

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 2022

Informe país : España

Jaume Suau, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Pablo Capilla García, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

David Puertas Graell, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Miguel Franquet, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Elena Yeste Piquer, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

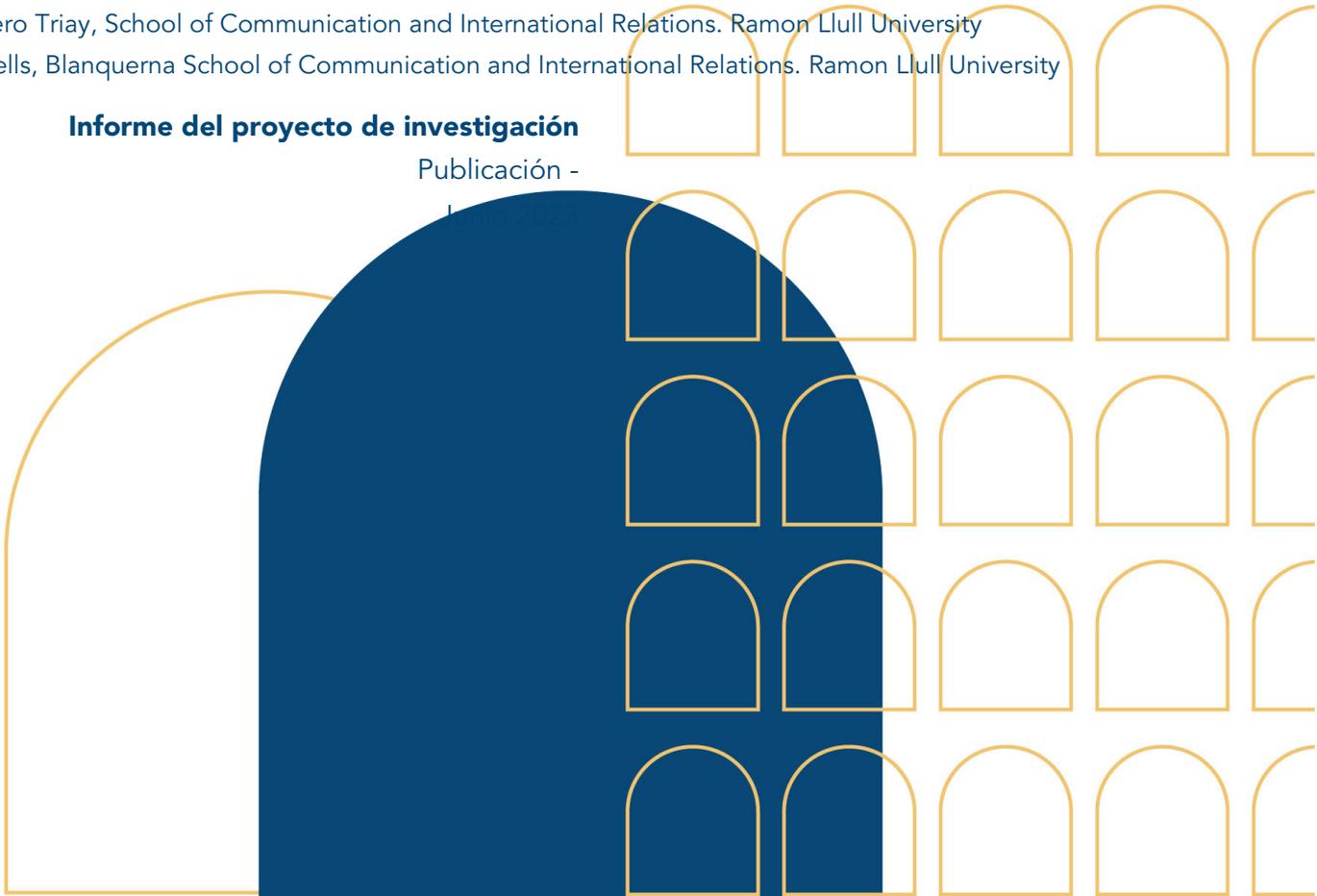
Marçal Sintès-Olivella, School of Communications and International Relations Blanquerna

Lidia Cordero Triay, School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Roger Valsells, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University

Informe del proyecto de investigación

Publicación -



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 Fundamental (42% - Riesgo medio)	11
3.2. Pluralidad de mercado (69% - Riesgo alto)	14
3.3. Independencia política (50% - Riesgo medio)	18
3.4. Inclusión social (54% - Riesgo medio)	21
4. Conclusiones	24
5. Referencias	27
Apéndice I. Equipo país	
Apéndice II. Grupo de Expertos	

© European University Institute 2023

Contenido y capítulos individuales © Jaume Suau, Pablo Capilla García, David Puertas Graell, Miguel Franquet, Elena Yeste Piquer, Marçal Sintès-Olivella, Lidia Cordero Triay, Roger Valsells, 2023

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 Junio 2023

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 2022, 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 Pere Masip, Carlos Ruiz Caballero, Jaume Suau y Pablo Capilla (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 2023 no sean completamente comparables con las ediciones anteriores del MPM. Para obtener más detalles, consulte el informe de CMPF sobre el MPM 2023, que pronto estará disponible en: <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>.

2. Introducción

- **Resumen del país.**

España tiene una superficie de 505.944 km² en el suroeste de Europa y el norte de África, compartiendo la Península Ibérica con Portugal. Además de esto, España también tiene dos grupos de islas, las Islas Baleares en el Mar Mediterráneo y las Islas Canarias en el Océano Atlántico, así como dos ciudades autónomas en el norte de África (Ceuta y Melilla). La población de España es de 47.615.034 habitantes, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística del segundo semestre de 2022. Esto representa un aumento de 182.141 personas durante la primera mitad de 2022, gracias a un saldo migratorio positivo de 258.547, que compensó el saldo vegetativo negativo de 75.409. Esta tendencia confirma los datos del semestre anterior, en el que la población creció en comparación con años anteriores, en los que la población se reducía ligeramente o se mantenía más o menos estable.

- **Minorías.**

Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, hay 5.579.948 extranjeros residiendo en España. Los países más representativos de los que provienen los extranjeros que viven en España son: Marruecos (770.600), Rumania (619.800), Italia (306.600), Colombia (375.500), Venezuela (251.900) y China (187.988).

- **Idiomas.**

El español castellano es el idioma oficial del Estado y el más hablado en todo el país (98,9%, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística). Hay otros idiomas en España reconocidos como oficiales en ciertas regiones. Estos son el vasco (hablado por alrededor de 1 millón de ciudadanos), el catalán (10 millones) y el gallego (3 millones), así como el aranés, un idioma hablado en el norte de Cataluña por alrededor de 10.000 personas.

- **Situación económica.**

Según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, el PIB bruto de España creció un 5,5% en comparación con 2021, alcanzando un total de 1.328.922 millones de euros. El PIB per cápita en 2022 es de 27.870 euros, lo que representa un aumento de 2.370 euros con respecto al año anterior. A pesar de esta lenta recuperación económica después de la pandemia de Covid-19 y los efectos de la guerra en Ucrania, otros datos económicos señalan importantes deficiencias en la economía española. Por ejemplo, según el informe AROPE 2022, el 21,7% de la población española está en riesgo de pobreza, lo que significa casi 10 millones de personas, un 0,7% más que el año anterior. Además, a pesar de reducirse lentamente en los últimos años, la tasa de desempleo sigue siendo una de las más altas de la eurozona (12,8%). La tasa de inflación de 2022 fue del 8,3%.

- **Situación política.**

La situación política en España está representada por un gobierno de coalición progresista compuesto por los partidos PSOE (centro-izquierda) y UP (izquierda). Desde junio de 2018, el presidente del Gobierno es Pedro Sánchez (PSOE), después del 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 ganó 13 escaños en 2022, 12 más que en 2019. El crecimiento de la extrema derecha también se puede observar en las posiciones más extremas defendidas por otros partidos de derecha, lo que contribuye a una creciente polarización. Los últimos años también han sido testigos de una situación política convulsa debido al impulso hacia la independencia de algunos partidos políticos y asociaciones de la sociedad civil catalana. Se celebrarán elecciones generales en Julio 2023.

