

MONITORIZANDO EL PLURALISMO MEDIÁTICO EN LA ERA DIGITAL

APLICACIÓN DEL MEDIA PLURALISM MONITOR EN LA UNIÓN EUROPEA, ALBANIA, MONTENEGRO, LA REPÚBLICA DE MACEDONIA DEL NORTE, SERBIA Y TURQUÍA EN EL AÑO 2021

Informe país : España

Jaume Suau Martínez, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
Carlos Ruiz Caballero, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
Pablo Capilla García, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
Elena Yeste Piquer, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
David Puertas Graell, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
Lidia Cordero Triay, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University
Judit Agràs Masdeu, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Informe del proyecto de investigación

Publicación -
Julio 2022



INDICE TEMATICO

1. Sobre el proyecto	4
1.1. Resumen del proyecto	4
1.2. Nota metodológica	4
2. Introducción	6
3. Resultados de la recogida de datos: evaluación de los riesgos para el pluralismo de los medios	8
3.1. Protección básica (40% - Riesgo medio)	9
3.2. Pluralidad de mercado (67% - Riesgo alto)	12
3.3. Independencia política (50% - Riesgo medio)	14
3.4. Inclusión social (63% - Riesgo medio)	17
4. Pluralismo en el entorno online: evaluación de los riesgos	21
5. Conclusiones	26
6. Referencias	29
Apéndice I. Equipo país	
Apéndice II. Grupo de Expertos	

© European University Institute 2022

Contenido y capítulos individuales © Jaume Suau Martínez, Carlos Ruiz Caballero, Pablo Capilla García, Elena Yeste Piquer, David Puertas Graell, Lidia Cordero Triay, Judit Agràs Masdeu, 2022

Este trabajo ha sido publicado por el European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies. Se permite descargar e imprimir copias de las informaciones contenidas en estas páginas para uso de investigación estrictamente privado y no comercial. Se requiere la autorización de los autores para reproducciones con otros fines, sean impresión o copia electrónica. Cuando se cita el documento, se debe hacer referencia al nombre completo del autor o los autores, del editor o de los editores, al título, al año y a la editorial. Las solicitudes deben dirigirse a cmpf@eui.eu

Las opiniones expresadas en esta publicación reflejan las opiniones de los autores individuales y no las del European University Institute. The English version of this report prevails over the translation in national language.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom, Robert Schuman Centre for Advanced Studies

Informe del proyecto de investigación - - RSC / Centre for Media Pluralism and Media Freedom

Publicado en Julio 2022

European University Institute

Badia Fiesolana

I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union. The European Commission supports the EUI through the EU budget. This publication reflects the views only of the author(s) and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

1. Sobre el proyecto

1.1. Resumen del proyecto

El Media Pluralism Monitor (MPM) es una herramienta de investigación diseñada para identificar los riesgos potenciales para el pluralismo de los medios de comunicación en los Estados miembro y en países candidatos a ingresar en la Unión Europea, para lo cual tiene en cuenta los entornos de noticias tanto online como offline. Este informe se ha elaborado en el marco del MPM realizado en 2020, dentro de un proyecto financiado por una Acción Preparatoria del Parlamento Europeo. La aplicación del proyecto tuvo lugar en 27 Estados miembro de la UE, Albania, Montenegro, Macedonia del Norte, Serbia y Turquía, con el apoyo de una subvención otorgada por la Unión Europea al Center for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) del European University Institute.

1.2. Nota metodológica

Autoría y revisión

El CMPF colabora con investigadores nacionales independientes y experimentados para llevar a cabo la recopilación de datos y redactar los informes, excepto en el caso de Italia, donde la recopilación de datos se llevó a cabo por el equipo del CMPF. La investigación se basa en un cuestionario estandarizado y en pautas específicas desarrolladas por el CMPF.

En España, el CMPF contó con Jaume Suau Martínez, Carlos Ruiz Caballero, Pablo Capilla, Elena Yeste Piquer, David Puertas Graell, Lidia Cordero Triay, y Judit Agràs Masdeu (Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales de la Universidad Ramon Llull), quienes realizaron la recolección de datos, puntuaron y comentaron las variables del cuestionario y entrevistaron a expertos relevantes. El informe fue revisado por el equipo del CMPF. Además, para asegurar resultados precisos y fiables, un Grupo de Expertos nacionales en cada país revisó las respuestas a las preguntas especialmente evaluativas (ver Anexo II para la lista de expertos).

La dimensión digital

El MPM no considera que la dimensión digital sea una área aislada, sino entrelazada con los medios tradicionales y con los principios existentes de pluralismo de los medios y de libertad de expresión. No obstante, el Monitor incluye una puntuación específica de riesgo digital, y el informe contiene un análisis específico de los riesgos relacionados con el entorno de las noticias digitales.

El cálculo del riesgo

Los resultados de cada área y de los indicadores se presentan en una escala de 0 a 100%. La puntuación entre 0 y 33% se considera de riesgo bajo, de 34 a 66% es de riesgo medio, mientras que la puntuación entre el 67 y el 100% es de riesgo alto.

En los indicadores, la puntuación de 0% se califica por defecto con un 3%, y la puntuación de 100 se califica con un 97%, para evitar una evaluación de ausencia total de riesgo o de riesgo absoluto.

Protección fundamental	Pluralidad del mercado	Independencia política	Inclusión social
Protección de la libertad de expresión	Transparencia de la propiedad de los medios	Independencia política de los medios	Aceso de las minorías a los medios
Protección del derecho a la información	Concentración de los medios informativos	Autonomía editorial	Acceso a los medios de las comunidades locales/regionales y de los medios comunitarios
Profesión periodística, estándares y protección	Concentración de las plataformas en línea y aplicación de la competencia	Medios audiovisuales, plataformas en línea y elecciones	Acceso de las mujeres a los medios
Independencia y efectividad de la autoridad mediática	Viabilidad de los medios	Regulación estatal de los recursos y el apoyo al sector de los medios	Alfabetización mediática
Alcance de los medios tradicionales y acceso a internet	Influencia comercial y de la propiedad de los medios sobre el contenido editorial	Independencia en la gobernanza y financiación de los medios públicos	Protección contra el discurso ilegal y el dañino

Tabla 1: Áreas e indicadores del Media Pluralism Monitor

Advertencia sobre responsabilidades: el contenido del informe no refleja necesariamente las opiniones del CMPF ni de la UE, ni refleja necesariamente la posición de los miembros que componen el Grupo de Expertos. Sólo representa las opiniones del equipo nacional del país que llevó a cabo la recopilación de datos y que fue el autor del informe. Debido a las actualizaciones y mejoras en el cuestionario, es posible que las puntuaciones del MPM 2021 no sean completamente comparables con las ediciones anteriores del MPM. Para obtener más detalles, consulte el informe de CMPF sobre el MPM 2021, que pronto estará disponible en: <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>.

2. Introducción

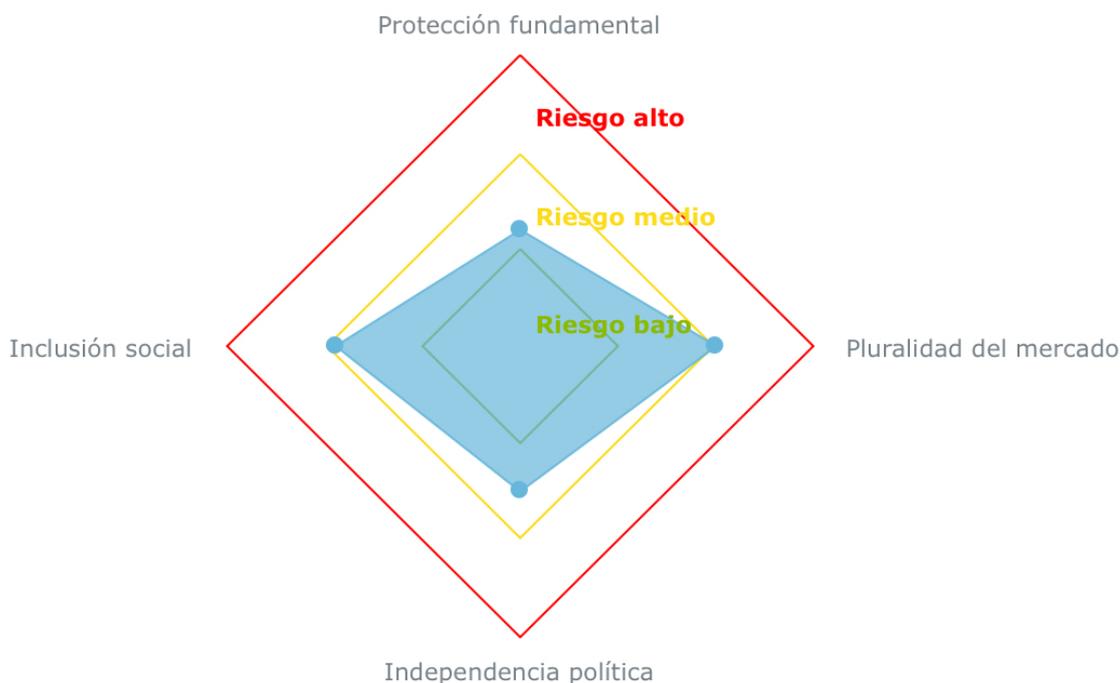
- **Panorama del país.** España tiene una superficie de 505.944 km² entre el suroeste de Europa y el norte de África. Además, ocupa la mayor parte de la Península Ibérica, compartida con Portugal. También hay que tener en cuenta los dos archipiélagos que la integran (Canarias y Baleares), así como las dos ciudades autónomas situadas en el norte de África (Ceuta y Melilla). Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2021a), la población de España descendió en 72.007 personas durante el primer semestre del año y se situó en 47.326.687 habitantes. Este descenso se debió a un balance vegetativo negativo de 70.736 personas y a un balance migratorio prácticamente nulo. Estos datos están estrechamente relacionados con la situación derivada de la pandemia provocada por el Covid-19. Con respecto a los datos del primer semestre de 2020, la población española era de 47.332.614 personas, cifra que aumentaría a 47.398.695 en el primer semestre de 2021. El dato provisional de extranjeros en el segundo semestre de 2021 es de 5.325.907. Esta cifra supone un descenso respecto a la cifra final de 5.368.271 extranjeros en el primer semestre del mismo año. Es, por tanto, la primera vez desde el segundo semestre de 2015 (4.412.796) que se produce un descenso en este aspecto.
- **Minorías.** Según la estadística oficial, 5.800.468 era el número total de extranjeros residentes en España a 31 de diciembre de 2020. Los países más representativos son: Rumanía (1.079.726), Marruecos (811.530), Reino Unido (381.448), Italia (350.981) y China (227.415) (Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, 2020).
- **Idiomas.** El castellano es la lengua española oficial del Estado, y la más hablada en todo el territorio nacional (98,9%) (Ministerio de Política Territorial y Función Pública, 2019). En la Constitución Española, en su Título Preliminar (artículo 3), se recogen las siguientes disposiciones: (1) El castellano es la lengua española oficial del Estado. Todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho a usarla. (2) Las demás lenguas españolas serán también oficiales en las respectivas Comunidades Autónomas de acuerdo con sus Estatutos (euskera (3%), gallego (6,2%), valenciano (5,8%), catalán (17,5%) y aranés). (3) La riqueza de las distintas modalidades lingüísticas en España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección.
- **Situación económica.** En el aspecto económico, a lo largo de todo el 2021, el PIB a precios corrientes se sitúa en 1.205.063 millones de euros, un 7,4% más que en 2020. En términos de volumen, el PIB registra una variación del 5, 1%. En esta línea, en relación con el cuarto trimestre de 2020, la renta nacional aumentó un 9,6% y la renta nacional disponible un 10,7% (CNTR, 2022). Esta información debe contextualizarse teniendo en cuenta el porcentaje de personas que viven en hogares cuya renta total anual equivalente está por debajo del umbral de pobreza, es decir, la población en riesgo de pobreza relativa (tasa de riesgo de pobreza). En esta línea, según la Encuesta de Condiciones de Vida del año 2020 (INE), el valor del umbral de pobreza de un hogar en España de una sola persona (calculado con los datos de la renta de 2019) se sitúa en 9.626 euros anuales, un 6,8% más que la estimación del año anterior. Es decir, en España la tasa de pobreza de los hombres en paro es del 51,1%, mientras que la de las mujeres se sitúa en el 42,6%.
- **Situación política.** La situación política en España está representada por un gobierno de coalición progresista formado por los partidos políticos PSOE (centro izquierda) y UP (izquierda). Desde junio de 2018, el presidente del Gobierno es Pedro Sánchez (PSOE), tras el gobierno de Mariano Rajoy y su partido de derecha (PP) (2011-2018). La extrema derecha está aumentando su presencia en el país a

través del partido VOX, y su presidente Santiago Abascal. Por ejemplo, en las últimas elecciones para gobernar la comunidad autónoma de Castilla y León VOX ha obtenido 13 escaños en 2022, 12 más que en 2019. El crecimiento de la extrema derecha se observa también en las posiciones más extremas que defienden otros partidos de derecha, lo que contribuye a una creciente polarización.

