6. Capacidad de contribuir al análisis y propuesta de mejoras del sistema mediático
	Estudios de opinión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Difusión de los resultados de los estudios entre los medios, profesionales, público y academia 3. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el estudio
Autorregulación	Códigos éticos externos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión pública de la existencia del instrumento 2. Difusión del código entre los principales medios de comunicación, asociaciones profesionales, etc. 3. Fácil acceso al instrumento por parte del público 4. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas 5. Capacidad de dar respuesta al público sobre las dudas deontológicas o cambios introducidos en el código 6. Regularidad en la revisión y, cuando proceda, actualización de los preceptos deontológicos incluidos 7. Existencia de procedimientos claros y

		<p>participados por los profesionales para llevar a cabo la actualización del código</p> <p>8. Posibilidad de que el público participe en el proceso de revisión y actualización de los códigos</p>
	Consejos de prensa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Fácil acceso al instrumento por parte del público 3. Facilidad de envío de quejas por parte del público (formulario <i>online</i>, correo electrónico o postal o teléfono) 4. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre, correo electrónico, otros datos) que quieren emitir una queja 5. Número de quejas admitidas a trámite y resueltas 6. Transparencia en el procedimiento para resolver una queja 7. Verificación que las quejas presentadas responden a principios deontológicos que recogen los códigos 8. Capacidad de mediación entre el demandante y el medio 9. Regularidad en la emisión de dictámenes 10. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en los dictámenes 11. Asegurar la transparencia y la publicidad de todas las decisiones adoptadas 12. Señalar qué medios incumplen los códigos deontológicos 13. Composición del consejo. Diversidad de los miembros: periodistas, académicos y público 14. Analizar y comentar en debates públicos (con profesionales y medios) sobre las tendencias de los medios de comunicación 15. Sugerir modificaciones al código de ética (si tiene el mandato de hacerlo) 16. Establecer los estándares profesionales periodísticos 17. Elaborar y difundir entre profesionales y medios recomendaciones sobre el comportamiento deontológico de los medios
	Formación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regularidad de la formación de los profesionales, tanto en el ámbito académico como en las redacciones 2. Diversidad de temas que se abordan y actualización de los mismos 3. Capacidad de desarrollar formación a partir de las propias experiencias profesionales de medios y periodistas 4. Adaptación de la formación a las nuevas tendencias y retos del escenario comunicativo

Participación	Asociaciones de espectadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Especificación de la composición de la junta directiva, del consejo asesor y de las asociaciones integradas 3. Especificación de las actividades y proyectos que las asociaciones realizan 4. Publicación <i>online</i> de la memoria institucional 5. Publicación de críticas, reseñas y artículos en profundidad 6. Regularidad de publicación y actualización 7. Número de críticas, reseñas y artículos publicados / Promedio mensual de actualización 8. Posibilidad de comentarios de los lectores 9. Debate activo por parte de los autores de la web de la asociación y respuesta a los comentarios de los lectores 10. Existencia de formulario de reclamaciones 11. Datos requeridos para el envío de reclamaciones (nombre, correo electrónico, DNI, otros) y para identificar el objeto de la reclamación (medio, datos contextuales, tipo de contenido, ámbito de la reclamación, motivo de la reclamación) 12. Recopilación de las reclamaciones en un espacio o bitácora en la web de la asociación de consumidores y usuarios de los medios
----------------------	------------------------------	--

Tabla 1. Mecanismos tradicionales: dimensiones, instrumentos e indicadores

Nuevos mecanismos de rendición de cuentas en el escenario <i>online</i>		
Producidos en el sí de empresas o grupos mediáticos		
Dimensión	Instrumento	Características (comunes y específicas)
Transparencia	Blogs de redacciones de medios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Regularidad de publicación y actualización 3. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 4. Explicación de las novedades del proyecto editorial del medio 5. Delimitación clara entre las entradas dedicadas a los procesos informativos y los <i>posts</i> centrados en la promoción cruzada de productos del medio 6. Posibilidad de comentarios de los lectores 7. Respuesta por parte de la redacción a los comentarios de los lectores
	Elementos de transparencia corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Información sobre la composición del medio 3. Información sobre las características del medio 4. Información sobre las modalidades de suscripción 5. Información sobre las opciones de participación de los usuarios 6. Cuentas públicas en línea 7. Información <i>online</i> de la relación con otras