- **Mercado mediático.**

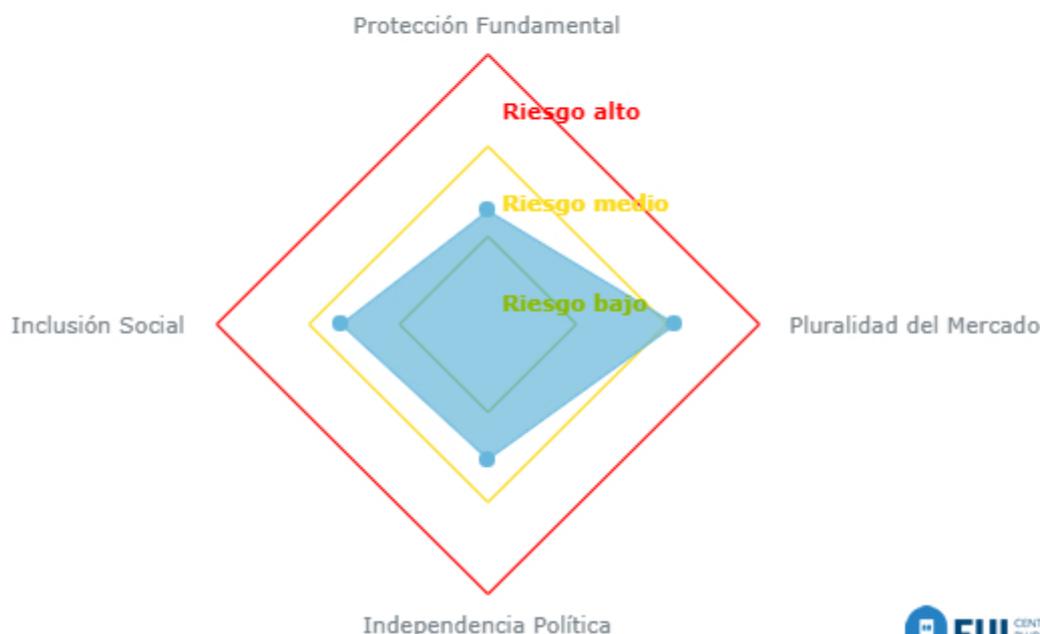
Según el Instituto Nacional de Estadística, el 96% de los hogares tienen conexión de banda ancha, el 82% tienen algún tipo de ordenador y el 94,5% de los ciudadanos han utilizado Internet en los últimos 3 meses. El alto porcentaje de uso de Internet no está relacionado con el consumo de noticias, ya que solo el 64,8% de la población consume noticias en línea, un porcentaje similar al de las redes sociales (69,6%), según los datos de AIMC de finales de 2022. La televisión sigue siendo el principal formato mediático, con un 78,5% de usuarios, aunque este porcentaje está disminuyendo lentamente (era del 84,2% hace dos años). La radio se mantiene en un 54%, mientras que las revistas (22%) y la prensa (14%) parecen haberse estabilizado en comparación con años anteriores. Otra tendencia relevante relacionada con el consumo de noticias se destaca en el Informe de Noticias Digitales 2022, con una disminución de la confianza en las noticias y un aumento de la incredulidad y la falta de interés en las noticias. A pesar de ser bajo en términos generales, el número de ciudadanos con suscripciones que pagan por noticias en línea está creciendo.

- **Entorno regulador.**

En cuanto al entorno regulador, el año pasado se aprobaron y aplicaron nuevas leyes y regulaciones. En el ámbito nacional se aprobó la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual con el objetivo de trasponer la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (AVMS). A nivel europeo, la Regulación (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo (Ley de Mercados Digitales) y la regulación (UE) 2022/2065 (Ley de Servicios Digitales) entraron en vigor, si bien este último se aplicará a partir del 17 de febrero del 2024, con algunas excepciones que se aplican desde el 16 de noviembre del 2022 (Art.93(2)).

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

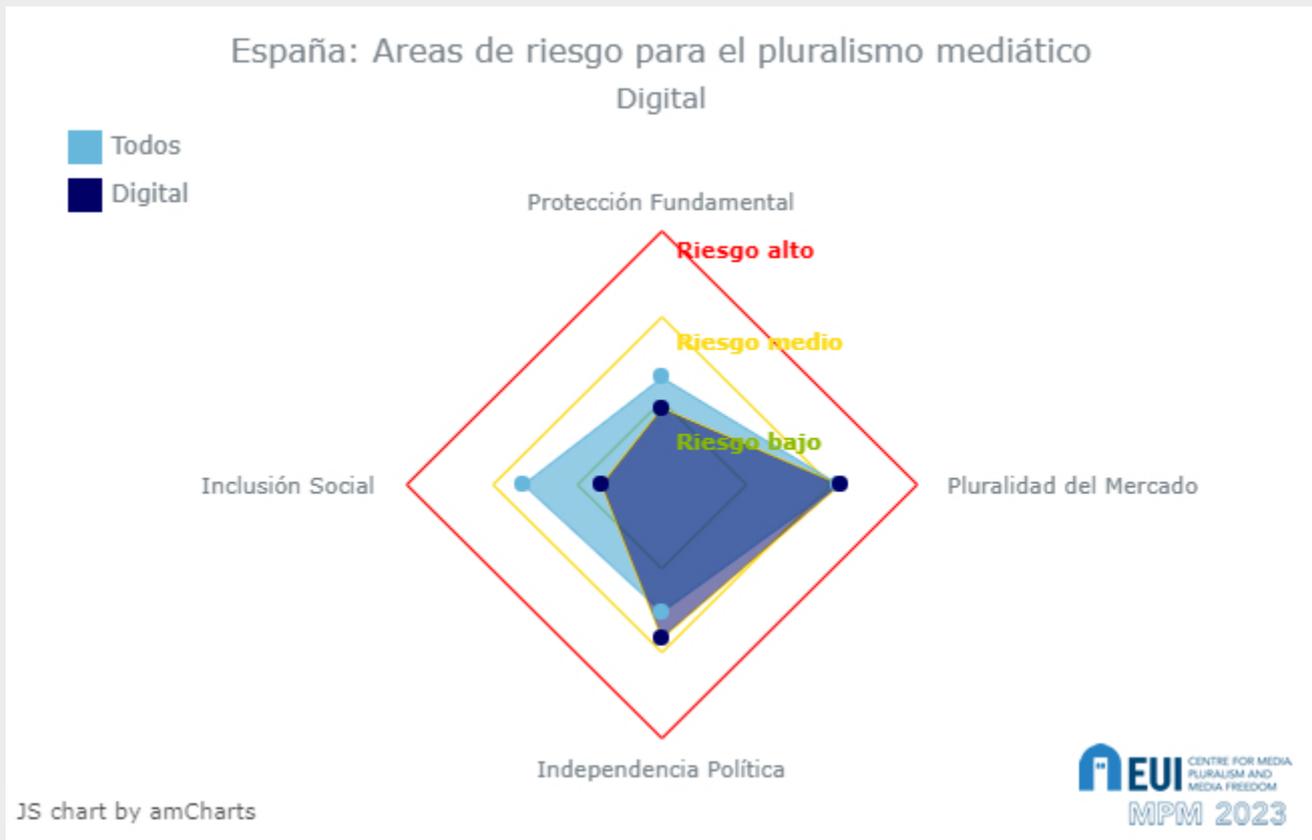
EUI CENTRE FOR MEDIA
PLURALISM AND
MEDIA FREEDOM
MPM 2023

El área de **Protección Fundamental** obtiene una puntuación total del 42%, Riesgo Medio, ligeramente superior a la última edición del MPM (40%). Esto se debe a que la mayoría de las principales deficiencias detectadas en años anteriores continúan existiendo sin signos claros o intención de mejora por parte de las autoridades públicas. Las restricciones al derecho a la información y a la libertad de expresión persisten a pesar de los llamamientos nacionales e internacionales para modificar el Código Penal y la "Ley Mordaza". Aunque el gobierno actual prometió actuar en este asunto, estas leyes siguen existiendo. De manera similar, otros problemas relevantes, como las malas condiciones económicas en general de la profesión periodística y la falta de protección frente a presiones políticas, siguen persistiendo.

El área de **Pluralidad del Mercado** obtiene un riesgo del 69%, Riesgo Alto, ligeramente superior al del año pasado (67%). España continúa enfrentando una situación difícil en cuanto a la transparencia de la propiedad de los medios de comunicación y la transparencia financiera, así como en la concentración de los medios de comunicación. La evolución reciente del marco regulatorio aún no resuelve la opacidad y falta de datos confiables sobre la concentración empresarial en los mercados digitales. En cuanto a la viabilidad de los medios, a pesar de algunos indicios de un aumento de las suscripciones, los medios siguen luchando entre modelos de negocio en colapso y la falta de claridad sobre cómo garantizar ingresos provenientes de modelos digitales.

El área de **Independencia Política** obtiene un riesgo del 50%, riesgo medio, la misma categoría de riesgo que en la implementación anterior del MPM. La falta de autonomía editorial y salvaguardias para la independencia política de los medios, tanto públicos como privados, continúa poniendo en peligro el pluralismo de los medios en España. Vale la pena mencionar aquí la situación de los radiodifusores de servicio público, que todavía son impotentes para detener la interferencia partidista en su cobertura y el nombramiento de cargos directivos y editoriales.

El área de **Inclusión Social** obtiene un riesgo del 54%, menor que en ediciones anteriores, principalmente debido a cambios metodológicos. La peor situación en este indicador se refiere a la igualdad de género en los medios, con un menor número de mujeres en puestos de alto nivel, así como una brecha salarial relevante entre mujeres y hombres. Al igual que en años anteriores, la representación de las minorías en los medios y la falta de regulación y ayuda estatal para los medios comunitarios siguen siendo deficiencias relevantes en esta área.



Los resultados para el entorno digital son similares a los de otras dimensiones del análisis. Existe una situación de riesgo medio en todas las áreas, excepto en **Pluralidad del Mercado**, que obtiene un riesgo alto. Tres nuevas leyes que afectan al entorno de los medios pasaron a formar parte del marco legal español en 2022: la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual fue aprobada por el Parlamento español para transponer la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (AVMS); y las Regulaciones de la UE: la Ley de Mercados Digitales y la Ley de Servicios Digitales. Teóricamente, estas leyes deberían mejorar la regulación del sector digital, aunque su aplicación práctica y, por lo tanto, su efectividad aún están por determinar.

En cuanto a la **Protección Fundamental**, la situación ha mejorado ligeramente como resultado de la decisión 1.231/2022 del Tribunal Supremo de octubre de 2022, que impide que la administración pública cierre o bloquee sitios web en línea antes de una decisión judicial. Este es un paso muy importante para evitar que la administración pública cierre y niegue arbitrariamente el acceso a contenido en línea.