- **Industria mediática.** Según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (INE, 2021b), el 93,9% de la población española de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los últimos tres meses. Esta cifra desciende si se tiene en cuenta el porcentaje de todos los que utilizan Internet para informarse o acceder a los medios de comunicación u otras plataformas, un 84,1% según los datos de la tercera ola de 2021 (AIMC, 2021). En cuanto a los medios de comunicación, el grado de penetración de la televisión es del 81,4%, siendo éste el más alto de todos, aunque con un importante descenso respecto al año anterior (84,2%). Esto implica también que 2021 es el año en el que, por primera vez, Internet supera a la televisión en la medición de la penetración en la audiencia de los medios de comunicación en general. Por otro lado, la radio alcanza el 54,9% (54,6% en 2020), las revistas el 22,7% (21,8%) y la prensa escrita el 13,8% (14,8% en 2020). En otro orden de cosas, la confianza en las noticias se mantiene en su nivel más bajo desde 2015 y las cifras generales no muestran cambios en 2020. Cuando se pregunta a los usuarios por marcas concretas de medios de comunicación, la confianza muestra un notable descenso en todos los casos (Newman et al., 2021). Además, la pandemia trajo consigo una serie de nuevos hábitos en el consumo de información y medios por parte de la población española. Así, hasta un 12% de la población paga por las noticias online, mientras que un 38% afirma haber escuchado podcasts en el último mes.
- **Marco Regulatorio.** En el marco regulatorio, el aspecto más destacado está relacionado con la llamada 'Ley Iceta' (Real Decreto-Ley 24/2021, de 2 de noviembre) (BOE, 2021). Este real decreto-ley tiene por objeto regular el régimen de emisión y la supervisión de bonos garantizados, estableciendo sus características, obligaciones de información y mecanismos de protección al inversor. En concreto, según el artículo 73 "Uso de contenidos protegidos por parte de los prestadores de servicios para compartir contenidos en línea", las plataformas serán "responsables de los actos de comunicación al público no autorizados, incluida la prestación de obras y otros servicios protegidos por derechos de propiedad intelectual". Esto supone una nueva regulación que se centra en quienes antes podían ser considerados meros intermediarios y que ahora correrán el riesgo de recibir sanciones. Asimismo, la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales ha sido recientemente transpuesta a la legislación nacional (Proyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual), a la espera de su aprobación por el Parlamento.

3. Resultados de la recogida de datos: evaluación de los riesgos para el pluralismo de los medios

España: Areas de riesgo para el pluralismo mediático



JS chart by amCharts

CEU
CENTRE FOR MEDIA
PLURALISM AND
MEDIA FREEDOM
MPM 2022

El área de **Protección Básica** registra una situación global de riesgo medio (40%), algo peor que el año pasado (39%). La situación sigue siendo similar en todos los indicadores. Las restricciones al derecho a la información y la libertad de expresión se mantienen a pesar de los reiterados reclamos de la coalición de gobierno sobre reformas legales. Las agresiones e intimidaciones a periodistas se han reducido ligeramente, pero sobre todo porque la situación política durante el último año ha mejorado: la situación respecto a la lucha independentista catalana no ha producido manifestaciones o protestas masivas. La pandemia de COVID-19 sigue presente en el país, aunque el impacto económico en la profesión periodística se ha reducido con respecto al año pasado.

El área de **Pluralidad de Mercado** puntúa un riesgo alto del 67%, ligeramente inferior al 75% del año pasado. La mejora se debe a que el indicador de viabilidad de los medios ha reducido su riesgo del 79% al 45%, principalmente debido a que los efectos del COVID-19 en las industrias de los medios están parcialmente mitigados, aunque la industria aún no regresa a los números previos a la pandemia. Aparte de eso, España también se enfrenta a una situación difícil en relación con la transparencia de la propiedad de los medios de comunicación y la concentración de la propiedad, especialmente en los mercados audiovisuales. La concentración de audiencias en el mercado de la televisión, así como la concentración de los ingresos publicitarios tanto en el mercado audiovisual como en el online, implica también un riesgo para el pluralismo de los medios.

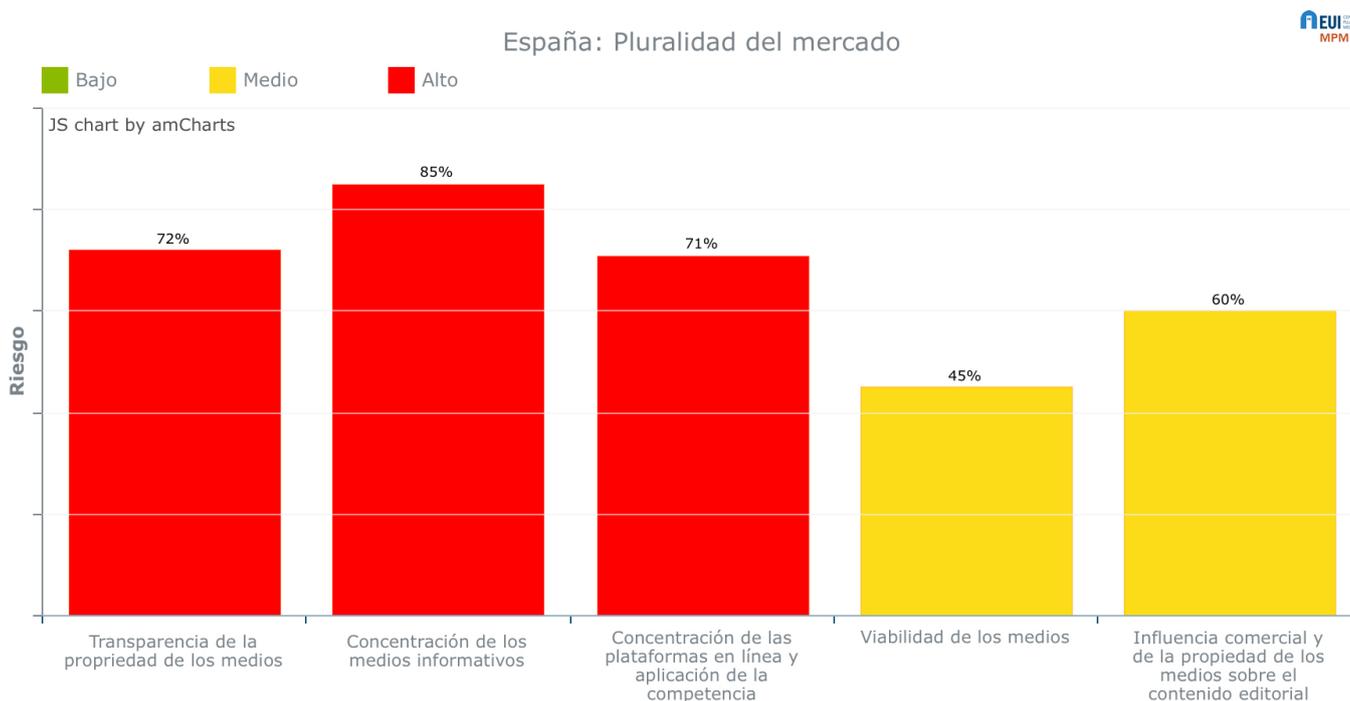
El área de **Independencia Política** tiene un riesgo medio del 50%, similar al 47% del año pasado. Los principales problemas en esta área están en la autonomía editorial (alto riesgo) y en la independencia política y económica de los medios de comunicación, tanto públicos como privados. España sigue siendo

un país donde la profesión periodística recibe presiones y limitaciones tanto del mercado como de los actores políticos.

El área de **Inclusión Social** presenta un riesgo medio del 63%, similar al 62% del año pasado. La mayoría de los Indicadores se mantienen estables, a excepción de Acceso a medios para mujeres, que incrementa su riesgo hasta 20 puntos más que el año pasado, siendo el único de alto riesgo en el área. El aumento se debe a la disminución del número de mujeres ejecutivas en empresas de medios privados, así como a la escasa representación de mujeres en los medios. Por otro lado, la Protección contra el discurso ilegal y nocivo reduce su riesgo, debido a una gran cantidad de iniciativas para mitigar tales prácticas y una esfera pública menos enrevesada.

3.1. Protección básica (40% - Riesgo medio)

Los indicadores del área Protección Fundamental representan la columna vertebral regulatoria del sector de los medios en cualquier democracia contemporánea. Miden varias áreas potenciales de riesgo, incluida la existencia y efectividad de la implementación de salvaguardas regulatorias para la libertad de expresión y el derecho a la información; la situación de los periodistas en cada país, incluida su protección y su capacidad para trabajar; la independencia y la eficacia de los organismos reguladores nacionales que tienen competencia para regular el sector de los medios; y el alcance de los medios tradicionales y el acceso a Internet.



El área de **Protección Básica** obtiene una calificación de riesgo medio (39%). Uno de sus indicadores representa un riesgo alto (**Protección del derecho a la información**, 67%). Además, otros dos indicadores se sitúan en riesgo medio (**Protección de la libertad de expresión**, con un 46%, y **Profesión periodística, estándares y protección**, con un 46%). Los otros dos indicadores se sitúan en riesgo bajo: **Independencia y eficacia de la autoridad mediática** (22%) y **Alcance universal de los medios tradicionales y acceso a Internet** (15%).

El indicador **Protección de la libertad de expresión** (46%) se mantiene en un nivel de riesgo medio

–similar al del año pasado, ya que no ha habido cambios legislativos, aunque se han presentado iniciativas para reformar aspectos de la regulación de la libertad de expresión. La Constitución Española (artículo 20) [1] reconoce el derecho a la libertad de expresión. Sin embargo, las reformas del Código Penal [2] y la Ley Orgánica 4/2015 [3] introdujeron limitaciones a este derecho que han sido denunciadas por organismos nacionales e internacionales. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) condenó a España en 2021 por decisiones judiciales en las que el TEDH considera que ha habido una “injerencia de los poderes públicos en el derecho a la libertad de expresión” [4]. La Comisaria de Derechos Humanos del Consejo de Europa envió una carta al ministro de Justicia de España [5] en la que le expresaba su preocupación “en relación con diversas disposiciones del derecho penal español que tienen un impacto negativo, incluido el efecto paralizante, sobre el ejercicio de la libertad de expresión”. Por ejemplo, en enero de 2021, la Audiencia Nacional ordenó el ingreso en prisión del rapero Pablo Rivadulla Duro (Pablo Hasél) por los delitos de enaltecimiento del terrorismo e injurias a la Corona y a las instituciones del Estado. Esta sentencia fue denunciada por Amnistía Internacional [6]. El Parlamento español inició en junio de 2021 la tramitación de la reforma de la Ley Orgánica 4/2015 en lo relativo al tratamiento de los delitos de enaltecimiento del terrorismo, delitos de odio e injurias a las instituciones del Estado. Sin embargo, la Plataforma por la Libertad de Información (PLI) [7] consideró que “los aspectos más lesivos de la ley seguirán vigentes” con la reforma presentada.