		<p>corporaciones empresariales y medios</p> <p>8. Información detallada y contacto de cada miembro de la redacción y del consejo de dirección</p>
Autorregulación	Defensores del lector en línea (<i>Ombudsman online</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Regularidad de publicación y actualización 3. Facilidad de envío de quejas, comentarios y sugerencias (formulario <i>online</i>, correo electrónico o teléfono) 4. Número de entradas publicadas 5. Grado de profundidad en el tratamiento 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el blog 7. Posibilidad de comentarios de los lectores 8. Debate activo por parte del <i>ombudsman</i> y respuesta a los comentarios de los lectores
	Botones de notificación de errores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de un botón de notificación de errores en cada una de las piezas periodísticas publicadas por el medio 2. Localización de los botones (parte superior o inferior de la noticia) y facilidad de identificación de éstos por parte de los usuarios 3. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre, correo electrónico, otros datos) 4. Posibilidad de especificar qué tipo de error se ha detectado (ético, datos o tipográfico, problema de moderación de comentarios, derechos y permisos, otros) 5. Extensión (caracteres o palabras) disponibles para notificar el error 6. Recopilación de los errores detectados en un espacio o bitácora en la web del medio
	Blogs de periodistas incluidos en la página web del medio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Regularidad de publicación y actualización 3. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 4. Publicaciones que examinan la actualidad y las tendencias del sector 5. Publicaciones que reflexionan críticamente sobre la tarea de los medios y de su propio medio (reflexión sobre cuestiones éticas) 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el blog 7. Posibilidad de comentarios de los lectores 8. Debate activo por parte de los periodistas y respuesta a los comentarios de los lectores
Participación	Chats y encuentros digitales con los lectores (en formato escrito y video-chat)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información sobre los encuentros previa a su celebración 2. Regularidad de realización de los chats y encuentros digitales con los lectores

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Promedio de usuarios/ lectores participantes en los encuentros 4. Realización de preguntas que busquen ahondar en la línea/ tarea editorial llevada a cabo por el medio (no sólo cuestiones que busquen la opinión personal o el posicionamiento del director sobre una cuestión de actualidad) 5. Posibilidad de consultar <i>online</i> la información generada en los encuentros una vez éstos han finalizado (archivo u repositorio de los encuentros realizados)
	<p>Contribución de los usuarios en la creación de contenidos (1)</p> <p>Posibilidad de los lectores de realizar sus aportaciones, sugerir enfoques y ayudar en la búsqueda de fuentes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia de la posibilidad de contribución de los usuarios en la creación de contenido periodísticos 2. Envío por parte del medio a los lectores de información sobre los temas en producción (correo electrónico) 3. Posibilidad de contribución por parte de los subscriptores del medio 4. Posibilidad de contribución por parte del resto de usuarios del medio 5. Aportación de nuevos temas y enfoques por parte de los subscriptores/lectores 6. Aportación de nuevas fuentes por parte de los subscriptores/lectores 7. Facilidad de envío de contribuciones (presencial, correo electrónico, teléfono, otros) 8. Promedio de subscriptores/ lectores que habitualmente contribuyen en el proceso de creación informativa 9. Menciones a los subscriptores/lectores que han contribuido en la creación de contenidos
	<p>Contribución de los usuarios en la creación de contenidos (2)</p> <p>Existencia de canales o secciones dedicados a las contribuciones de los lectores</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Regularidad de publicación y actualización en los canales o secciones 3. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 4. Promedio de lectores que publican contenidos en los canales o secciones 5. Facilidad de envío de contribuciones 6. Filtro de calidad del medio antes de la publicación de los contenidos en los canales o secciones 9. Posibilidad de comentarios de otros lectores 10. Debate activo y respuesta a los comentarios por parte de los autores
	<p>Redes sociales y comentarios. (1)</p> <p>Comentarios y valoración de noticias</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Posibilidad de comentario de las noticias (texto abierto) 3. Posibilidad de valoración de las noticias (según una escala de puntuación)