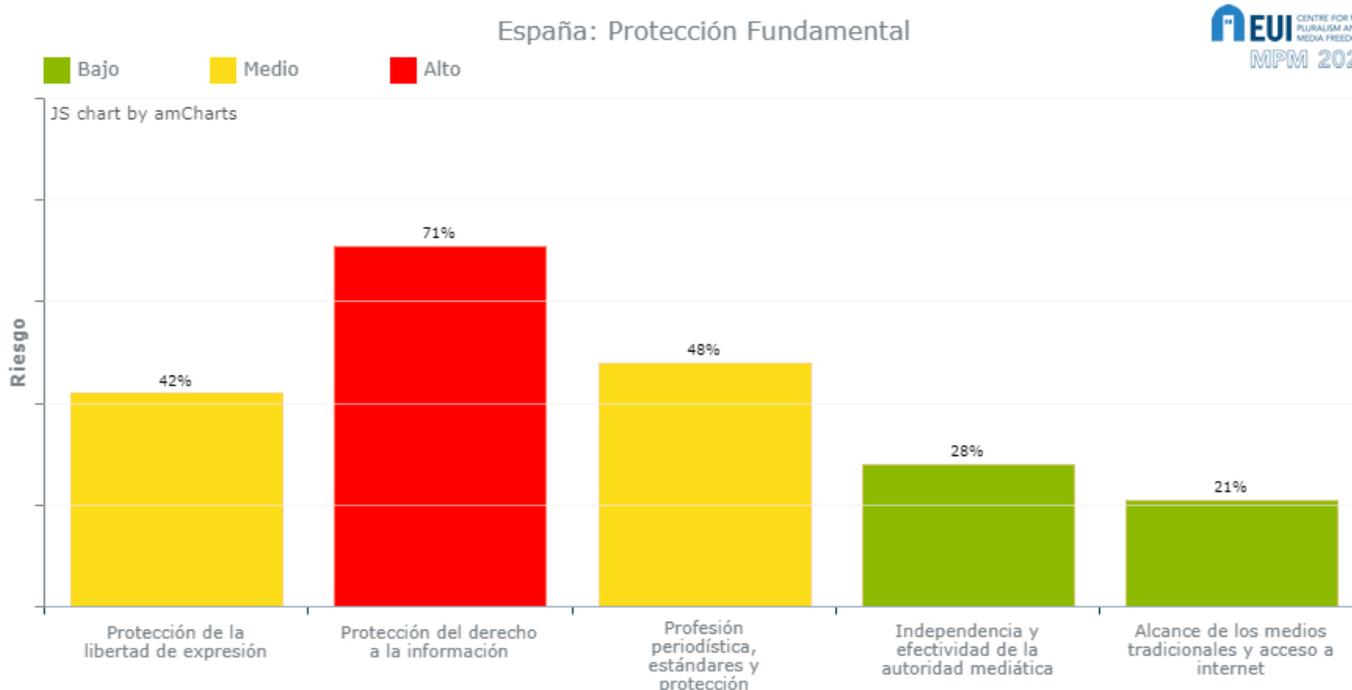
En cuanto a la **Pluralidad del Mercado**, la principal preocupación es la falta de datos confiables en todo lo relacionado con los medios digitales. Por ejemplo, no hay datos disponibles sobre el grado de concentración empresarial en los medios digitales. La medición de audiencia también está atravesando un período de transición hacia métricas confiables y aceptadas por toda la industria.

En relación con la **Independencia Política** (que obtiene un 60% en el entorno digital), cabe destacar que la legislación actual no establece límites a la publicidad política en línea ni obliga a los partidos políticos a revelar los gastos publicitarios. Además, no limita la recopilación de datos personales por parte de los partidos políticos, lo que permite prácticas como el microtargeting.

En relación con la **Inclusión Social**, existen muchas iniciativas nacionales diferentes para combatir la desinformación y el discurso de odio en línea, tanto en el ámbito gubernamental como en el de la sociedad civil o académico. Sin embargo, se reconoce comúnmente que estas amenazas son relevantes y persistentes, a pesar de la falta de acuerdo sobre su verdadera difusión e impacto.

3.1. Protección Fundamental (42% - 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.



De acuerdo con los resultados obtenidos el año pasado, entre las diferentes categorías, el derecho a la información sigue siendo el que enfrenta los mayores riesgos en España (71%). La profesión periodística, sus estándares y protección (48%) y la libertad de expresión (42%) enfrentan riesgos medios, mientras que la independencia y eficacia de la autoridad de los medios (28%) y el alcance universal de los medios tradicionales y el acceso a Internet (21%) enfrentan riesgos bajos.

La protección de la libertad de expresión ha mejorado ligeramente (riesgo medio: 46% a 42%) en 2022 como consecuencia de la decisión 1.231/2022 del Tribunal Supremo de octubre de 2022, que impide que la administración pública cierre o bloquee sitios web en línea antes de una decisión judicial [1]. La decisión deja claro que la administración solo puede ordenar el cierre de secciones de los sitios web que compartan contenidos y/o que ofrezcan productos y servicios considerados ilegales según la ley española, pero no el cierre del sitio web completo. Este es un paso muy importante para evitar que la administración pública cierre arbitrariamente y niegue el acceso al contenido en línea.

Entre las principales amenazas a la libertad de expresión, vale la pena mencionar la situación en cuanto a la difamación. Según los artículos 205 y 208 del Código Penal, la difamación sigue siendo un delito en España [2]. En 2021, la Comisionada de Derechos Humanos del Consejo de Europa, Dunja Mitjatic, envió una carta al Ministro de Justicia español, Juan Carlos Campo, expresando su preocupación por los artículos 490 y 491 del Código Penal que criminalizan las calumnias e insultos al monarca o a miembros de la familia real, lo que ha llevado al enjuiciamiento y encarcelamiento de varios músicos de rap [3]. Esta

situación aún no se ha abordado. También vale la pena mencionar que el Gobierno español aún no ha derogado o revisado la controvertida Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de Protección de la Seguridad Ciudadana (conocida como Ley Mordaza), a pesar de las preocupaciones continuas expresadas por el Consejo de Europa y diversas ONG y organizaciones de la sociedad civil sobre las limitaciones que esta legislación impone a la libertad de expresión y a la libertad de prensa [4].

La situación en cuanto a la protección del derecho a la información ha empeorado ligeramente en 2022 (67% a 71%), principalmente debido al hecho de que los mecanismos de apelación para negativas de acceso a la información no siempre son efectivos. Según el Índice Global de Derecho a la Información, España carece de un procedimiento de apelación interna, simple, gratuito y completado dentro de plazos claros. Además, en España no es posible presentar una apelación externa ante el organismo independiente de supervisión administrativa (Consejo de Transparencia y Buen Gobierno) contra instituciones como la Casa de Su Majestad el Rey, el Congreso de los Diputados, el Senado, el Tribunal Constitucional y el Consejo General del Poder Judicial, así como el Banco de España, el Consejo de Estado, el Defensor del Pueblo, el Tribunal de Cuentas, el Consejo Económico y Social y similares instituciones autónomas [5]. Además, en su informe anual de 2022, el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno reveló que durante 2021, el 41,4% de las apelaciones presentadas ante el Consejo se debieron a que la administración a nivel estatal y el 73,75% a nivel regional no respondieron a las solicitudes de información. Esto significa que casi la mitad de las solicitudes de información a nivel estatal y la gran mayoría a nivel regional se resolvieron por silencio administrativo, es decir, sin que el organismo o entidad correspondiente emitiera una resolución dentro del período legalmente establecido. Como resultado, los ciudadanos que solicitan información no saben por qué las diferentes entidades públicas han rechazado sus solicitudes [6].

A principios de 2023, el Gobierno español finalmente presentó un proyecto de ley sobre denuncias de irregularidades, declarando que este era un paso adelante en la lucha contra la corrupción. Aunque aún es temprano para evaluar sus efectos, el contenido de esta ley ha generado inquietud entre las asociaciones profesionales de periodistas y otras plataformas en línea como Hay Derecho, Access Info, Xnet o Transparencia Internacional España. Entre otros aspectos importantes, estas asociaciones sostienen que es importante aclarar el significado del interés público y ampliar el alcance de la ley, ya que la protección de los denunciantes depende de ello. Además, afirman que la ley no debería centrarse en las intenciones de los denunciantes, sino en la precisión de la información divulgada. Los informantes también deberían tener derecho a elegir los medios de comunicación con los que desean colaborar y se les debería brindar apoyo legal y psicológico si fuera necesario.

Los indicadores sobre la profesión periodística, sus estándares y protección apenas han variado en 2022 (46% a 48%) y se mantienen en un riesgo medio. Como sucedió en 2021, el informe anual más completo publicado en España sobre la profesión periodística destaca que el principal problema que afecta a los periodistas son sus condiciones laborales (salarios bajos e inseguridad laboral), lo que llevó del 24% al 35% de ellos a afirmar que sufren trastornos de salud mental "graves" o "algo graves". El segundo problema principal señalado es la falta de independencia política y económica de los medios de comunicación [7]. En cuanto a esta segunda cuestión, no hay disposiciones legales en la legislación española para proteger a los periodistas de las presiones que sufren y que en la mayoría de los casos provienen de las propias empresas de medios de comunicación. Los periodistas solo tienen la protección de asociaciones profesionales y sindicatos de periodistas. Sin embargo, la afiliación no es obligatoria para los periodistas y las asociaciones no tienen capacidad para imponer sanciones. En 2022, los periodistas tuvieron que realizar su trabajo en un clima de creciente hostilidad. Se han registrado casos de acoso en línea en las redes sociales, que afectan principalmente a las mujeres, y también se han reportado agresiones físicas.

Aunque la situación en cuanto a la independencia y eficacia de la autoridad de los medios de comunicación no ha cambiado, los autores de este informe creen que la evaluación del nivel de riesgo involucrado en el procedimiento de nombramiento debería ser más estricta. Los miembros del organismo regulador español son nombrados por el Gobierno. Es cierto que la cámara alta (Congreso de Diputados) tiene el poder de vetar el nombramiento, pero para hacerlo necesita contar con el apoyo de la mayoría de sus diputados. En la práctica, esto significa que no se requiere un amplio consenso sobre la composición de este organismo y que no se requiere una negociación con la oposición para que el partido/coalición gobernante decida a quién nombrar. Para garantizar la independencia de los miembros del organismo regulador, especialmente de su presidente y vicepresidente, sería mejor establecer un procedimiento de nombramiento que requiera una mayoría cualificada de votos [8].