El indicador **Protección del derecho a la información** se mantiene, como el año pasado, en riesgo alto (67%). La Constitución Española reconoce el derecho a la información [8] como un derecho fundamental. La ley 19/2013 [9] establece la obligación de publicidad activa de todas las administraciones y entidades públicas, y el órgano encargado de velar por el cumplimiento de esta obligación es el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) [10]. Sin embargo, no tiene capacidad sancionadora y la aplicación efectiva de las disposiciones legales aún presenta notables deficiencias. El último informe del CTBG [11] indica que un alto número de solicitudes de libertad de información no fueron respondidas. Reporteros Sin Fronteras [12] destacó que en España había “una clara falta de transparencia”. La Coalición Pro Acceso publicó un comunicado [13] en el que exige que el Gobierno de España reconozca el derecho de acceso a la información como un derecho fundamental. Por otra parte, España aún no ha realizado la transposición a la legislación nacional de la Directiva aprobada por el Consejo de Europa sobre la regulación de los denunciantes (whistleblowers). Sin embargo, en 2021 el Gobierno español inició la tramitación de una ley para regular los secretos de Estado [14], ya que actualmente sigue en vigor una ley de 1968 que no prevé plazo alguno para el acceso y publicidad de los documentos declarados secretos. El Gobierno prevé que la nueva ley entre en vigor en 2023.

El indicador **Profesión periodística, estándares y protección** representa riesgo medio (46%). Año tras año, los informes sobre la profesión periodística que publica la Asociación de la Prensa de Madrid ponen de manifiesto los dos principales problemas de la profesión: “la escasa retribución de la labor periodística” y “la falta de independencia política o del entorno económico en el que se desenvuelve el periodista” [15]. En cuanto a la situación laboral, en 2021 disminuyó el número de periodistas desempleados (de 23% al 15%) tras una intensa crisis por la COVID-19 en 2020 [16]. Este descenso hay que contextualizarlo en un proceso de transformación a largo plazo de la profesión periodística hacia una progresiva digitalización, y a un aumento del número de freelancers, que ya representan a tres de cada diez periodistas. Respecto al segundo problema mencionado, no existe en España un marco legal específico que proteja la labor del periodista. Los profesionales solo cuentan con la protección de los colegios profesionales y de los sindicatos de periodistas, pero las asociaciones tampoco tienen capacidad sancionadora. Además, los periodistas deben desarrollar su labor en un contexto de creciente hostilidad, con varios casos de agresiones registrados en 2021 en actos públicos y en un clima de acoso a través de las redes sociales.

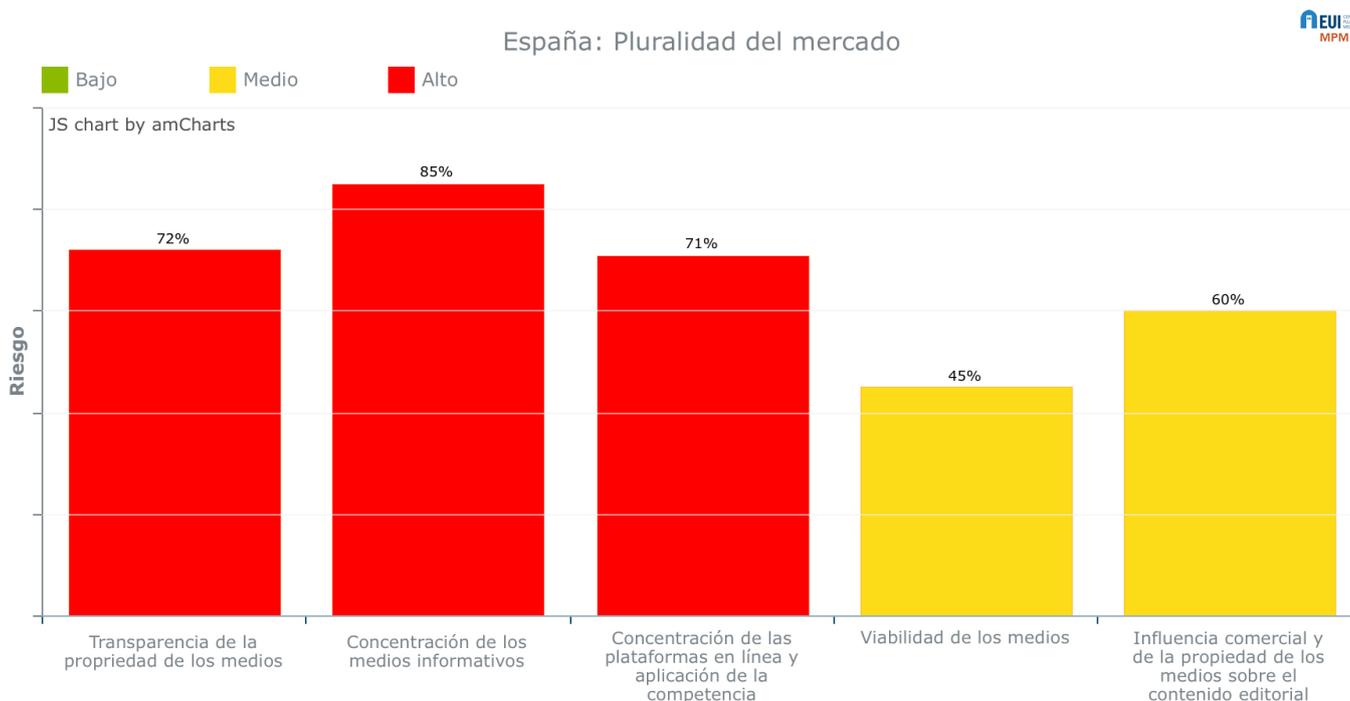
El indicador **Independencia y eficacia de la autoridad mediática** (22%) se mantiene en el mismo nivel de bajo riesgo que en 2020, ya que no ha habido cambios legales. Cabe señalar que solo existe una autoridad de medios en el sector audiovisual, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), que tiene capacidad sancionadora [17]. Así, por ejemplo, en 2021 impuso multas a Atresmedia y Mediaset por valor de 183.220 euros y 49.000 euros, respectivamente, por prácticas de publicidad encubierta y cambios de programación. En los últimos años, el organismo regulador impuso también otras multas a estos grupos mediáticos que forman el duopolio televisivo en España (ver apartado de pluralidad de mercado del informe). A pesar de que no hay evidencias que puedan poner en duda su independencia, hay dos cuestiones que suscitan controversia. Por un lado, está el mecanismo de elección de los miembros de la CNMC, a propuesta del Gobierno y sujeta a votación en el Parlamento, lo que genera acusaciones de partidismo. En noviembre de 2021, los dos partidos que componen el Gobierno se mostraron partidarios de modificar el sistema de elección de los miembros de la CNMC, en el sentido de realizar una convocatoria pública y que los candidatos sean elegidos por mayoría cualificada por el Parlamento [18]. Por otro lado, en febrero de 2021, la presidenta de la CNMC, Cani Fernández, defendió [19] la necesidad de modificar la ley y el estatuto que regulan la CNMC para dotar a esta entidad de más autonomía financiera con el fin de asegurar su independencia.

El indicador **Alcance universal de los medios tradicionales y acceso a Internet** se sitúa en riesgo bajo (15%). La cobertura de los medios públicos y de banda ancha es casi universal, lo que explica que este indicador se mantenga en este nivel de riesgo.

Sin embargo, en lo que respecta a los Proveedores de Servicios de Internet, el mercado muestra altos niveles de concentración, aunque ha disminuido ligeramente en relación con el año anterior (del 96% al 92%), según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Apenas ha habido quejas sobre la neutralidad de la red durante el primer semestre de 2021.

3.2. Pluralidad de mercado (67% - Riesgo alto)

El área de Pluralidad del mercado pone el foco en los riesgos económicos para el pluralismo de los medios derivados de la falta de transparencia y de la concentración de la propiedad, la sostenibilidad de la industria de los medios y la exposición del periodismo a los intereses comerciales. El primer indicador examina la existencia y eficacia de normas sobre la transparencia de la propiedad de los medios de comunicación. La falta de competencia y el pluralismo externo se evalúan de forma separada para los medios informativos (producción de noticias) y para las plataformas en línea (portales de acceso a las noticias), considerando separadamente las concentraciones horizontal y transversal, la concentración del mercado publicitario en línea, y el papel de las normas sobre competencia. El indicador Viabilidad de los medios mide la tendencia de los ingresos y del empleo, en relación con la evolución del PIB. El último indicador tiene como objetivo evaluar los riesgos que para la pluralidad del mercado suponen los intereses comerciales en la producción de contenido editorial, tanto por la influencia comercial como de la propiedad de los medios.



Esta área es la que muestra un mayor riesgo, 67%, con algunos indicadores que muestran niveles de riesgo máximos. Los indicadores de alto riesgo son: **Transparencia de la propiedad de los medios de comunicación (72%)**, **Concentración de los medios de comunicación (85%)**, y **Plataformas en línea y aplicación de la competencia (71%)**. La **viabilidad de los medios de comunicación (45%)** y la **influencia comercial y de los propietarios sobre los contenidos editoriales (60%)** se sitúan en un nivel de riesgo medio.

El indicador **Transparencia de la propiedad de los medios de comunicación** se mantiene en un nivel de riesgo alto, con un 72%, ya que las iniciativas legales que se están empezando a tomar para mejorar la transparencia son limitadas o están pendientes de aprobación. La obligación de informar sobre la propiedad de los medios de comunicación sólo se aplica a los medios audiovisuales, pero no al resto, a no ser que sean medios cotizados en Bolsa. La información sobre la titularidad de los medios audiovisuales está centralizada en un registro público de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), según

establece la Ley General 7/2010 de Comunicación Audiovisual [20]. El acceso al registro es universal y gratuito, aunque el titular final del medio no aparece en él. Este año España ha implementado la Directiva 2018/843 de la Unión Europea, a través del Real Decreto-Ley 7/2021, de 27 de abril [21], por el que se ha creado un registro único, que debe permitir obtener información directa de los verdaderos propietarios de todas las empresas radicadas en España. Sin embargo, el acceso a este registro no es universal. La creación del nuevo registro, a pesar de su limitado alcance, es el principal factor que explica la ligera mejora de este indicador respecto al año pasado (78%). Por otro lado, España aún tiene que transponer a su legislación nacional la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Código Europeo de Comunicaciones Electrónicas, por lo que el Gobierno ha estado negociando en el Parlamento una nueva Ley General de Comunicación Audiovisual.

El indicador **Concentración de Medios de Comunicación** (85% - Riesgo Alto) se mantiene en el mismo nivel de riesgo alto que en la anterior edición del MPM, ya que las condiciones legales y de mercado no han cambiado. En España, sólo la concentración en el sector de los medios audiovisuales está específicamente regulada (Ley 7/2010, de 31 de marzo, del Estatuto General de la Comunicación Audiovisual). La CNMC es el organismo que regula el sector audiovisual y puede imponer multas en caso de incumplimiento de los límites de concentración, aunque en los dos últimos años no ha impuesto ninguna multa por estos temas. Para los sectores de la prensa y digital no existe una legislación específica, por lo que se les aplica directamente la legislación general sobre competencia (Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia [22]). Sin embargo, el sector audiovisual es el que presenta mayores índices de concentración de audiencias e ingresos. En el primer semestre de 2021, los cuatro principales propietarios de medios en el sector de la televisión obtuvieron el 77% de los ingresos, y el 78% de las audiencias, según datos de la CNMC [23]. En la radio, los tres principales propietarios de medios acapararon el 96% de los ingresos y obtuvieron el 86% de las audiencias, según datos de la segunda oleada de 2021 del Estudio General de Medios (EGM). En el sector de la prensa, no hay datos económicos para el conjunto del sector, pero los cuatro principales grupos editoriales obtuvieron el 87% de las audiencias en 2021. No hay datos globales sobre el sector digital.