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Tipos de usuarios que pueden efectuar comentarios (suscriptores, usuarios registrados, todos los lectores) 5. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre i apellidos, correo electrónico, DNI, otros) 6. Implementación de un sistema de moderación eficaz por parte del medio 7. Promedio de usuarios/ lectores que comentan y valoran noticias 8. Debate activo por parte de los periodistas y respuesta a los comentarios de los lectores.
	<p>Redes sociales y comentarios. (2) <i>Accountability</i> a través de los canales generales del medio en las redes sociales/ <i>Accountability</i> a través de cuentas específicas en las redes sociales creadas por el medio para este propósito.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Existencia de <i>accountability</i> en los canales generales del medio (Facebook, Twitter, Google+, otros) (Uso de las redes sociales más allá de la promoción de contenidos) 3. Existencia de <i>accountability</i> en canales específicos creados por el medio para este propósito (Facebook, Twitter, Google+, otros) 4. Número de entradas publicadas en Facebook / mensajes publicados en Twitter por el medio para fomentar la rendición de cuentas a través de las redes sociales 5. Número de entradas publicadas en Facebook / mensajes publicados en Twitter por los usuarios con el objetivo de monitorizar la calidad de los contenidos y exponer sus quejas y recomendaciones 6. Número de usuarios que utilizan las redes sociales para monitorizar la calidad de los contenidos y exponer sus quejas y recomendaciones 7. Debate activo por parte de los periodistas y respuesta a los mensajes de los lectores en las redes sociales
Producidos de forma externa a las empresas o grupos mediáticos		
Dimensión	Instrumento	Características (comunes y específicas)
Transparencia	Observatorios y publicaciones electrónicas de crítica de medios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Especificación de los miembros de la redacción o responsables de llevar a cabo los observatorios 3. Regularidad de publicación y actualización 4. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 5. Tipo de análisis realizado (análisis individual de un medio o caso concreto; análisis transversal sobre cómo los medios han tratado un hecho informativo concreto) 6. Elaboración de informes en profundidad 7. Presentación de otros documentos, informes y libros

		<ol style="list-style-type: none"> 8. Posibilidad de comentarios de los lectores 9. Debate activo por parte de los autores y respuesta a los comentarios de los lectores 10. Posibilidad de los usuarios de enviar contribuciones, participar en el análisis mediático y redactar informes 11. Facilidad de envío de contribuciones (correo electrónico, teléfono, otros)
Autorregulación	Webs de instituciones y asociaciones profesionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Publicación de noticias de actualidad 3. Regularidad de publicación y actualización 4. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 5. Publicación de documentos de autorregulación (códigos deontológicos, documentos sobre ética, expedientes, memorias, comunicados) 6. Posibilidad que los ciudadanos puedan presentar escritos de queja y sugerencias 7. Facilidad de envío de quejas, comentarios y sugerencias (formulario <i>online</i>, correo electrónico, teléfono, correo postal) 8. Datos requeridos para la identificación de los usuarios (nombre, correo electrónico, DNI, otros) y para identificar el objeto de la formulación de las quejas (medio sobre el que se formula la queja, criterios deontológicos infringidos, descripción de los motivos de la queja) 9. Recopilación de las quejas y sugerencias en un espacio o bitácora en la web de la institución o asociación profesional
Participación	Iniciativas particulares (1). Blogs de periodistas o comunicadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Datos sobre la autoría y el objetivo de la bitácora. Especificación de la condición de periodista/comunicador del autor y medio en el cual desarrolla su tarea 3. Regularidad de publicación y actualización 4. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 5. Publicaciones que realicen reflexiones críticas sobre el ejercicio periodístico y sobre el contenido de los medios 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el blog 7. Posibilidad de comentarios de los lectores 8. Debate activo por parte de los periodistas (autores del blog) y respuesta a los comentarios de los lectores
	Iniciativas particulares (2). Blogs de ciudadanos o	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Datos sobre la autoría y el objetivo de la bitácora. En caso de ser académico, especificación de la