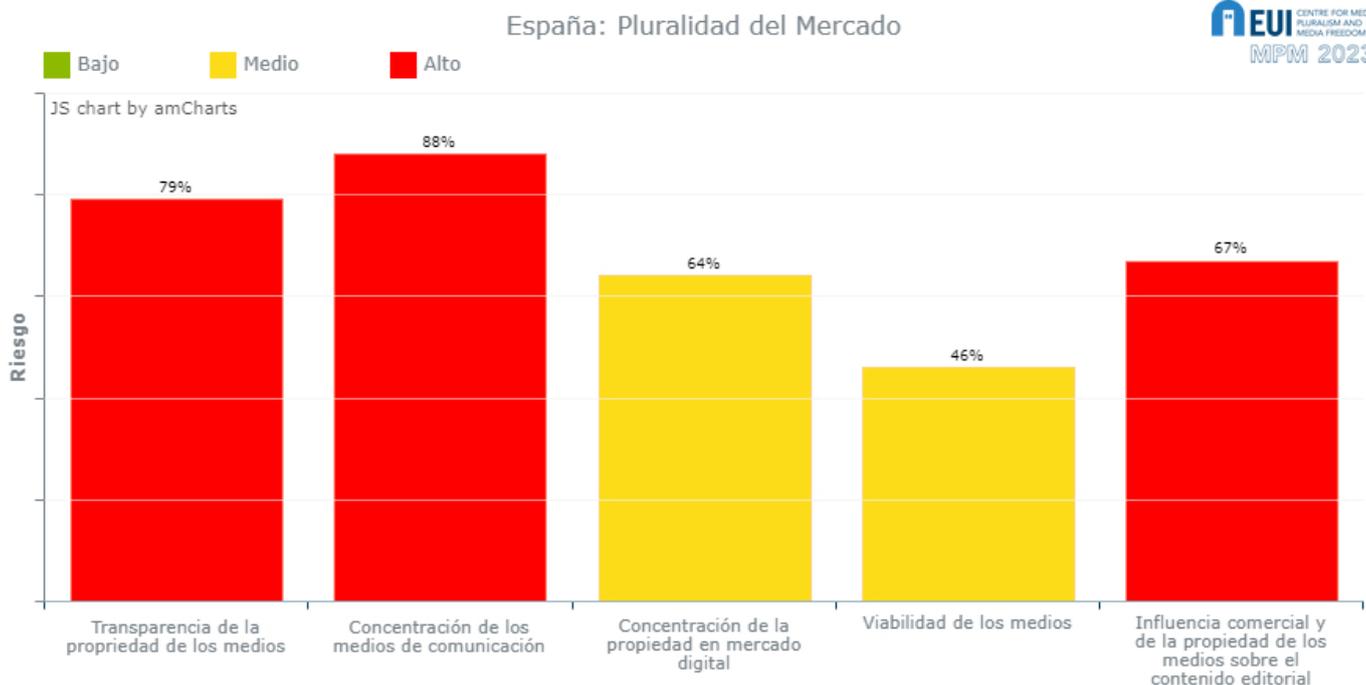
Finalmente, el indicador que mide el alcance universal de los medios de comunicación tradicionales y el acceso a Internet tiene un bajo riesgo (21%). La cobertura de los medios de servicio público (MSP) y la banda ancha es casi universal, lo que explica por qué este indicador se mantiene en el mismo nivel de riesgo. Sin embargo, en cuanto a los proveedores de servicios de Internet (ISP), el mercado muestra altos niveles de concentración, aunque ha disminuido ligeramente respecto al año anterior. El porcentaje de cuota de mercado de los 4 principales ISP ha disminuido del 92% al 85%, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Durante la primera mitad de 2022, apenas se han registrado quejas sobre la neutralidad de la red.

Entorno digital

La protección de la libertad de expresión mejoró ligeramente (riesgo medio: del 46% al 42%) en 2022 como consecuencia de la decisión del Tribunal Supremo 1.231/2022 del 3 de octubre, que impide a la administración pública cerrar o bloquear sitios web en línea antes de una decisión judicial. La decisión deja claro que la administración solo está autorizada a ordenar el cierre de secciones de sitios web que compartan contenidos y/o que ofrezcan productos y servicios considerados ilegales según la legislación española, pero no el cierre de todo el sitio web. Este es un avance muy importante cuando se trata de prevenir que la administración pública cierre arbitrariamente y niegue el acceso a contenido en línea. Existen crecientes preocupaciones sobre ataques en línea y acoso contra periodistas.

3.2. Pluralidad de mercado (69% - 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.



El indicador de Transparencia de la propiedad de los medios se mantiene en un nivel de alto riesgo, considerando que el deber de transparencia solo se aplica al sector audiovisual, pero no a ningún otro sector de los medios. Los cambios legislativos de 2022 respaldaron este dualismo: se aprobó la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) [9] con el objetivo de adoptar la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (AVMS) en la ley española, y esta ley mantiene obligaciones de transparencia similares a la ley anterior de 2010. Fuera del sector audiovisual, no ha habido ninguna iniciativa legal para aplicar requisitos de transparencia a otros medios. Las nuevas variables introducidas en 2022 por el MPM tienen repercusiones en la falta de transparencia financiera, y eso explica por qué este indicador ha empeorado en comparación con el año anterior (del 72% al 79%). Además, la creación de un registro único de propiedad real de los medios, cuyo acceso no es universal, no ha aliviado esta falta de transparencia en la práctica.

El indicador de Pluralidad de proveedores de medios tiene un puntaje del 85%, lo que lo mantiene en un nivel de alto riesgo (como en las implementaciones anteriores del MPM), ya que los altos niveles de concentración, tanto en el mercado como en la audiencia, son casi idénticos a los de 2021. Se registra un 77% de concentración de la audiencia en los medios audiovisuales de los 4 principales propietarios [10], 86% en el caso de la radio [11] y 86% en el caso de los propietarios de periódicos [12]. Debido a los

problemas de transparencia mencionados en el punto anterior, es muy difícil obtener datos económicos confiables e independientes sobre los niveles de concentración en términos económicos, especialmente ante la falta de obligación legal y estudios sistemáticos realizados por instituciones independientes, lo que a veces obliga a recurrir a cálculos propios basados en la información disponible. Es una situación que se repite año tras año, pero en 2022 ha sido especialmente grave, especialmente en lo que respecta al sector digital.

El indicador de Pluralidad en los mercados digitales mejora ligeramente respecto a 2021 y sale del nivel de alto riesgo (del 71% al 64%). En el año de la evaluación, se han producido varios cambios regulatorios con potencial impacto en el sector digital. El principal es la aprobación de la regulación (UE) 2022/1925, la Ley de Mercados Digitales (DMA) [13]. Esta obliga a los “guardianes” de los servicios digitales a informar sobre sus procesos de concentración empresarial, con posibilidad de recibir sanciones. También se aprobó la Ley de Servicios Digitales [14], pero está por ver los efectos prácticos de su aplicación en España. Estos cambios normativos aún están pendientes de su aplicación práctica. La nueva Ley General de Audiovisual, aprobada en 2022 después de un largo proceso parlamentario, reafirma la regulación de las concentraciones empresariales en el sector audiovisual, pero sin ningún proceso específico para la dimensión digital de ese sector. Todos estos cambios, cuya efectividad aún está por verificar, no han impedido que el sector digital esté afectado por la opacidad y la falta de datos confiables sobre la situación económica y la concentración empresarial.

El indicador de Viabilidad de los medios tiene un riesgo medio, del 46%. La viabilidad de los medios no muestra signos inequívocos de mejora, ya que los datos disponibles no muestran una imagen clara de la situación, especialmente debido al impacto que la inflación muy alta ha tenido en los ingresos de los medios. El sector audiovisual ha visto cómo sus ingresos disminuyeron en comparación con 2021, con una creciente divergencia entre la televisión abierta (cuyos ingresos cayeron un 6,26%) y la televisión de pago (que creció un 11,27%, superando la inflación) [15].

Los medios de radio se expandieron a una tasa similar a la inflación, mientras que los ingresos de los periódicos crecieron, en general, por debajo de la inflación, y, al igual que en el caso de los audiovisuales, con una creciente contribución del negocio digital sobre el negocio tradicional de papel, que continúa la tendencia descendente de los últimos años. Por otro año más, los medios nativos digitales no tuvieron datos confiables ni globales disponibles. Todo esto podría señalar el momento de transformación que están experimentando los medios hacia modelos cada vez más digitales, y en este sentido, son destacables las iniciativas que están desarrollando los medios para desarrollar fuentes alternativas de ingresos [16]. Sin embargo, aún no está claro si estas fuentes alternativas son suficientes para compensar la caída de los ingresos del negocio tradicional. Las subvenciones públicas, otorgadas por administraciones regionales y locales, solo representan un complemento a los ingresos de los medios, y en cualquier caso, su concesión depende de las prioridades anuales de las instituciones, especialmente en lo que respecta a la promoción de las lenguas cooficiales. En este contexto, en 2022, después de dos años de pandemia, se produjo una recuperación en el número de periodistas empleados, con un descenso del porcentaje de periodistas desempleados en un 17%. Sin embargo, el proceso de pérdida del poder adquisitivo de sus salarios continuó, acentuado por una inflación promedio del 8,5%. Los nuevos acuerdos salariales firmados en 2022 siempre estuvieron por debajo de esta inflación. Los que se encuentran en una peor situación son los periodistas autónomos, con salarios por debajo de los 1.500 euros al mes. Según una encuesta de la Federación de Sindicatos de Periodistas, las condiciones laborales de los periodistas autónomos han empeorado después de la pandemia de Covid-19 [17].