El indicador **Plataformas online y aplicación de la competencia** se asocia a un riesgo alto (71%). Se mantiene en el mismo nivel de riesgo que en 2020 debido a la tradicional situación de oligopolio de Meta-Facebook y Alphabet-Google, que acaparan el 70% de los ingresos publicitarios, según el informe de la CNMC [24] que, sin embargo, sólo describe la situación del sector, sin capacidad de intervenir en él. En 2021 ha habido algunas iniciativas para intentar regular las plataformas online, pero hasta ahora, con pocos resultados en la práctica. En enero se aprobó el impuesto de servicios digitales, en aplicación de la Ley 4/2020, de 15 de octubre [25]. Pero en octubre el Gobierno español, al igual que otros países, llegó a un acuerdo con Estados Unidos para suspender temporalmente la aplicación de este impuesto, ante la amenaza de represalias comerciales por parte de Estados Unidos [26]. En abril, las directivas de la Unión Europea relacionadas, entre otras cuestiones, con los derechos de autor, fueron transpuestas a la legislación española (Real Decreto-Ley 7/2021, de 27 de abril). Sin embargo, el Gobierno español dejó en manos de los medios de comunicación el acuerdo con Google sobre el pago por el uso de sus contenidos.

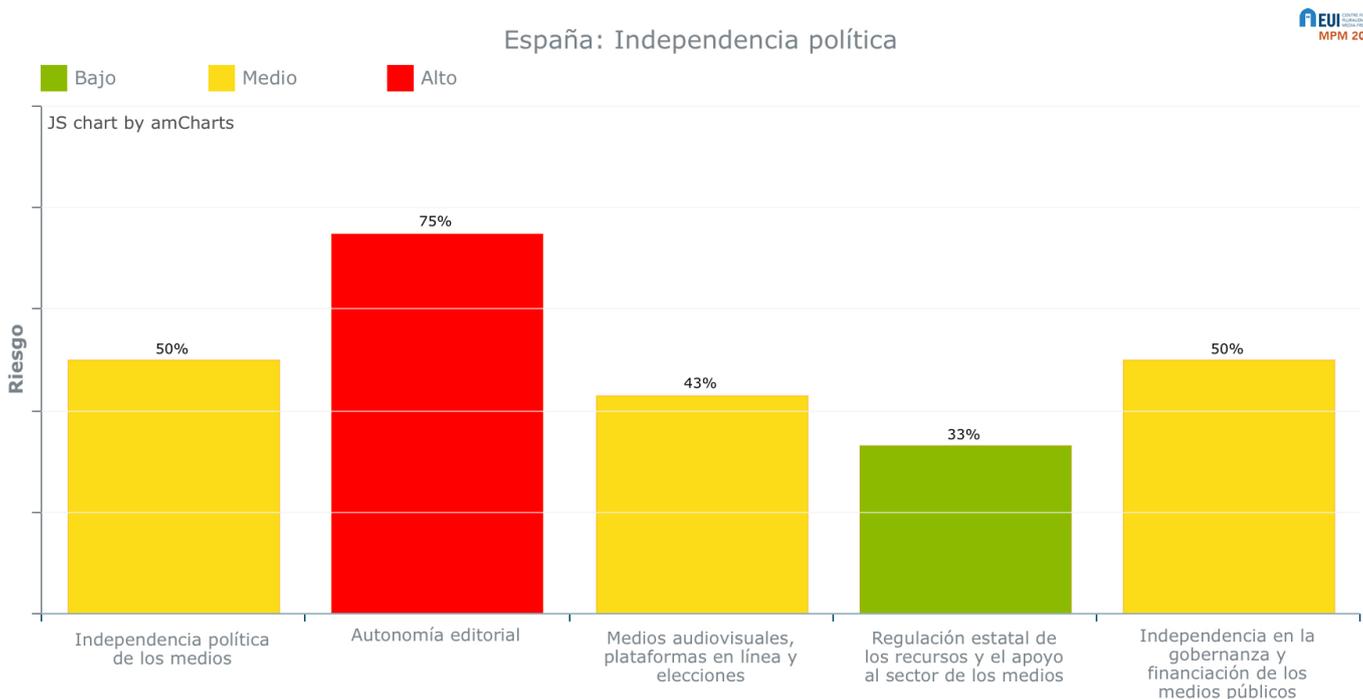
El riesgo asociado al indicador **Viabilidad de los medios de comunicación** es medio, con un 45%. Después de que la pandemia de COVID en 2020 provocara una profunda crisis económica, en 2021 se ha producido una recuperación de los resultados económicos de las empresas de comunicación, como demuestra la mejora de este indicador, que ha pasado del 79% al 45%. En cualquier caso, no se han recuperado los niveles de ingresos anteriores a la pandemia, por lo que los medios de comunicación están saliendo de esta crisis más debilitados. En ocasiones, los incrementos de ingresos han sido similares al

PIB (que se situó en el 5% para todo el año 2021), como es el caso de la televisión y la radio, pero en otros casos, como el de los periódicos, la recuperación fue inferior al PIB (un crecimiento del 4%, según la consultora Deloitte [27]). Los medios de comunicación están buscando otras fuentes de ingresos, pero está por ver si esos ingresos alternativos sirven para compensar las caídas de sus ingresos tradicionales.

El indicador **Influencia comercial y de los propietarios sobre los contenidos editoriales** (60% - Riesgo medio) se mantiene en el mismo nivel que el año pasado porque, según el informe sobre la profesión periodística que publica anualmente la Asociación de la Prensa de Madrid, la falta de independencia de los periodistas frente a las presiones políticas y económicas sigue siendo una de las principales preocupaciones de la profesión periodística [28], y esto afecta a la confianza de los ciudadanos hacia la prensa (el 45% no confía en los periodistas, según el *Edelman Trust Barometer 2021* [29]). No existe una legislación específica sobre esta cuestión, ya que no existe un estatuto profesional para los periodistas. Por tanto, todo queda en manos de la autorregulación de los propios medios o de los sectores profesionales. Sin embargo, algunos códigos de autorregulación tienen prestigio y sus recomendaciones suelen aplicarse, como es el caso de Autocontrol, que reúne a anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales para resolver las infracciones del Código de Conducta Publicitaria. En esta línea, en 2021 entró en vigor el *Código de Conducta sobre el Uso de Influenciadores en la Publicidad* [30], uno de los primeros pasos para comenzar a regular el uso comercial de las redes sociales.

3.3. Independencia política (50% - Riesgo medio)

Los indicadores de *Independencia política* evalúan la existencia y efectividad de salvaguardas regulatorias y de autorregulación contra los prejuicios políticos y las influencias políticas sobre la producción, la distribución y el acceso de noticias. Más específicamente, el área busca evaluar la influencia del Estado y, de manera más general, del poder político sobre el funcionamiento del sistema mediático y la independencia de los medios de comunicación de servicio público. Además, esta área se preocupa por la existencia y efectividad de la autorregulación para garantizar la independencia editorial y la disponibilidad de información así como puntos de vista políticos plurales, en particular durante los períodos electorales.



El área de **Independencia Política** representa una situación global de riesgo medio del 50%. Ninguno de los indicadores ha modificado sus niveles de riesgo. La mayoría de los indicadores (Independencia de gobierno y financiamiento de los medios de servicio público (PSM), Independencia política de los medios y medios audiovisuales, plataformas en línea y elecciones) se mantienen en un nivel de riesgo medio, mientras que la regulación estatal de los recursos y el apoyo al sector de los medios es el único en riesgo bajo y Autonomía editorial la que representa mayor nivel de riesgo, incrementándose desde el último MPM.

Como se mencionó, la **autonomía editorial** tiene un alto riesgo. Este indicador ha pasado de un riesgo medio (63%) en 2020 a un riesgo alto (75%) en 2021. El nombramiento y destitución de los jefes de redacción de los medios no están a salvo de la interferencia política en la práctica. Ninguna norma garantiza la autonomía a la hora de nombrar y destituir a los jefes de redacción de los medios informativos privados. En 2017 se aprobó una modificación de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de radio y televisión de titularidad estatal [31], por la que se establece que los candidatos al consejo de administración del servicio público de radiodifusión y su presidente sean elegidos por concurso público, con la participación de un comité de expertos designado por los grupos parlamentarios. Consejos de información y actores clave en la lucha por preservar la libertad de información han denunciado el carácter partidista del acuerdo en la elección de las juntas de los medios de servicio público. No existe un marco regulatorio, sino un marco de autorregulación que garantice la imparcialidad y la independencia editorial en los medios informativos, que en ocasiones no se implementa de manera efectiva.

La independencia de gobierno y financiación de los medios de servicio público mantienen el riesgo medio, con el mismo porcentaje (50%) que en el último MPM. Puede parecer que las leyes del PSM español permiten un menor control político que las anteriores. Sin embargo, los partidos políticos aún tienen control sobre la elección del grupo de expertos y también sobre la elección de los miembros de la junta y su presidente. Como los miembros de la junta son dependientes del Parlamento, no hay garantías de independencia política [32]. En conclusión, estas leyes no brindan elementos suficientes para evitar el control político sobre el PSM, pero esto se debe más a la falta de consenso de los partidos políticos que a que la ley no prevé mecanismos justos y transparentes.

La independencia política de los medios (riesgo medio, al 50%) se mantiene en el mismo nivel de riesgo que en 2020. No existe control político sobre los medios audiovisuales en España a través de la titularidad directa o indirecta de los medios. La Ley de Comunicación Audiovisual (7/2010) [33] solo limita la propiedad de los medios en términos de concentración de medios, por lo que la autoridad reguladora de medios no puede actuar en posibles casos de conflicto de interés que vayan más allá de la concentración de la propiedad de los medios. Existen varios mecanismos a través de los cuales la política influye en las decisiones de los medios, principalmente la publicidad institucional, regulada por la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional [34], y la concesión de licencias. En 2021, el gobierno nacional destinó un 86% más de publicidad institucional que en 2020 [35]. Los medios independientes han instado al gobierno a proteger la pluralidad y calidad de la información mediante la aplicación de una distribución equitativa de la publicidad institucional, asegurando que beneficie a los medios que brindan información de servicio público de acuerdo con estándares de calidad profesional [36].

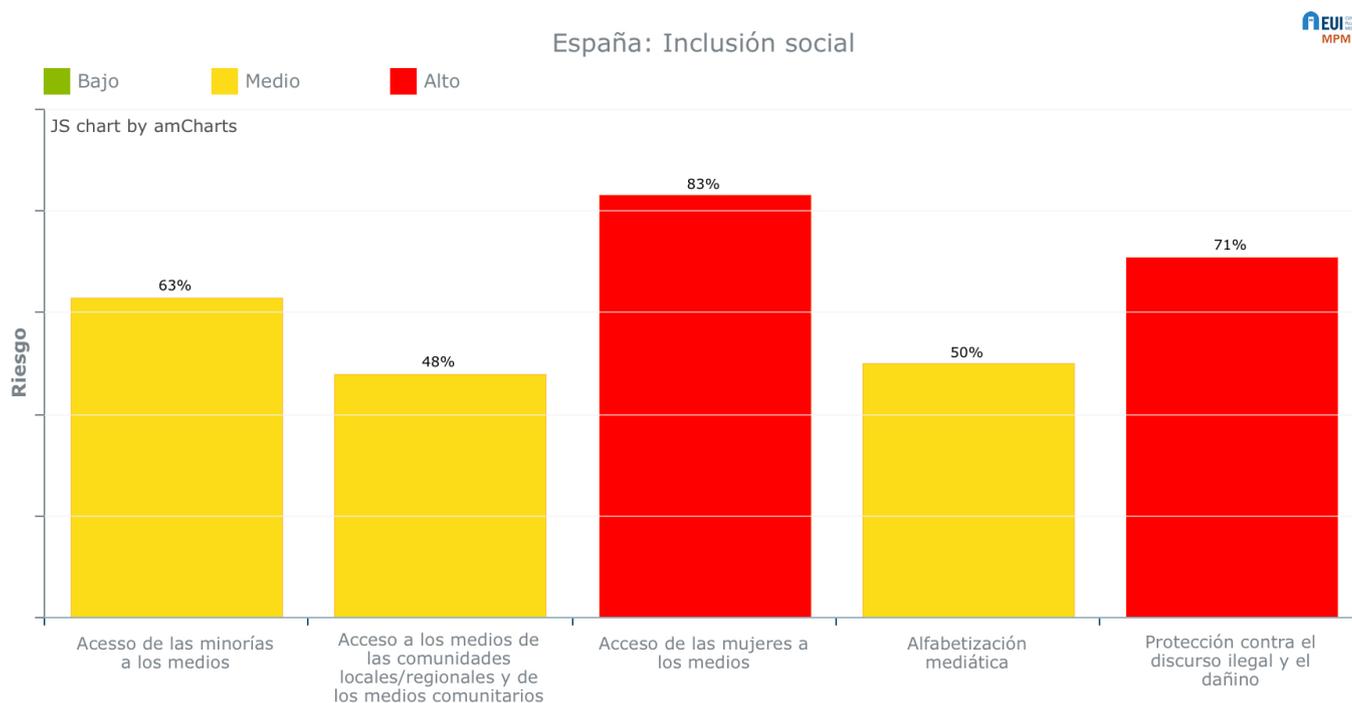
El indicador **Medios audiovisuales, plataformas en línea y elecciones**, tiene un riesgo medio del 43%, aumentando levemente desde el último MPM (38%). Existe una ley (Ley 5/2017, por la que se modifica la Ley 17/2006, de 5 de junio, de radio y televisión de titularidad estatal) que impone normas encaminadas a la imparcialidad en los informativos y programas informativos de los canales y servicios de los medios de