	académicos	<p>condición del autor y del centro en el cual desarrolla su tarea</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Regularidad de publicación y actualización 4. Número de entradas publicadas / Promedio mensual de actualización 5. Publicaciones que realicen reflexiones críticas sobre el ejercicio periodístico y sobre el contenido de los medios 6. Rango de cuestiones deontológicas y sobre calidad informativa tratadas en el blog 7. Posibilidad de comentarios de los lectores 8. Debate activo por parte de los autores del blog y respuesta a los comentarios de los lectores
	Iniciativas particulares (3). Redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso por parte de los ciudadanos de cuentas en las redes sociales (Facebook, Twitter, Google+, otros) para monitorizar la calidad de los contenidos y exponer sus quejas 2. Existencia de cuentas específicas destinadas especialmente a <i>accountability</i>, más allá de los propios perfiles de los usuarios 3. Número de entradas publicadas en Facebook / mensajes publicados en Twitter por los ciudadanos para fomentar la rendición de cuentas de los medios 4. Debate activo entre los responsables de las cuentas y los medios/periodistas, además de con otros usuarios de las redes sociales
	Otros instrumentos impulsados por ciudadanos (1). Sistemas de notificación de errores impulsados por los ciudadanos (<i>Fixmedia</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Especificación de la autoría, el objetivo y la financiación de la plataforma 3. Especificación del funcionamiento de la plataforma 4. Regularidad de publicación y actualización 5. Número de noticias enviadas para revisar 6. Número de <i>fixes</i> (personas que han indicado que una noticia se debe corregir) 7. Número de reportes (correcciones y ampliaciones) 8. Número de usuarios participantes 9. Número de fuentes (medios sobre los cuales se han hecho <i>fixes</i> y reportes) 10. Tipos de usuarios que pueden efectuar <i>fixes</i> y reportes (usuarios registrados, todos los usuarios) 11. Facilidad de envío de <i>fixes</i> (botón 'Fix' y URL de la noticia) 12. Posibilidad de compartir la noticia para arreglarla entre varios usuarios o contactos 13. Facilidad de envío de reportes (formulario de corrección o ampliación de la noticia) 14. Posibilidad de valoración positiva o negativa de

		<p>los reportes efectuados</p> <p>15. Especificación del top de usuarios con más <i>fixes</i>, reportes y descubrimientos efectuados</p>
	<p>Otros instrumentos impulsados por ciudadanos (2). Sistemas de envío de información de interés público para su posterior uso por parte de los medios (<i>Filtrala</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Especificación de la autoría, el objetivo y la financiación de la plataforma 3. Especificación del funcionamiento de la plataforma y de las etapas desde el envío a la publicación 4. Facilidad y privacidad del envío de materiales 5. Proceso de verificación técnica exhaustiva para determinar si la información enviada es verídica 6. Proceso de redacción y limpieza de toda información que pueda poner en peligro la fuente o terceras partes no involucradas 7. Proceso de análisis y difusión de la información 8. Publicación de la información en los medios colaboradores (<i>Diagonal, eldiario.es, La Marea, Mongolia, Crític, Directa</i>) y especificación que el trabajo se ha elaborado gracias a <i>Filtrala</i>
	<p>Otros instrumentos impulsados por ciudadanos (3). Páginas web de asociaciones de consumidores y usuarios de los medios.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la existencia del instrumento 2. Especificación de la composición de la junta directiva, del consejo asesor y de las asociaciones integradas 3. Especificación de las actividades y proyectos que las asociaciones realizan 4. Publicación <i>online</i> de la memoria institucional 5. Publicación de críticas, reseñas y artículos en profundidad 6. Regularidad de publicación y actualización 7. Número de críticas, reseñas y artículos publicados / Promedio mensual de actualización 8. Posibilidad de comentarios de los lectores 9. Debate activo por parte de los autores de la web de la asociación y respuesta a los comentarios de los lectores 10. Existencia de formulario de reclamaciones 11. Datos requeridos para el envío de reclamaciones (nombre, correo electrónico, DNI, otros) y para identificar el objeto de la reclamación (medio, datos contextuales, tipo de contenido, ámbito de la reclamación, motivo de la reclamación) 12. Recopilación de las reclamaciones en un espacio o bitácora en la web de la asociación de consumidores y usuarios de los medios.

Tabla 2. Mecanismos innovadores: dimensiones, instrumentos e indicadores

Referencias

- Bertrand, C. J. (2018). *Media ethics and accountability systems*. New York: Routledge.
- Fengler, S., Eberwein, T., Alsius, S., Baisnée, O., Bichler, K., Dobek-Ostrowska, B., ..., Zambrano, S. (2015). How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey on European journalists. *European Journal of Communication*, 30(3), 249–266.
- Mauri-Ríos, M., & Ramon, X. (2015). Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Una exploración del escenario online español. *El Profesional de la Información*, 24(4), 380–389.
- Ramon, X., Mauri-Ríos, M., & Alcalá-Anguiano, F. (2016). Transparencia informativa, autorregulación y participación del público. *Comunicación y Sociedad*, 25, 101–125.
- Rodríguez-Martínez, R., López-Meri, A., Merino-Arribas, A., & Mauri-Ríos, M. (2017). Instrumentos de rendición de cuentas en España. Análisis comparativo en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia. *El Profesional de la Información*, 26(2), 255–266.