El indicador de Independencia editorial respecto a influencias comerciales y de propietarios empeora en

comparación con 2021 (aumenta del 60% al 67%) y se mantiene en un nivel de alto riesgo, en gran parte debido a los cambios metodológicos introducidos. Estos cambios destacan especialmente la ausencia de legislación específica que separe los intereses comerciales y los intereses de los propietarios de los medios de las prácticas informativas, excepto en el caso de la diferenciación formal entre publicidad e información, y la "cláusula de conciencia", que, aunque está regulada por ley, apenas ha sido utilizada por los periodistas. Aparte de estos casos, el control de la independencia periodística queda en manos de la autorregulación, sin capacidad sancionadora, algo que los propios periodistas perciben como claramente ineficaz. En este sentido, el Informe Anual de la Profesión Periodística, elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), ha vuelto a mostrar una vez más [18], por otro año más, que la interferencia y la presión sufridas por los periodistas españoles son dos de los principales desafíos profesionales.

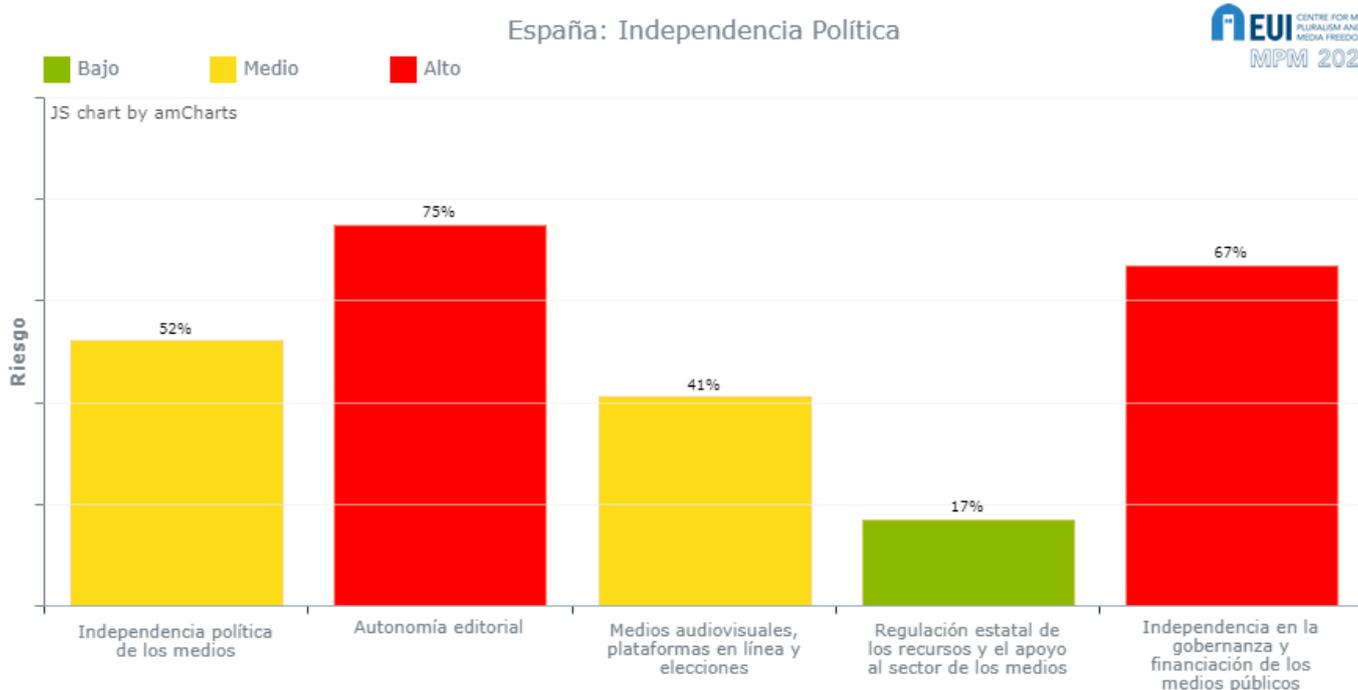
Entorno digital

El sector digital está adquiriendo cada vez más importancia, tanto en términos de medios digitales nativos como en el uso digital de los medios tradicionales, algo que se percibe claramente este año en los sectores audiovisual y de periódicos: sus ingresos tradicionales disminuyen mientras que los ingresos de sus actividades digitales aumentan, aunque no hay datos para conocer el grado real de reemplazo de los ingresos tradicionales por los digitales. En general, no es posible especificar el peso del sector digital en los medios en su conjunto, ni el peso económico específico de los medios digitales nativos en el mercado de la comunicación, debido a la falta casi absoluta de transparencia en este sector, y también porque no se trata específicamente como un sector económico diferenciado, por lo tanto, no existen datos desglosados sobre su actividad económica. A pesar de que en España aún se requiere un tratamiento específico para este sector, en 2022 se han aprobado dos Regulaciones de la UE, la Ley de Mercados Digitales y la Ley de Servicios Digitales, que podrían mejorar la regulación del sector digital en España, aunque su aplicación práctica y, por lo tanto, su eficacia, están por verse. Por ejemplo, el llamado "impuesto Google", aprobado en 2020 (Ley 4/2020, de 15 de octubre, sobre el Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales), ha aportado un total de 240 millones de euros en 2022, el 25% de la cantidad inicialmente prevista [19]. 2022 será el último año de aplicación del "impuesto Google" tras el acuerdo firmado por Estados Unidos con diferentes países europeos, incluyendo España. A la espera de la aplicación de la nueva legislación aprobada, en 2022 ha vuelto a existir una alarmante falta de datos confiables sobre todo lo relacionado con el sector digital. Ante la ausencia de información global del mercado, no hay datos disponibles sobre el grado de concentración empresarial en los medios digitales, pero nada indica que la situación descrita en 2021 por un informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) [20] haya cambiado. Este informe anterior señalaba una situación de duopolio entre Google y Meta (70% de control del mercado de publicidad en línea). La medición de audiencia también está atravesando un período de transición hacia métricas confiables y aceptadas en toda la industria. En enero de 2022, diferentes medios y anunciantes comenzaron a utilizar un nuevo medidor de audiencia digital, GfK DAM, para reemplazar a Comscore, aunque el nuevo medidor aún no proporciona datos globales de la industria. Sin embargo, el medidor GfK DAM tuvo que cambiar su metodología en noviembre debido a errores detectados en el conteo de cierto tráfico en línea, por lo que incluso con el nuevo medidor no podemos tener datos homogéneos para 2022 [21]. La falta de transparencia mencionada anteriormente se destacó una vez más con el regreso a España de Google como intermediario para los medios digitales, después del intento fallido hace ocho años de aplicar una tarifa universal. Así, en septiembre de 2022 se lanzó Google Showcase, después de

llegar a acuerdos con 140 publicaciones nacionales, regionales y locales, pero no conocemos el contenido de estos acuerdos ni su monto económico [22], ya que se realizaron en formato de negociaciones individuales y confidenciales, con cada medio siendo reunido por separado.

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 periodos electorales.



El área de Independencia política representa una situación general de riesgo medio del 50%. La mayoría de los indicadores (Independencia política de los medios, Medios audiovisuales, plataformas en línea y elecciones, e Independencia de los medios de servicio público) se mantienen en un nivel de riesgo medio. La regulación estatal de los recursos y el apoyo al sector de los medios de comunicación es el único indicador con un riesgo bajo (mejorando al 17%), y la Autonomía editorial continúa siendo el indicador con el nivel de riesgo más alto (75%).

El indicador de Independencia política de los medios tiene una puntuación del 52%, en la banda de riesgo medio. Existen algunos mecanismos generales para prevenir conflictos de intereses en la práctica, a pesar de la falta de regulación adecuada. Aunque las denuncias de conflictos de intereses entre los propietarios de los medios y los partidos gobernantes, grupos partidistas o políticos no son tan frecuentes, esto no se debe a una regulación o control efectivos. Además, la influencia política se expresa de diferentes formas en los medios de comunicación. El control político sobre los medios audiovisuales en España, por ejemplo, no existe a través de la propiedad directa o indirecta de los medios. Pero esto no significa que la influencia política no esté presente en los medios audiovisuales a través de la publicidad institucional o la ayuda. La propiedad o el control de la principal agencia de noticias financiada con fondos públicos (EFE) se considera inexistente, pero el nombramiento de su presidente depende del gobierno, por lo que la independencia de la influencia política no está completamente garantizada.

La Autonomía editorial tiene un riesgo alto (75%). En España, existen influencias políticas en los medios, tanto privados como públicos. Esto se desprende del "Informe Anual de la Profesión Periodística 2021" [23]

publicado en español por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Después de varios problemas relacionados con las condiciones laborales, la falta de independencia política o económica de los medios ocupa el segundo lugar. Esto está directamente relacionado con los bajos niveles de independencia con los que los periodistas pueden llevar a cabo su trabajo y el bajo nivel de confianza que los ciudadanos depositan en los periodistas y los medios de comunicación. En cuanto a la falta de independencia de los editores, es muy interesante leer el libro 'El director', de David Jiménez, exdirector del periódico 'El Mundo'. La opinión de los periodistas encuestados para el informe ha empeorado en comparación con el año anterior. Mientras antes era de 4.6 (en una escala de 1 a 10), ahora ha bajado una décima, mientras que la confianza pública ha aumentado ligeramente de 5.2 a 5.5. Los diversos códigos y regulaciones existentes, que tienen como objetivo orientar y proteger la autorregulación de los medios, funcionan solo en parte, ya que su cumplimiento depende en gran medida de la voluntad de los propietarios de los medios, tanto privados (la gran mayoría) como públicos. Desde el último MPM, no se han celebrado nuevas elecciones ni eventos políticos relevantes a nivel nacional en España. Además, no se han promulgado nuevas leyes y regulaciones relacionadas con los medios de servicio público.