servicio público, pero estas prescripciones legales no se implementan de manera efectiva, ya que persiste el control político sobre el PSM nacional y regional [37]. Si bien existen instancias encaminadas a la imparcialidad en los programas noticiosos e informativos de los canales y servicios del PSM, los partidos políticos, los sindicatos y los Consejos Informativos del PSM, suelen denunciar que la ley no se aplica de manera efectiva y denuncian la parcialidad en los programas noticiosos e informativos. El acceso al tiempo aire en los canales y servicios del PSM para los actores políticos durante las campañas electorales se garantiza gracias a la legislación vigente, a pesar de que muchas voces rechazan la interpretación de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General [38], que impone bloques en los informativos según exclusivos criterios de proporcionalidad.

La regulación estatal de los recursos y el apoyo al sector de los medios se mantiene, como en el anterior MPM de bajo riesgo, en un 33%. La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, establece normas justas y transparentes sobre la asignación del espectro. Formalmente, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece un marco de transparencia y objetividad para la asignación de recursos publicitarios a los medios de comunicación. Sin embargo, la Ley 19/2014, de Transparencia y Buen Gobierno [39] no incluye en su objeto la publicidad institucional, y se han denunciado supuestas prácticas de asignación discrecional. Con la crisis del coronavirus, el Gobierno de España aprobó una ayuda de 15 millones de euros para apoyar a los proveedores nacionales de televisión digital terrestre, tal y como establece el Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo [40], con la adopción de medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19.

3.4. Inclusión social (63% - Riesgo medio)

El área de *Inclusión social* se centra en analizar el acceso a los medios de comunicación de grupos específicos de la sociedad: minorías, las comunidades locales y regionales, las mujeres y las personas con discapacidad. Examina también la realidad de la alfabetización mediática en el país, incluyendo las habilidades digitales de la población. Además, para la edición 2020 del MPM, se ha añadido un nuevo indicador al área de *Inclusión social* con el fin de evaluar los nuevos desafíos derivados de los usos de las tecnologías digitales: protección contra discursos ilegales y dañinos. Debido a esta modificación de los indicadores, las comparaciones con ediciones anteriores del MPM deben realizarse con suma cautela.



El área de **Inclusión Social** presenta un riesgo medio del 63%, un punto por encima del resultado obtenido en 2020. La mayoría de los indicadores se mantienen estables, excepto en el caso del **Acceso de las mujeres a los medios de comunicación**. Este indicador aumenta 20 puntos en relación al informe anterior, pasando de riesgo medio a riesgo alto. La disminución del número de mujeres ejecutivas en las empresas de medios de comunicación privados, y la escasa representación de las mujeres en los medios de comunicación han provocado este retroceso. En sentido contrario, el indicador que evalúa la **protección contra el discurso ilegal y dañino** mejora y muestra una reducción del riesgo. La promoción de un gran número de iniciativas contra estas prácticas y una esfera pública menos convulsa justifican esta mejora.

Con una puntuación del 63%, el riesgo asociado al indicador **Acceso de las minorías a los medios de comunicación**, se evalúa como medio. Este indicador no ha variado respecto a la anterior edición del MPM. La legislación española no reconoce ninguna minoría, y el gobierno español ha negado específicamente la existencia de minorías nacionales en España. A pesar de esto, y de manera excepcional, España aplica este convenio a la comunidad gitana [41]. Según el artículo 28 de la Ley 17/2006 de la radio y la televisión de titularidad estatal, RTVE tiene el deber de garantizar la expresión de la diversidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española a través de su programación. En la práctica, gran parte de las minorías no reconocidas legalmente no tienen acceso a tiempo de emisión, y

cuando lo tienen, este no es proporcional al tamaño de su población. Por ejemplo, en España las minorías religiosas representan el 3,2% de la población [42]. Sin embargo, el *Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la corporación RTVE y su financiación del año 2018* (publicado en marzo de 2021, CNMC) [43], muestra que ese año TVE emitió un total de 189 horas de contenido religioso (2,2%), pero que la gran mayoría de esos programas hacían referencia a la religión católica. Esta tendencia se repite en los medios audiovisuales en relación con otro tipo de minorías. Por lo que respecta a las televisiones y radios privadas, la clasificación es de alto riesgo.

La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, de 31 de marzo [44], que reconoce el derecho de las personas con discapacidad a acceder a los contenidos de los medios de comunicación, se aplica de manera eficiente (riesgo bajo). Las descripciones de audio para las personas ciegas y los subtítulos para personas con deficiencias auditivas son de fácil acceso y disponibilidad (CNMC, 2021).

El indicador **Acceso a los medios de comunicación locales/regionales y para los medios comunitarios** se considera de riesgo medio con un 48% (frente al 44% de la edición anterior del MPM). Por un lado, el riesgo asociado a los medios locales y regionales es casi inexistente, mientras que el riesgo vinculado a los medios comunitarios es alto. La ley [45] concede a los medios de comunicación regionales o locales el acceso a las plataformas mediáticas, y se aplica eficazmente. Las subvenciones otorgadas a los medios de comunicación regionales y locales se distribuyen de forma justa y transparente. Los Gobiernos autonómicos aportan la mayoría de estas subvenciones. Por otro lado, el acceso a los medios comunitarios está asociado a un alto riesgo. Aunque la Ley 7/2010 de Comunicación Audiovisual reconoce a los medios comunitarios (sin ánimo de lucro), ninguna radio o televisión de estas características ha obtenido nunca una licencia, y por tanto los que funcionan actualmente emiten de manera ilegal. Que la ley no garantice la independencia de los medios comunitarios justifica, también, su evaluación como de alto riesgo.

El indicador **Acceso de las mujeres a los medios de comunicación** se considera de alto riesgo, con un 83%. Esto representa un incremento de casi el 20% respecto al informe de 2020. En España, la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en general y la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en lo que se refiere a los medios de comunicación está ampliamente regulada [46] [47] [48]. Sin embargo, el número de mujeres en puestos directivos ha disminuido drásticamente en 2021. Desde la elección de un nuevo Consejo de Administración de RTVE en marzo de 2021, no hay ninguna mujer entre los ejecutivos. El número de mujeres en el consejo de administración del ente público representa el 38% [NOTA_1365] [49]. En la empresa privada, el número de mujeres en puestos ejecutivos de la empresa privada se ha reducido del 29% al 0%, y el número de mujeres en los consejos de administración ha descendido del 30% al 14% [50] [51]. También es importante mencionar la existencia de una importante brecha salarial en las empresas, tanto públicas como privadas, que oscila entre el 5 y el 28% [49] [53] [54].

Como nota relativamente positiva, el nombramiento de Pepa Bueno como directora de el diario El País [52] incrementa de cero a uno el número de mujeres entre los directores de los principales medios de comunicación españoles.

También se ha deteriorado el sub indicador de representación de las mujeres. Según el último Proyecto de Monitoreo Global de Medios (septiembre de 2020), apenas un 2% de las noticias publicadas en la prensa tradicional o emitidas en radio o televisión desafían los estereotipos de género. En los medios digitales, el porcentaje se eleva al 5% [55]. El mismo informe muestra que solo 26% de los sujetos sobre los que se informa en prensa, radio y televisión son mujeres (28% en el GMMP 2015). En el caso de los periódicos

digitales, el porcentaje se eleva al 31% (33% en el GMMP 2015). Todos los informes consultados muestran que las mujeres aparecen sistemáticamente menos que los hombres como voces expertas en los medios de comunicación. Durante la pandemia de Covid-19, el número de mujeres en las noticias relacionadas con la salud (donde suelen tener una fuerte presencia) retrocedió, justo cuando este tema se convirtió en protagonista. Estos datos coinciden con estudios internacionales [56] [57].

El riesgo asociado al **indicador de alfabetización mediática** es medio y similar al del año pasado, con un 50%. La Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (también conocida como Ley Celaá), regula la evaluación de los aprendizajes de los alumnos de secundaria, que será continua, formativa e inclusiva. Además, introduce la asignatura de Educación en valores cívicos y éticos y prevé un plan de contingencia para los centros en situaciones de emergencia, así como un plan de mejora que debe incluirse en el proyecto educativo.

Por su parte, la Resolución de 2 de julio de 2020, por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Educación sobre el marco de referencia de la competencia digital docente, podría suponer alguna mejora en el campo de la alfabetización mediática, pero estas nuevas medidas aún no se han aplicado. Así pues, en la actualidad, la alfabetización mediática está presente en el currículo educativo, pero de forma limitada. Los profesores solo reciben una formación ocasional e insuficiente.

En cuanto a la educación no formal, son conocidas las iniciativas organizadas por la sociedad civil como Spectus, Teleduca, HEKO Kolektiboa, Entrelínies, o Abaoquo. En este sector coexisten dos enfoques: el primero, a menudo identificado con asociaciones de padres y usuarios, que monitorea desde una actitud más pasiva la aplicación de los mecanismos de regulación del sector audiovisual, y un segundo enfoque más implicado, que defiende la necesidad de potenciar activamente la alfabetización mediática.