En cuanto al indicador de Medios audiovisuales, plataformas en línea y elecciones, el riesgo continúa siendo medio (41%). Desde un punto de vista estrictamente cuantitativo y en cuanto a la distribución temporal de las noticias relacionadas con las campañas electorales, los medios de titularidad estatal tradicionalmente ofrecen una representación equitativa de los diferentes grupos de actores políticos tanto a nivel nacional como regional, dependiendo de las elecciones. Esto se debe a la estricta aplicación de la interpretación de la Comisión Electoral Central de la sección 67 de la LOREG [24], que especifica que los partidos políticos deben tener tiempo en el aire proporcional a sus resultados en las últimas elecciones del mismo tipo. Sin embargo, los periodistas se quejan de que estas reglas fijas de tiempo en el aire van en contra de su práctica profesional o de los criterios de interés periodístico. Además, también se realizan quejas sobre el tono y la representación política en programas de opinión y análisis fuera de las noticias. Aunque se respeta el tiempo en el aire y según la representación política anterior en las elecciones recientes, los medios de servicio público en España sufren el mismo problema en las elecciones que durante la cobertura habitual: el control político de sus organismos y gobierno que dificulta que sus periodistas escapen de esta realidad en sus informes. Los partidos políticos pueden comprar espacios publicitarios en medios audiovisuales comerciales, pero solo en la radio, no en la televisión. Según la sección 58 de la LOREG, todos los espacios publicitarios deben indicar expresamente su naturaleza política.

El indicador sobre la Regulación estatal de recursos y apoyo al sector de los medios ha mejorado al 17%, manteniendo un riesgo bajo. En el caso de la radio y la televisión en España, la autorización o asignación de espectro se indica mediante la aprobación del correspondiente plan técnico y, según la cobertura de la prestación del servicio (nacional, regional o local), la asignación de espectro a los titulares de licencias la realiza el Estado o las autoridades de cada una de las Comunidades Autónomas (para la cobertura regional y local). Las subvenciones estatales a las organizaciones de medios de comunicación tienen una larga tradición en España. Las subvenciones estatales a las organizaciones de medios de comunicación están reguladas por la Ley 29/1984, de 2 de agosto, que regula la concesión de ayudas a Empresas Periodísticas y Agencias de Noticias [25]. Existen ayudas directas e indirectas, siendo las primeras las más controvertidas. Además, desde la década de 1980, ha habido subvenciones directas relacionadas con el idioma con el objetivo de fomentar las lenguas cooficiales, como el catalán. La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad Institucional y Comunicación [26], obliga a hacer público un Plan Anual de Publicidad Institucional que incluya todas las campañas institucionales realizadas, su cuantía, los adjudicatarios de los contratos y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios

correspondientes. Sin embargo, los informes anuales oficiales del Gobierno no explican la cantidad de dinero público que recibe cada medio. Como resultado, de alguna manera, la información es opaca en cuanto a los fondos públicos con ese fin, y se han informado problemas relacionados con la transparencia y supuestas prácticas de asignación discrecional.

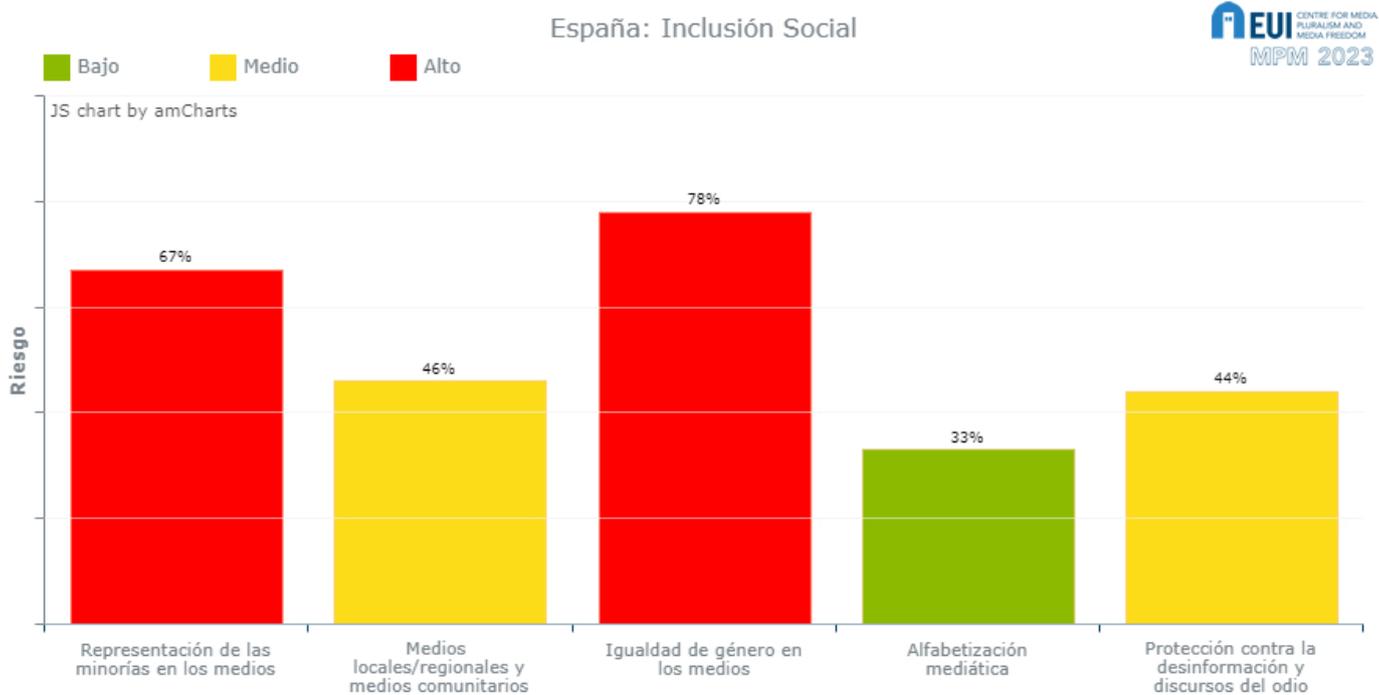
El indicador de Independencia de los medios de servicio público ha aumentado a un riesgo alto (67%). En teoría, la ley actual en España incluye mecanismos suficientes para preservar la independencia de los medios de servicio público. Sin embargo, la ley es impotente para detener la interferencia partidista. Un nuevo ejemplo de esto ocurrió en 2022, cuando el presidente del consejo de administración de RTVE, José Manuel Pérez Tornero, el primero elegido siguiendo la ley 5/2017, de 29 de septiembre, dimitió al considerar que había perdido la confianza de los partidos que integran el gobierno de coalición presidido por Pedro Sánchez, el PSOE y Unidas Podemos [27]. El objetivo de la ley era reforzar la independencia de la corporación RTVE. A pesar de los esfuerzos legislativos, en la práctica los gobiernos y los partidos siguen ejerciendo presión e influencia sobre la alta dirección de los medios de comunicación públicos a nivel estatal, regional y local.

Entorno digital

En cuanto al área de Independencia Política Digital, el riesgo es medio, con una puntuación del 60%. Los medios digitales nativos pueden considerarse como medios fácilmente influenciados y vulnerables a la presión mediática debido a su debilidad económica. La ley no establece límites para la publicidad política en línea ni obligaciones de los partidos políticos en la divulgación de los gastos publicitarios. Además, no limita la recopilación de datos personales por parte de los partidos políticos, lo que permite prácticas como el microtargeting. La situación en cuanto a lo que se puede y no se puede hacer en la publicidad política en línea es ambigua. La legislación actual sobre este tema es la modificación del Artículo 58 bis de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad Institucional y Comunicación [28], realizada a través de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de 2018, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales. Apenas tres meses después de la aprobación de la ley, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) publicó un comunicado (Circular 1/2019, fechada el 7 de marzo) [29] sobre su interpretación, para expresar las preocupaciones suscitadas por la enmienda. Por último, la publicidad en los medios de servicio público está prohibida según la Ley 8/2009, que incluye el sitio web de RTVE, por lo tanto, libre de anuncios. Esto implica que RTVE no distorsiona la competencia con los actores de los medios privados en línea, pero también refuerza la falta de financiación suficiente de los medios de servicio público.

3.4. Inclusión social (54% - 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.



La Inclusión Social tiene un puntaje de riesgo del 54%, considerado riesgo medio. En comparación con los resultados del MPM 2022, esto representa una disminución de 9 puntos porcentuales.

El indicador Representación de minorías en los medios ha sido calificado como alto con un 67%, cuatro puntos más que en la edición anterior. Debido a una interpretación restrictiva del Convenio Marco para la Protección de las Minorías Nacionales del Consejo de Europa en España, no se reconoce la existencia de minorías. Según el artículo 28 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, sobre radio y televisión de titularidad estatal, RTVE debe garantizar que su programación represente la diversidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española. Sin embargo, pocos programas se dedican a las minorías religiosas y tienden a ser de corta duración (15 minutos por semana). Además, la ONG pro-lengua catalana Plataforma per la Llengua afirma que el uso del catalán está disminuyendo entre los jóvenes y aboga por ejercer presión sobre empresas multinacionales como Netflix, HBO y Disney para que incluyan contenido en catalán.

En cuanto al acceso a los medios de comunicación para personas con discapacidades, el riesgo es bajo. Se logró un avance significativo en el reconocimiento del derecho de las personas con discapacidades a acceder al contenido de los medios con la aprobación de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la legislación española en cuanto a la prestación de servicios para personas con discapacidades se centra en la Televisión Digital Terrestre. En resumen, y citando directamente a Gregorio Saravia, experto y Delegado Estatal del CERMI para Derechos Humanos y la Convención de la ONU sobre Discapacidad: "En España, todavía existen graves deficiencias en cuanto a la accesibilidad de los medios audiovisuales para las personas con discapacidades".

El indicador Medios de comunicación locales/regionales y comunitarios se considera de riesgo medio con un 46%. Como bien público, el espectro radioeléctrico es propiedad, planificado, gestionado y controlado por el gobierno. Específicamente, esto se establece en el artículo 43 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, de Telecomunicaciones. La gestión española se rige por las disposiciones de este título y los tratados y convenios internacionales de los que España forma parte. La decisión final a nivel regional y local está reservada exclusivamente para las Comunidades Autónomas. También existen regulaciones que rigen la cobertura de los medios audiovisuales a nivel estatal. En ese sentido, la ley garantiza el acceso de los medios de comunicación regionales/locales a las plataformas de medios y se implementa de manera efectiva, y el Estado apoya a los medios regionales/locales con subsidios adecuados. Sin embargo, no está claro si los subsidios se distribuyen de manera justa, ya que el ejemplo más evidente es la distribución de la publicidad institucional.

En cuanto a los medios comunitarios, ni la ley garantiza su independencia ni el Estado proporciona subsidios. En consecuencia, los medios comunitarios en el país no son completamente independientes, a pesar de su presencia. En la práctica, la mayoría de los medios comunitarios, especialmente las radios, emiten ilegalmente. A nivel local, la Xunta de Galicia, el gobierno regional de Galicia, ordenó el cese de las emisiones de la principal emisora de radio comunitaria de la región. Contrariamente a esto, el Parlamento de Cataluña ha publicado un decreto para regular los medios comunitarios para su consulta pública.

El indicador Igualdad de género en los medios se considera de alto riesgo con un 78%, cinco puntos menos que en el MPM 2022. Los tres medios públicos analizados (RTVE, CCMA y EITB) tienen planes de igualdad actualizados [32] [33] [34], pero la brecha salarial persiste [35] [36] [37]. Desde septiembre de 2022, Elena Sánchez Caballero es la Presidenta en funciones de la Junta de Directores y Presidenta Interina de RTVE. [38] [39] Sin embargo, la presencia de mujeres en cargos directivos y como miembros de juntas directivas está lejos de ser equilibrada, tanto en los medios públicos como en los privados. [40] [41] En cuanto a la representación de las mujeres en los medios y su participación como voces expertas en programas de noticias y políticos, según los registros disponibles [42] [43] [44] [45], la situación es prácticamente la misma que el año anterior: las mujeres no tienen una presencia equilibrada en los medios. Debido a que este problema afecta directamente los derechos y la capacidad de acción y agencia del 50% de los ciudadanos, esta variable se evalúa como de alto riesgo.

El riesgo asociado con el indicador Alfabetización mediática es bajo (33%). Según Eurostat, el 64% [46] de la población española tiene habilidades digitales básicas o superiores. La Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, que modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, proclama que la alfabetización digital, entendida como el desarrollo de un sentido crítico y la incorporación de habilidades tecnológicas básicas, debe ser objetivo en todas las etapas educativas. La legislación que desarrolla esta ley orgánica define estas competencias, que incluyen el uso seguro, saludable, sostenible, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, el trabajo y la participación en la sociedad, la creación de contenido digital (incluyendo la programación), la seguridad (incluyendo el bienestar digital y las competencias relacionadas con la ciberseguridad), temas relacionados con la ciudadanía digital, la privacidad, la propiedad intelectual, la resolución de problemas y el pensamiento computacional y crítico. Esta Ley Orgánica entrará en vigor completamente durante el año académico 2023-2024.

En julio de 2022, entró en vigor la nueva Ley 13/2022, de 7 de julio, de Comunicación Audiovisual General. El artículo 10 de esta ley está dedicado a la alfabetización mediática, definida como "el desarrollo de competencias, conocimientos, habilidades y actitudes de comprensión y evaluación crítica que permitan a los ciudadanos de todas las edades utilizar los medios de manera efectiva y segura, acceder y analizar críticamente la información, discernir entre hechos y opiniones, reconocer noticias falsas y procesos de desinformación, y crear contenido audiovisual de manera responsable y segura". En su punto 1, la ley

establece que todos los actores involucrados "deben tomar medidas para la adquisición y desarrollo de habilidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad y evaluar periódicamente los avances realizados". Esta ley sigue la Directiva 2018/1808, publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea el 28 de noviembre de 2018.

Se espera que los cambios implicados por ambas leyes conduzcan a mejoras en esta área, que serán evaluadas en informes futuros. Muchas actividades de alfabetización mediática dirigidas a grupos vulnerables buscan mejorar el acceso físico a la conectividad y la tecnología. Es necesario destacar la exclusión que sufren las personas mayores: para muchos, la tecnificación y digitalización de la sociedad están dificultando, si no imposibilitando, su acceso a instituciones bancarias, realizar trámites relacionados con su salud e interactuar con la administración [47].

Entorno digital

Alcanzando un puntaje del 44%, el indicador de Protección contra la desinformación y los discursos de odio se considera de riesgo medio. Sin embargo, cabe destacar que muchas de las preguntas utilizadas para evaluar esta variable han cambiado desde el año pasado. Por lo tanto, los resultados no son directamente comparables, ni la disminución en el porcentaje debe interpretarse estrictamente como una mejora.

Durante el último año, el gobierno español ha tomado medidas significativas para involucrar a la sociedad civil en la lucha contra la desinformación. En octubre de 2022, se constituyó el Foro contra las campañas de desinformación en la Seguridad Nacional [48]. El pleno del Foro está compuesto por seis representantes de la Administración General del Estado y diez representantes de organizaciones de la sociedad civil. Además, es importante señalar que cuatro de las principales organizaciones de verificación de hechos en España (Fundación Maldita, Verificat, Newtral y EFE Verifica) son miembros verificados de la Red Europea de Verificación de Hechos (EFCSN) y también han formado parte de los diversos grupos de trabajo que han impulsado y desarrollado el proyecto [49].

La investigación académica sobre temas relacionados con la desinformación está ampliamente presente en las universidades españolas. A nivel europeo, España también participa en el Observatorio Iberifier (promovido por la Comisión Europea) y en el Grupo de Trabajo sobre comunicación estratégica del ESS, formado por los Institutos Nacionales de Estadística (INE) y Eurostat.

El porcentaje de confianza en los medios de comunicación en España solo alcanza el 42% [50]. Todos los indicadores muestran que la desinformación es un problema grave: el 81% de los ciudadanos españoles se encuentran a menudo con noticias que, en su opinión, distorsionan la realidad o que incluso consideran falsas, y el 82% de los españoles asumen que la desinformación es un problema para su país y para la democracia en general [51].

La lista de leyes y políticas para combatir el discurso de odio en línea en España es larga, comenzando con el artículo 510.1.a) del Código Penal, que define y penaliza el discurso de odio y considera como circunstancias agravantes su comisión a través de Internet u otros medios ampliamente difundidos. Además, España promueve y participa en diversos proyectos nacionales e internacionales. Sin embargo, se estima que la tasa de subdenuncia oscila entre el 80% y el 89%: las víctimas sienten que no marcará la diferencia, además de la dificultad para denunciar y la falta de confianza en la policía y las instituciones. Por otro lado, la falta de formación de las fuerzas de seguridad del Estado hace que las denuncias de actos que podrían constituir delitos de odio se

transformen en los procedimientos posteriores en una simple falta de lesiones u otro tipo de delito, ya que desaparece la motivación de odio para el delito [52] [53].

4. Conclusiones

El pluralismo mediático en España sigue en una situación general de riesgo medio. Excepto en la Pluralidad de Mercado, que presenta un alto riesgo, todas las demás áreas se mantienen en niveles similares de riesgo medio. En términos generales, se puede afirmar que la situación en España ha sido estable en los últimos años, con un empeoramiento de los riesgos para el pluralismo mediático debido a los efectos de la Covid-19 y algunas leyes y regulaciones aprobadas en años anteriores que ponen en peligro la libertad de expresión y las condiciones diarias de los profesionales de los medios. Si bien los efectos de la Covid-19 se han mitigado en general, la situación legal y profesional no ha experimentado grandes mejoras ni declives relevantes, por lo que la situación del país sigue en un punto muerto de riesgo medio. Como se verá en las conclusiones, algunos de los principales riesgos para el pluralismo mediático se pueden considerar sistémicos, en el sentido de que mitigarlos implicará necesariamente grandes transformaciones del sistema mediático y los modelos de negocio. Sin embargo, otros se pueden mitigar más fácilmente mediante reformas políticas.

La **Protección Fundamental** continúa siendo una de las principales áreas de preocupación, especialmente la Protección del Derecho a la Información (71%). Los mecanismos de apelación para negativas de acceso a la información no siempre son efectivos, como ha sido señalado por el Índice Global del Derecho a la Información. La falta actual de protección y mecanismos claros para acceder a la información significa que, según el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno, durante 2021 el 41,4% de las apelaciones ante el Consejo se debieron a que la administración a nivel estatal y el 73,75% a nivel regional no respondieron a las solicitudes de información. Esta situación de silencio administrativo y falta de protección es particularmente preocupante. Además, legislaciones como la Ley Orgánica 4/2015 de 30 de marzo, de Protección de la Seguridad Ciudadana (conocida comúnmente como Ley Mordaza), no se ha modificado ni derogado, por lo que las limitaciones a la libertad de expresión y libertad de prensa siguen existiendo a pesar de las supuestas intenciones reformistas del gobierno. Una situación similar se puede observar en relación a los artículos 490 y 491 del Código Penal, que criminalizan las injurias y calumnias contra el monarca o miembros de la familia real. La aplicación de dichos artículos en juicios recientes ha llevado al enjuiciamiento y encarcelamiento de varios músicos, así como posibles casos de autocensura considerando las altas medidas aplicadas por los tribunales de justicia. Por último, pero no menos importante, las condiciones laborales de los periodistas siguen siendo de riesgo medio (salarios bajos e inseguridad laboral, junto con un aumento de los casos de acoso en línea).