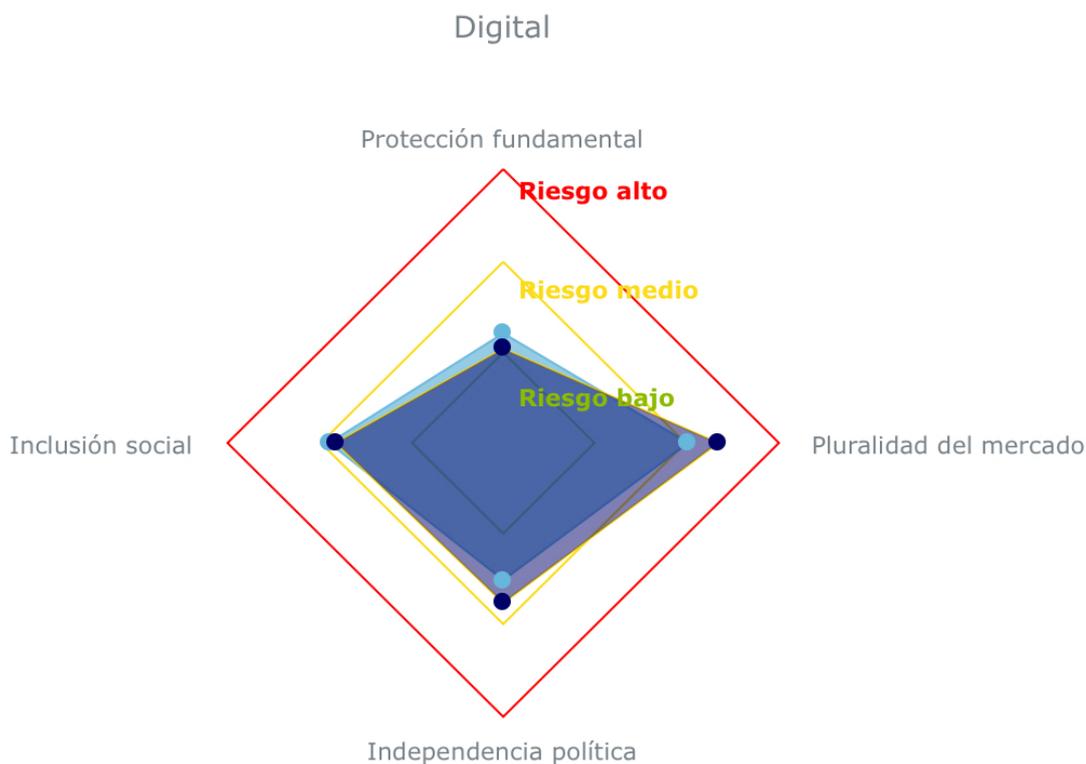
Aunque el porcentaje ha bajado del 90 al 71% este año, la **Protección contra los discursos ilícitos y nocivos** se valora como de alto riesgo. A pesar de las numerosas iniciativas llevadas a cabo por la sociedad civil para luchar contra la desinformación, esta sigue estando muy extendida en España. Puede explicarse, en parte, por el discurso poco claro o contradictorio que a menudo emana de las autoridades, o por la sobrecarga de información. Es pertinente señalar que el impacto de la desinformación en el ámbito de la salud y en relación con el coronavirus ha generado tensión social. En España se han celebrado numerosas manifestaciones en protesta contra el uso obligatorio de la mascarilla, y a favor de la postura que niega la veracidad de la información oficial sobre la pandemia. El Consejo de Seguridad Nacional aprobó en octubre de 2020, siguiendo las disposiciones del Plan de Acción para combatir la desinformación aprobado por el Consejo Europeo en diciembre de 2018, un procedimiento de actuación contra la desinformación. Este procedimiento señala cuáles son los organismos responsables en España de la lucha contra la desinformación y contempla la colaboración del sector privado y la sociedad civil en este ámbito. Asimismo, establece cuatro niveles para detectar la desinformación y hacer frente a las campañas de esta naturaleza, así como la necesidad de intercambiar información y buenas prácticas entre los países miembros de la UE.

Por su parte, la sociedad civil ha liderado un buen número de iniciativas destinadas a luchar contra la desinformación. Por ejemplo, Zaska Antirumorez, una agrupación de 30 organizaciones que tiene como objetivo combatir los discursos de odio y los mensajes de discriminación que se extienden a través de la desinformación. O también Learntocheck, una plataforma web pionera centrada en la formación contra la desinformación, con contenidos totalmente abiertos y trilingües. Algunos de los fact-checkers españoles (Newtral, Maldita, EFE Verifica, RTVE Verifica, Verificat...) participan en este tipo de iniciativas.

En cuanto a las instituciones del Estado, han sido muchas las campañas y acciones contra la desinformación que se han llevado a cabo en España. Un ejemplo de ello lo encontramos en la campaña lanzada en marzo de 2020, a través del hashtag #EsteVirusLoParamosUnidos, el mismo día que se declaraba el estado de alarma. El hashtag se publicó en forma de publicidad convencional en diferentes medios de comunicación generalistas, además de difundirse masivamente en redes sociales. El eslogan apelaba directamente al tema tratado en este punto: "Lo paramos cuando no compartes información falsa". En la misma línea, en febrero de 2020 el Centro Criptológico Nacional publicó un comunicado sobre cómo actuar ante las campañas de desinformación, que incluía un decálogo de seguridad en el que recomendaba, entre otras cosas, realizar un análisis de las fuentes de noticias y dudar de las capturas de pantalla difundidas por las redes sociales. Cuantificar la eficacia de estas acciones es difícil, debido al hecho de que en realidad se desconoce la cantidad de contenidos desinformativos que circulan por todo el país, y a que, en consecuencia, es imposible saber qué porcentaje de estos contenidos es detectado.

4. Pluralismo en el entorno online: evaluación de los riesgos

España: Areas de riesgo para el pluralismo mediático



JS chart by amCharts

CEVI
CENTRE FOR MEDIA
PLURALISM AND
MEDIA FREEDOM
MPM 2022

El pluralismo en el entorno en línea tiende a tener riesgos similares en comparación con la evaluación de riesgos general. Respecto al pluralismo en el entorno online, España presenta un mayor riesgo en el área de Pluralidad de Mercado (78%), riesgo medio en Inclusión Social (60%), Independencia Política (58%) y un riesgo menor en el área de Protección Básica (34%). Estas cifras representan un ligero aumento en tres de las cuatro áreas. Estos son: Independencia Política (1%), Protección Básica (2%) y Pluralidad de Mercado (6%). Sin embargo, también se traduce en una caída de hasta 10 puntos en el área de Inclusión Social, que cambia su estatus de riesgo alto a riesgo medio con respecto al informe de 2021. También es interesante comparar las cifras del apartado digital con las referidas al resto de indicadores de cada área, descritos anteriormente. En este sentido, las áreas de Pluralidad de Mercado e Independencia Política obtienen una mayor puntuación de riesgo, hasta un 6% y un 8%, respectivamente. En cuanto a las áreas de Protección Básica e Inclusión Social, se observa una puntuación algo mejor en Pluralismo en el entorno online. Sin embargo, esto implica solo un 4% en Protección Básica y un 2,5% en Inclusión Social.

Protección básica

España ha implementado a través de la legislación nacional (Ley 25/2007, de 18 de octubre) la derogación prevista en el GDPR sobre libertad de expresión y actividades periodísticas de forma que cumple con el artículo 10(2) del Convenio Europeo de Derechos Humanos. Sin embargo, no garantiza adecuadamente un equilibrio adecuado entre la protección de datos y la libertad de expresión con respecto a las actividades periodísticas.

Según el artículo 20.1. de la Constitución Española, se reconoce y protege el derecho "a expresar y difundir libremente el pensamiento, las ideas y las opiniones de palabra, por escrito o por cualquier otro medio de reproducción". A pesar de ello, existe un riesgo medio en cuanto a la protección de la libertad de expresión.

Así, aunque la libertad de expresión en línea está claramente definida en la ley, las restricciones a la libertad de expresión en línea no son 'proporcionadas' al objetivo legítimo perseguido. En este punto, se puede afirmar que existen violaciones ocasionales relacionadas con el filtrado, monitorización, bloqueo o eliminación arbitraria de contenido en línea. Algunos investigadores [58] consideran que la popularización de las redes sociales como foro de expresión de ideas y debate político ha incrementado la tensión entre la libertad de expresión y el control por parte de las autoridades. A modo de ejemplo, algunas leyes existentes en el Código Penal vigente plantean una amenaza a la libertad de expresión. Así, la PDLI denunció el 10 de diciembre de 2019 en Ginebra ante el Consejo de Derechos Humanos de la ONU, violaciones a la libertad de expresión en España. Por ejemplo, una novedad preocupante fue el Real Decreto-ley 14/2019, de 31 de octubre, por el que se adoptan medidas urgentes por razones de seguridad ciudadana en materia de administración digital, contratación del sector público y telecomunicaciones.

La Plataforma para la Defensa de la Libertad de Información (PDLI) considera que el hecho de que el Real Decreto permita al Gobierno "la intervención de las redes y servicios de comunicaciones electrónicas en determinados supuestos excepcionales que puedan afectar al orden público, la seguridad pública y la seguridad nacional" es verdaderamente preocupante. En febrero de 2020, las organizaciones Amnistía Internacional y ARTICLE 19 denunciaron que este Real Decreto otorga poderes excesivos al gobierno para intervenir, suspender o hacerse cargo de la gestión de las redes y servicios de comunicaciones electrónicas sin mecanismos de control para evitar que se aplique de forma desproporcionada y arbitraria. Consideran que el Real Decreto fomenta la censura previa y la censura de contenidos de Internet por parte del Gobierno.

También existe un riesgo medio relacionado con las garantías de la libertad de expresión en línea. Es importante señalar que uno de los problemas es que en España, a diferencia de otros países, no se regula el derecho a la información de los ciudadanos, que establece los deberes y derechos de los periodistas, según el Sindicato de Periodistas de Cataluña (2015) [59]. Un aspecto que vale la pena mencionar es que las plataformas en línea muestran algunos datos de las solicitudes de los gobiernos, pero aún no cooperan para explicar el bloqueo o la eliminación de contenido realizado de acuerdo con sus términos y condiciones y/o reglas y procedimientos internos. El año pasado, Twitter suspendió o bloqueó diferentes cuentas en España, incluidas personas famosas que apoyaron campañas contra la vacunación o cuentas del partido político de extrema derecha Vox o de la izquierda Podemos. En estos casos, las plataformas normalmente explican el motivo del bloqueo, pero se necesita más transparencia, ya que no informan sobre esto en sus informes periódicos. Cabe destacar, también, la existencia de algunas amenazas relacionadas con la seguridad en línea de los periodistas. Por ejemplo, en 2021 algunos medios de comunicación digitales, como La Marea o El Salto, sufrieron fuertes ciberataques que hicieron inaccesibles sus sitios web durante algún tiempo, así como los correos electrónicos de los periodistas [60]. En el caso de los ataques en línea, son las mujeres periodistas las que corren mayor riesgo, aunque faltan datos sobre este tipo de amenazas.

Pluralidad del mercado

La legislación española no tiene ninguna disposición específica que obligue a los medios informativos digitales (entendidos como nativos digitales) a declarar públicamente su titularidad. Por ello y considerando los diferentes parámetros que se desarrollarán a continuación, se puede argumentar que el riesgo en este indicador es muy alto. Por lo tanto, no se puede decir que la divulgación de la propiedad de los medios de noticias digitales se proporcione de forma efectiva a los organismos públicos y a la ciudadanía.

Las garantías regulatorias diseñadas para evitar la concentración en el sector de los medios tampoco se aplican a los medios de noticias digitales. En cuanto a la concentración de plataformas en línea y la

aplicación de la competencia, hay que destacar que la principal forma en que las personas acceden a las noticias en línea en España es principalmente vía webs intermedias. Según datos de Digital News Report 2021, los españoles acceden a las noticias principalmente a través de intermediarios (el 59% de los ciudadanos utiliza esta opción frente al 51% que utiliza el acceso directo a las noticias a través de una página web; los resultados no son excluyentes). Más concretamente, el 79 % dice acceder a las noticias online, siendo el 63 % la televisión, el 56 % a través de las redes sociales y solo el 34 % los periódicos. Además, la cuota de ingresos por publicidad online de los Top4 webs en España es del 80 % [61], y la concentración de audiencia online es del 71% entre las cuatro primeras [62].

El indicador digital específico sobre la concentración de plataformas en línea y la aplicación de la competencia tiene un riesgo medio. En España, se puede evitar un alto grado de concentración de la propiedad aplicando reglas de competencia que consideren las especificidades y la evolución digital del sector de los medios. Lo mismo ocurre en el mercado de la publicidad digital. Sin embargo, este no es el caso para todos los medios.

En abril de 2019 la CNMC inició una investigación sobre las condiciones de competencia en el sector de la publicidad online en España. Pero esta fue una investigación consultiva, sin capacidad sancionadora. En una primera fase, se abrió una consulta pública a operadores, reguladores, consumidores y expertos del sector, en la que participaron 65 actores. Las respuestas remitidas por FEDE (patrona de agencias de publicidad), la Asociación de Anunciantes de España, la Asociación Española de Medios Publicitarios, la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos y CEDRO, entre otros, que pueden consultarse en la web de la CNMC, apuntan a la existencia de una situación de concentración de la publicidad digital en España. También respondió Google (que negó que hubiera un problema de competitividad en el mercado español), pero no Facebook.

En una segunda fase, la CNMC solicitó información a los actores relevantes, tras lo cual la tenía previsto elaborar un documento final, cuya publicación estaba prevista para principios de 2020. Finalmente ha sido publicado en julio de 2021, sin que ello suponga ninguna actuación posterior por parte del regulador o el gobierno, aunque los documentos establecen la necesidad de una distribución más justa del mercado de publicidad digital.

En consecuencia, el único sector con potestad administrativa es el sector audiovisual, donde rige la CNMC, que tiene la potestad de supervisar los procesos de concentración e imponer sanciones de acuerdo con la Ley 7/2010, de 31 de marzo. Sin embargo, esta ley sólo prevé el control de los procesos de concentración horizontal. Para el resto de medios se aplica la ley genérica de competencia. Todo ello configura un panorama de pluralidad de mercado en España en el que los ingresos de los medios informativos nativos digitales han disminuido en el último año [63]. Además, los esquemas de apoyo público para el sector de los medios no cubren los medios en línea.

En este sentido, la citada 'Ley Iceta', Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, establece el fin del Canon AEDE y ha permitido el regreso de Google News a España. Además, el artículo 73, que trata sobre el 'Uso de contenido protegido por proveedores de servicios para compartir contenido en línea' ha recibido varias críticas ya que abre la puerta a aplicar la censura directa a través de algoritmos y amplía el impacto al agregar responsabilidad adicional en relación con el contenido en streaming. Según esta ley, las plataformas serán "responsables de los actos no autorizados de comunicación al público, incluida la prestación de obras y otros servicios protegidos por derechos de propiedad intelectual". Es decir, si hay contenido protegido por derechos de autor, la responsabilidad recaerá en la plataforma y no en el usuario

que lo ha subido. Los efectos de la ley aún no se han analizado con cierta perspectiva de tiempo al momento de escribir este informe.

Independencia Política

Los riesgos digitales en esta área están relacionados principalmente con las normas sobre publicidad política en línea. La regulación actual se aplica también a la publicidad política en las plataformas en línea durante las campañas electorales. Esta legislación no brinda transparencia, y ni siquiera el grado de acción o los límites a los partidos políticos son claros. Además, las reglas para los partidos políticos existen pero no se implementan de manera efectiva. Por ejemplo, con respecto a la transparencia, hay una falta de información disponible en los sitios web de los partidos políticos sobre las cantidades que gastan en campañas políticas en las redes sociales.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) es el organismo encargado en España de la vigilancia de los datos personales de las personas físicas y su uso por parte de las administraciones públicas y empresas privadas. La AEPD jugó un papel relevante en la configuración de la interpretación del artículo 58 bis de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, de Régimen Electoral General (LOREG) (Ley Institucional de la Representación del Pueblo), modificado por la nueva Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, sobre Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Como la modificación propuesta por la nueva Ley Orgánica 3/2018 suscitó algunas dudas, la AEPD publicó un comunicado sobre la correcta interpretación de la ley. La declaración limita claramente la capacidad de los partidos políticos para hacer anuncios políticos en las redes sociales durante los procesos electorales.

Inclusión social

El riesgo asociado al indicador de Protección contra expresiones ilegales y nocivas ha disminuido del 90% en la edición anterior del MPM al 72% esta última edición. A pesar de esta evolución tan positiva, el nivel de riesgo se mantiene en el rango de alto riesgo por diferentes motivos. La desinformación está muy extendida en España y se han observado unas claras consecuencias sobre los derechos fundamentales y la democracia. Además, el marco regulatorio existente es ineficiente. En esta misma dirección, las campañas de desinformación son generalizadas y, en un sentido relativo, efectivas. Sin embargo, existe también un riesgo para la libertad de expresión si el proceso penal se utiliza preferentemente para perseguir acciones vinculadas a la desinformación, como indica, por ejemplo, la Fiscalía General del Estado. En cuanto a la Protección contra el discurso de odio, es fundamental señalar que los delitos de odio están tipificados en el artículo 510 del Código Penal. Este artículo fue modificado por la Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, y entró en vigor el 1 de julio de 2015. El discurso del odio se ha incrementado en los últimos años debido al uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Además, las nuevas tecnologías también han amplificado su potencial expansión, aumentando el daño a las víctimas. Es decir, el marco regulatorio existente relacionado con los discursos de odio y la desinformación es ineficaz y vulnera la libertad de expresión.

En España existe un Procedimiento de Actuación contra la Desinformación, aprobado por el Consejo de Seguridad Nacional en octubre de 2020, en base a lo establecido en el Plan de Acción para combatir la desinformación aprobado por el Consejo Europeo, en diciembre de 2018. Además, son numerosas las iniciativas llevadas a cabo de la sociedad civil para luchar contra la desinformación, en el que participan algunos de los fact-checkers españoles (Newtral, Maldita, EFE Verifica, RTVE Verifica, Verificat...). Hay que tener en cuenta que el 31% de la población española tiene unas competencias digitales globales bajas. Al mismo tiempo, el 57% de la población tiene habilidades digitales generales básicas o por encima de las básicas.

5. Conclusiones

La situación en España sigue siendo similar a la del informe MPM del ejercicio anterior. El riesgo medio domina en todas las áreas de estudio excepto en la de Pluralidad de Mercado, sin que se observen mejoras a destacar ni grandes descensos en relación con el año pasado. Las áreas que mejoran en relación con los MPM anteriores tienen que ver con la recuperación de los efectos de la pandemia. En ninguna de las cuestiones más importantes el país experimentó una mejora debido a cambios políticos o normativos, aunque existen indicios de que quizás se decidan e implementen algunas reformas legales el próximo año. En cualquier caso, España es un país que ha visto cómo, en los últimos años, los riesgos para el pluralismo de los medios de comunicación han aumentado. La situación actual estabiliza esta posición, sin avances que mitiguen o aumenten los riesgos.

En el ámbito de la **Protección Básica**, la mayoría de los indicadores continúan en unos niveles de riesgo similares a los del último informe. No se ha aprobado la legislación pertinente para reformar algunas de las leyes que imponen riesgos desde la libertad de expresión y el derecho a la información. Por ejemplo, a pesar de que el gobierno ha reclamado la reforma de las leyes orgánicas 1/2015 y 4/2015, no se ha avanzado en este sentido. En 2021, el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (CEDH) condenó a España en diferentes ocasiones, al considerar que se ha producido una "injerencia de los poderes públicos en el derecho a la libertad de expresión". También continúan los problemas en relación con el derecho a la información (ausencia de una Ley Orgánica que lo defienda) y también en la protección de los denunciantes (no hay transposición de la Directiva de la UE). La profesión, las normas y la protección del periodismo experimentan una cierta mejora después de que se hayan mitigado los efectos de la pandemia del COVID-19 en la economía. El desempleo de los periodistas se ha reducido. Además, aunque sigue habiendo casos de acoso a periodistas, son menos frecuentes que en los últimos años, debido principalmente a un contexto político menos conflictivo, y con menos manifestaciones y enfrentamientos con las fuerzas del orden.

Recomendaciones:

- **El gobierno de coalición (PSOE-Podemos) debe implementar cambios en las leyes actuales que ponen en peligro la libertad de expresión e información, tal y como prometió durante la pasada campaña electoral.**
- **Aplicar protecciones efectivas para la profesión periodística, especialmente en lo que se refiere a las condiciones económicas y laborales, pero también sobre las amenazas físicas y online.**

La **Pluralidad del Mercado** es el área que experimenta un mayor nivel de riesgo, con tres de sus indicadores situados en alto riesgo. España sigue siendo un país con falta de transparencia sobre la propiedad de los medios de comunicación, ya que por ley sólo es obligatorio informar sobre los medios audiovisuales. España aún no ha transpuesto la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual ni el Código Europeo de Comunicaciones Electrónicas. Además, en España sólo se regula específicamente la concentración horizontal en el sector de los medios audiovisuales. La concentración de medios es, por lo tanto, un gran problema en el sistema de medios español, en diferentes sectores de los medios. En la televisión, los dos principales grupos mediáticos reúnen el 80% de los ingresos publicitarios, mientras que en la radio los tres principales propietarios de medios obtienen el 96% de los ingresos. En el sector de la prensa sólo se pueden hacer estimaciones, aunque los datos parecen señalar que los cuatro principales grupos editoriales alcanzaron el 87% de las audiencias. La falta de datos fiables sobre el sector digital

sigue siendo una carencia importante. Por último, es necesario regular el mercado digital para incentivar la competencia: Meta y Google acaparan el 70% de los ingresos, según el regulador español. Aunque se han aprobado varias iniciativas legislativas al respecto, aún es pronto para evaluar sus efectos. Por último, es necesario destacar que el indicador de viabilidad de los medios de comunicación mejora, ya que los efectos de la COVID-19 sobre la industria de los medios de comunicación se han reducido durante el último año. A pesar de ello, no se puede afirmar que la situación haya vuelto completamente a las cifras anteriores a la pandemia.

Recomendaciones:

- **Controlar la concentración de los ingresos publicitarios en el mercado audiovisual y digital.**

El área de **Independencia Política** presenta una valoración global de riesgo medio, cuyo único indicador de alto riesgo se encuentra en la Autonomía Editorial. Los nombramientos de redactores jefe y otros profesionales, tanto en puestos de dirección como de redacción, siguen estando muy influenciados por las presiones e influencias del mercado y la política, lo que perjudica a la profesión periodística en su conjunto. Los periodistas carecen también de un marco regulatorio que defienda su imparcialidad e independencia editorial, tanto en los medios de comunicación privados como en los públicos. En lo que respecta a los PSM, las recientes reformas legales no se han aplicado en su totalidad, mientras las elecciones de los miembros del consejo de administración de los PSBs, tanto regionales como nacionales, siguen dependiendo de las mayorías parlamentarias, sin garantías de independencia política. La publicidad institucional y otras formas de financiación pública a los medios de comunicación de carácter privado siguen siendo una cuestión controvertida en el país.

Recomendaciones:

- **Reformar las leyes y reglamentos para garantizar la independencia política y económica de los medios de comunicación públicos y privados. Esto incluiría también reformas relativas a la transparencia sobre la propiedad de los medios, la publicidad y las subvenciones estatales, la protección de los denunciantes y el nombramiento de los consejos de administración de los PSM, tanto a nivel nacional como regional.**

Por último, la **Inclusión Social** muestra, en general, una situación de riesgo medio, aunque hay indicadores que se encuentran en niveles de alto riesgo. El más relevante es el acceso de las mujeres a los medios de comunicación, que pasó del 63 al 83% en tan sólo un año. Siguen existiendo grandes diferencias salariales y el número de mujeres en puestos de dirección es aún muy bajo, a pesar de representar un gran porcentaje de los profesionales de los medios de comunicación. La proporción de mujeres que aparecen como expertas en diferentes sectores, especialmente en relación con la pandemia del COVID-19, se ha reducido en comparación con años anteriores. Respecto a la protección contra el discurso ilegal y dañino, este indicador continúa marcando un alto riesgo, a pesar del creciente número de iniciativas en el país contra estas prácticas, así como de la conformación de una esfera pública menos convulsa. Sin embargo, las amenazas en línea siguen siendo frecuentes, aunque analizar su frecuencia o relevancia sigue siendo una tarea compleja.

Recomendaciones:

- **Reconocer el peligro y los efectos particulares de las amenazas en línea dirigidas a las mujeres periodistas.**
- **Mitigar la brecha salarial existente, así como la presencia desequilibrada de mujeres en puestos directivos.**

6. Referencias

- [1] Spanish Constitution, article 20.1a: The right "to freely express and disseminate thoughts, ideas and opinions by word, writing or any other means of reproduction" is recognized and protected. https://www.congreso.es/constitucion/ficheros/c78/cons_ingl.pdf
- [2] Organic Law 1/2015, 30 March, which modifies the Organic Law 10/1995, of November 23, of the Penal Code. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2015/03/30/1/dof/spa/pdf>
- [3] Organic Law 4/2015, 30 March, of citizen security protection. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-3442-consolidado.pdf>
- [4] See: <https://www.mjusticia.gob.es/es/area-internacional/tribunal-europeo-derechos/jurisprudencia-tedh/asuntos-espana-sido-parte/convenio-europeo-derechos/articulo-libertad-expression>
- [5] See: <https://rm.coe.int/letter-to-mr-mr-juan-carlos-campo-minister-of-justice-of-spain-by-dunj/1680a1c05e>
- [6] López-Fonseca, Óscar (2021) La Audiencia Nacional ordena el ingreso en prisión del rapero Pablo Hasél. *El País*, January 28, 2021. <https://elpais.com/espana/2021-01-28/la-audiencia-nacional-ordena-el-ingreso-en-prision-del-rapero-pablo-hasel.html>
- [7] See: <https://libertadinformacion.cc/wp-content/uploads/2021/11/CARTA-LEYMordaza-101121.pdf>
- [8] Spanish Constitution, article 20.1d: The right "to freely communicate or receive truthful information by any means of dissemination" is recognized and protected. https://www.congreso.es/constitucion/ficheros/c78/cons_ingl.pdf
- [9] Law 19/2013, 9 December, of transparency, access to public information and good governance. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-12887-consolidado.pdf>
- [10] Royal Decree 919/2014, of October 31, approving the Statute of the Council for Transparency and Good Governance. <https://www.boe.es/boe/dias/2014/11/05/pdfs/BOE-A-2014-11410.pdf>
- [11] See: https://www.consejodetransparencia.es/ct_Home/Actividad/memorias_planes/memoria2020.html
- [12] See: <https://rsf.org/es/espana>
- [13] See: <https://www.access-info.org/wp-content/uploads/2021-Declaracion-del-Dia-Internacional-CPA-CIT-2.pdf>
- [14] González, Miguel (2021) Los "altos secretos" de Estado estarán bajo llave al menos 50 años. *El País*, December 15, 2021. <https://elpais.com/espana/2021-10-31/los-altos-secretos-de-estado-estaran-bajo-llave-al-menos-50-anos.html>
- [15] APM. Informe Anual de la Profesión Periodística 2020. <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2021/11/Informe-Anual-profesion-periodistica-APM-2020-web.pdf>
- [16] Martín, Xose (2021) El paro de los periodistas desciende un 15,2% en 2021. APM, December 15, 2021. <https://www.apmadrid.es/comunicado/el-paro-de-los-periodistas-desciende-un-152-en-2021/>
- [17] Law 3/2013, of June 4, creating the National Markets and Competition Commission. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2013/BOE-A-2013-5940-consolidado.pdf>
- [18] Europa Press (2021) [PSOE y Podemos plantean concurso público y mayoría reforzada del Congreso para renovar la CNMC o el Banco de España](https://www.europapress.es/psoe-y-podemos-plantean-concurso-publico-y-mayoria-reforzada-del-congreso-para-renovar-la-cnmc-o-el-banco-de-espana).
- [19] See: https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/CNMC/Intervenciones_públicas/20210302_Comparacencia_Congreso_Comisión_Calidad Democrática_web.pdf
- [20] Law 7/2010, of March 31, General of Audiovisual Communication: <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>
- [21] Royal Decree-law 7/2021, of April 27: <https://www.boe.es/boe/dias/2021/04/28/pdfs/BOE-A-2021-6872.pdf>
- [22] Law 15/2007, of July 3, Defense of Competition: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-12946-consolidado.pdf>
- [23] CNMC (2022) [Estadísticas audiovisual 3T: Los ingresos de la televisión se mantienen estables](https://www.cnmc.es/estadisticas-audiovisual-3t).

- [24] CNMC (2021) [Study on the competition conditions in the online advertising sector in Spain](#).
- [25] Law 4/2020, of October 15, of the Tax on Certain Digital Services: <https://www.boe.es/boe/dias/2020/10/16/pdfs/BOE-A-2020-12355.pdf>
- [26] See: <https://www.europapress.es/economia/fiscal-00347/noticia-espana-otros-paises-llegan-acuerdo-eeuu-impuesto-digital-evitan-aranceles-previstos-20211021182048.html>
- [27] APM (2022) [Los ingresos de las editoras de diarios crecieron el 4% en 2021. según Deloitte. Asociación de la Prensa de Madrid](#).
- [28] MARTÍN, X. (2021) [El paro de los periodistas desciende un 15,2% en 2021. Asociación de la Prensa de Madrid](#).
- [29] See: <https://www.edelman.com.es/TRUST-BAROMETER-SPAIN-2021>
- [30] See: <https://www.autocontrol.es/wp-content/uploads/2020/10/codigo-de-conducta-publicidad-influencers.pdf>
- [31] Law 17/2006, of June 5, on state-owned radio and television. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958>
- [32] "La PDLI lamenta el reparto partidista del Consejo de RTVE y lo tacha de 'grave retroceso'". <https://libertadinformacion.cc/la-pdli-lamenta-el-reparto-partidista-del-consejo-de-rtve-y-lo-tacha-de-grave-retroceso/#>
- [33] Law 7/2010, of March 31, General of Audiovisual Communication. <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>
- [34] Law 29/2005, of 29 December, of Institutional Advertising and Communication. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2005/BOE-A-2005-21524-consolidado.pdf>
- [35] (2021, February 2). Gobierno dedica 123 millones al plan de publicidad institucional, un 86 % más. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/politica/20210209/6235366/gobierno-dedica-123-millones-plan-publicidad-institucional-86-mas.html>
- [36] (2020, May 26). Una quincena de medios promueve una nueva ley de publicidad institucional. *Público*. <https://www.publico.es/actualidad/medios-comunicacion-quincena-medios-promueven-nueva-ley-publicidad-institucional.html>
- [37] (2021, June 29). Los medios públicos españoles muy por debajo de la media europea en independencia y pluralismo. FESP (Federación de Sindicatos de Periodistas). <https://fesperiodistas.org/los-medios-publicos-espanoles-muy-por-debajo-de-la-media-europea-en-independencia-y-pluralismo/>
- [38] Law 5/1985, of June 19, on the General Electoral System. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-11091
- [39] Law 19/2014 on Transparency and Good Governance. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-470-consolidado.pdf>
- [40] Royal Decree-Law 11/2020, of 31 March, adopting additional urgent measures in the areas of employment and economics to deal with the COVID-19. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-4208>
- [41] OSCE's Oslo Recommendations (1998). The Oslo Recommendations Regarding the Linguistic Rights of National Minorities & Explanatory Note. <http://www.osce.org/hcnm/67531?download=true>
- [42] CIS (2021). Barómetro de octubre. https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3320_3339/3337/es3337mar.pdf
- [43] CNMC (2021) INFORME SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE SERVICIO PÚBLICO POR LA CORPORACIÓN RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA Y SU FINANCIACIÓN AÑO 2018. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/3424536.pdf>
- [44] Law 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual - Jefatura del Estado (2010). Retrieved from: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf>

- [45] Law 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (2003). Retrieved from: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20253>
- [46] Law 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-19188>
- [47] Law 17/2015, de 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres. Retrieved from https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-9676
- [48] Organic Law 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-6115>
- [49] RTVE. (2020). *Memoria 2020. Sobre el cumplimiento de la función de servicio público y la responsabilidad social corporativa*. Retrieved from <https://www.rtve.es/rtve/20201210/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>
- [50] Equipo Directivo - Mediaset. Retrieved April 18, 2022, from <https://www.mediaset.es/inversores/es/equipo-directivo/>
- [51] Equipo directivo | ATRESMEDIA CORPORACION. Retrieved April 18, 2022, from <https://www.atresmediacorporacion.com/sobre-nosotros/equipo-directivo/>
- [52] Pepa Bueno, nueva directora de EL PAÍS | Comunicación y Medios | EL PAÍS. Retrieved April 18, 2022, from <https://elpais.com/comunicacion/2021-07-27/pepa-bueno-nueva-directora-de-el-pais.html>
- [53] CNMV - Informes financieros anuales Mediaset España Comunicación, S.A. (n.d.). Retrieved April 1, 2022, from <https://www.cnmv.es/portal/Consultas/IFA/ListadoIFA.aspx?id=0&nif=A-79075438>
- [54] Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S. A. (n.d.). *Cuentas Anuales 31 de diciembre de 2020*. Retrieved from <https://www.atresmediacorporacion.com/accionistas-inversores/informacion-economica-financiera/cuentas-anuales-auditadas/>
- [55] Macharia, S. (2020). *Global Media Monitoring Project*. Retrieved from <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports/>
- [56] Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2020). *Anàlisi de la presència de les dones en la informació sobre la pandèmia de la COVID-19. Informe 118/2020*. Retrieved from <https://www.cac.cat/documentacio/acord-712020-daprovacio-linforme-1182020-20-juliol-larea-continguts-analisi-la>
- [57] Kassova, L. (2020). *The Missing Perspectives of Women in News*. Retrieved from <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf%0Ahttps://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2020.1784326>
- [58] Llinares, F. M., & Bellvís, A. B. G. (2019). Freedom of expression in social media and criminalization of hate speech in Spain: Evolution, impact and empirical analysis of normative compliance and self-censorship. *Spanish Journal of Legislative Studies*, (1).
- [59] Union of Journalists of Catalonia (2015). *Comparativa europea sobre derecho a la información*. Retrieved from: <https://sindicatperiodistes.cat/comparativa-europea-sobre-derecho-a-la-informacion/>
- [60] Hidalgo Pérez, M. (2021). Un ciberataque mantiene en jaque a distintos medios de comunicación españoles desde el viernes. *El País*. Retrieved from <https://elpais.com/tecnologia/2021-11-22/un-ciberataque-mantiene-en-jaque-a-distintos-medios-de-comunicacion-espanoles-desde-el-viernes.html>
- [61] CNMC (2021). *La CNMC publica un estudio sobre el sector de la publicidad online en España*. Retrieved from: <https://www.cnmc.es/prensa/estudio-publicidad-online-espana-cnmc-20210726>
- [62] AIM (2021). EGM: 3ª ola 2021. Retrieved from: <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>
- [63] APM (2020). *Informe anual de la profesión periodística. Asociación de la prensa de Madrid*. Retrieved from: <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2021/11/Informe-Anual-profesion-periodistica-APM-2020-web.pdf>

APÉNDICE I. EQUIPO PAÍS

Nombre	Apellido	Posición	Institución	MPM2022 CT Líder
<i>Jaume</i>	<i>Suau Martínez</i>	<i>Profesor</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	X
<i>Carlos</i>	<i>Ruiz Caballero</i>	<i>Profesor</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Pablo</i>	<i>Capilla García</i>	<i>Profesor</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Elena</i>	<i>Yeste Piquer</i>	<i>Profesora</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>David</i>	<i>Puertas Graell</i>	<i>Investigador</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Lidia</i>	<i>Cordero Triay</i>	<i>Investigadora</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Judit</i>	<i>Agràs Masdeu</i>	<i>Ayudante Investigación</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	

APÉNDICE II. GRUPO DE EXPERTOS

El Grupo de Expertos está compuesto por especialistas con un conocimiento sustancial y una experiencia reconocida en el campo de los medios de comunicación. La función del Grupo de Expertos fue revisar las respuestas del equipo del país a 16 variables de las 200 que componen el MPM2022. Consultar el punto de vista de reconocidos expertos tiene el objetivo de maximizar la objetividad de las respuestas dadas a variables cuya evaluación podría considerarse subjetiva y, por tanto, asegurar la precisión de los resultados finales del MPM. Sin embargo, es importante subrayar que el informe final del país no refleja necesariamente las opiniones individuales de los expertos que participaron. Solo representa las opiniones del equipo nacional en el país que llevó a cabo la recogida de datos y que fue el autor del informe.

Nombre	Apellido	Posición	Institución
<i>Joan</i>	<i>Barata</i>	<i>Académico</i>	<i>The Center for Internet and Society. Stanford University</i>
<i>Aitor</i>	<i>Moll Sarasola</i>	<i>Vicepresidente de la Asociación de Medios de Información (AMI)</i>	<i>CEO de Prensa Ibérica y del Grupo Zeta</i>

<i>Francesc</i>	<i>Ràfols Sagués</i>	<i>President of the journalists association</i>	<i>Sindicat de Periodistes de Catalunya</i>
<i>Alejandro</i>	<i>Perales</i>	<i>Presidente</i>	<i>Asociación de Usuarios de la Comunicación</i>

Informe del proyecto de investigación

Publicación -
Julio 2022

doi:10.2870/977270
ISBN:978-92-9466-307-8
QM-07-22-565-ES-N



Publications Office
of the European Union