Recomendaciones:

- España necesita aprobar legislación que garantice que todos los organismos públicos están obligados a garantizar el acceso a la información, mejorando los mecanismos de apelación.
- La coalición gubernamental debe promover e implementar cambios en las leyes actuales que ponen en peligro la libertad de expresión y de información.
- Los periodistas deben contar con una mayor protección, tanto a nivel económico como personal, para evitar presiones e influencias. Existe una necesidad general de mejorar los salarios y las condiciones económicas, así como de fortalecer los sindicatos existentes y los organismos de autorregulación.

La **Pluralidad de Mercado** es el único ámbito que se considera de Alto Riesgo. La concentración mediática es el principal punto de preocupación en este aspecto, con porcentajes de concentración que van del 77% al 86% (en publicidad y audiencia) dependiendo del mercado mediático. Este es un problema sistémico del sistema mediático español que ha sido descrito en ediciones anteriores del Monitor de Pluralismo Mediático. Este problema va de la mano con la falta de transparencia en la propiedad de los medios y en la transparencia financiera, especialmente agudo en los mercados en línea. La falta de datos confiables es un problema, ya que en muchos mercados la evaluación de la concentración podría hacerse de manera más precisa si las obligaciones legales de divulgación de información fueran efectivas. En este sentido, la reciente legislación puede ser útil, aunque se necesita más tiempo para estudiar sus efectos. Por ejemplo, la Ley de Servicios Digitales incluye obligaciones para los "gatekeepers" de los servicios digitales de informar sobre sus procesos de concentración empresarial, con la posibilidad de recibir sanciones. En cuanto a la viabilidad de los medios, existen preocupaciones elevadas relacionadas con los modelos de negocio de los medios de noticias. El mercado televisivo presenta una doble realidad, con la televisión abierta reduciendo sus ingresos mientras que la televisión de pago crece alrededor del 11%. Mientras que los mercados de radio se expandieron a tasas similares a la inflación, los mercados de prensa lo hicieron por debajo, y las secciones digitales aún intentan encontrar modelos de negocio confiables que puedan reemplazar o contribuir a los modelos de negocio más tradicionales.

Recomendaciones:

- Adoptar mecanismos legislativos para garantizar la transparencia en la propiedad de los medios y en la situación financiera, con la obligación de publicar datos confiables.
- Controlar la concentración mediática, tanto en audiencia como en ingresos publicitarios.

El área de **Independencia Política** tiene un riesgo medio. La autonomía editorial es el principal motivo de preocupación (75%). España sigue siendo un país en el que el periodismo recibe muchas presiones y controles por parte de actores políticos y financieros. Los periodistas españoles reconocen esto en diferentes estudios realizados, especialmente en el informe anual de la Asociación de Prensa de Madrid. Las influencias políticas y económicas suelen ser señaladas como la segunda amenaza o preocupación principal con respecto al trabajo de los periodistas, después de las malas condiciones laborales, normalmente asociadas a salarios bajos. Del mismo modo, las investigaciones realizadas en España muestran que los bajos niveles de confianza de los ciudadanos en el periodismo y las instituciones mediáticas se deben al hecho de que los ciudadanos lo perciben como una profesión que carece de autonomía editorial. Esto también afecta a la radiodifusión de servicio público, que sufre influencias políticas aún mayores. Aparentemente, las leyes españolas tanto a nivel central como regional incluyen garantías suficientes para asegurar la independencia de los medios de servicio público. Sin embargo, incluso los mecanismos más eficientes no pueden hacer nada cuando la cultura política lleva a los partidos políticos a continuar compartiendo y distribuyendo puestos o bloqueando la renovación de los órganos directivos.

Recomendaciones:

- Fortalecer la autoridad de los organismos de autorregulación y las asociaciones profesionales para contrarrestar mejor las presiones políticas y económicas en los medios privados.
- Garantizar la independencia política de los medios de servicio públicos.

La **Inclusión Social** presenta niveles de riesgo muy diferentes. Por ejemplo, la igualdad de género en los medios de comunicación tiene un alto riesgo del 78%. Los tres principales radiodifusores de servicio público (RTVE en español, CCMA en catalán y EITB en vasco) cuentan con planes de igualdad actualizados, así como planes de formación en igualdad de género y protocolos para prevenir y actuar en casos de acoso sexual. Sin embargo, este no es el caso en otros medios. También sigue existiendo una brecha salarial relevante entre mujeres y hombres en la industria de los medios, tanto en los medios privados como en los públicos. Una gran preocupación también es la representación de las mujeres en los medios como expertas en programas de noticias y políticos. La situación sigue siendo similar a las ediciones anteriores del Monitor de Pluralismo Mediático y se evalúa como un alto riesgo. El otro ámbito de alto riesgo se refiere a la representación de las minorías en los medios (67%). Esto se debe principalmente a la interpretación restrictiva del Convenio Marco del Consejo de Europa para la Protección de las Minorías Nacionales, ya que el gobierno español ha negado explícitamente la existencia de minorías nacionales en España, a pesar de la relevancia de algunas comunidades con su propio idioma o minorías religiosas. Además, en España siguen existiendo deficiencias graves en cuanto a la accesibilidad de los medios audiovisuales para personas con discapacidad. Vale la pena mencionar también la situación de los medios comunitarios. A pesar de estar reconocidos por ley, no se ha otorgado ninguna licencia de radio o televisión comunitaria desde que se promulgó la ley. Mientras tanto, estos medios están transmitiendo ilegalmente.

Recomendaciones:

- Implementar acciones para garantizar una presencia más justa de las mujeres en puestos directivos, así como trabajar activamente para reducir la brecha salarial existente.
- Legislar para incrementar la presencia de las lenguas regionales tanto en los medios privados como en los públicos, incluyendo en las plataformas de transmisión.

5. Referencias

- [1] Sentencia del Tribunal Supremo 1.231/2022 (Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta) del 3 de octubre del 2022. Retrieved from <https://confilegal.com/wp-content/uploads/2022/10/sentencia-orden-interrupcion-acceso-a-sitio-web.pdf>
- [2] Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal – 1995. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-25444-consolidado.pdf>
- [3] Letter to the Mr Juan Carlos Campo, Minister of Justice of Spain - Commissioner for Human Rights of the Council of Europe – 2021. Retrieved from <https://rm.coe.int/letter-to-mr-mr-juan-carlos-campo-minister-of-justice-of-spain-by-dunj/1680a1c05e>
- [4] Ley Orgánica 4/2015 de protección de la seguridad ciudadana – 2015. Retrieved from <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-3442>
- [5] The Global RTI Rating - Access Info Europe & The Centre for Law and Democracy. Retrieved from <https://www.rti-rating.org/country-data/by-indicator>
- [6] Memoria de Actividades 2021 - Consejo de Transparencia y Buen Gobierno – 2022. Retrieved from https://www.consejodetransparencia.es/ct_Home/Actividad/memorias_planes/memoria2021.html
- [7] Informe Anual de la Profesión Periodística 2021 de la Asociación de Prensa de Madrid. Retrieved from <https://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/>
- [8] Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Retrieved from <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/06/04/3/con>
- [9] BOE, 2022, Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*. Retrieved from: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>
- [10] BARLOVENTO COMUNICACIÓN, 2022. *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2022*. Retrieved from: https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022_Barlovento-Comunicacion.pdf
- [11] AIMC, 2022. *Estudio General de Medios, 3.ª Ola 2022*. Retrieved from: <https://reporting.aimc.es/index.html - /main/radio>
- [12] AIMC, 2022. *Estudio General de Medios, 3.ª Ola 2022*. Retrieved from: <https://reporting.aimc.es/index.html - /main/diarios>
- [13] DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA, 2022, Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de septiembre de 2022. *Boletín Oficial del Estado*. Retrieved from: <https://www.boe.es/doue/2022/265/L00001-00066.pdf>
- [14] DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA, 2022, Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de octubre de 2022. *Boletín Oficial del Estado*. Retrieved from: <https://www.boe.es/doue/2022/277/L00001-00102.pdf>
- [15] CNMC, 2022. Estadísticas Audiovisual 2T 2022. *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*. Retrieved from: https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/Notas de prensa/2022/20221124_NP_2TAudiovisual_.pdf
- [16] VARA, MIGUEL, 2022. Gran éxito de las suscripciones como principal modo de pago por noticias digitales. *Digital News Report España 2022*. Retrieved from: <https://www.digitalnewsreport.es/2022/gran-exito-de-las-suscripciones-como-principal-modo-de-pago-por-noticias-digitales/>
- [17] FESP, 2022. La situación laboral y profesional de las periodistas y las/los freelance empeora tras la pandemia. Federación de Sindicatos de Periodistas. Retrieved from: <https://fesperiodistas.org/la-situacion-laboral-y-profesional-de-las-periodistas-y-las-los-freelance-empeora-tras-la-pandemia/>
- [18] APM, 2022. Informe Anual de la Profesión Periodística 2021. *Asociación de la Prensa de Madrid*. Retrieved from: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf
- [19] SÁNCHEZ, CARLOS, 2022. Hacienda sólo ingresa el 25% de lo previsto por la tasa Google: 240

millones. *El Confidencial*. Retrieved from: https://www.elconfidencial.com/economia/2022-05-12/hacienda-recaudacion-tasa-google_3423132/

[20] CNMC, 2021. Estudio sobre las condiciones de competencia en el sector de la publicidad online en España. *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*. Retrieved from: https://www.cnmc.es/sites/default/files/3626347_16.pdf

[21] IPMARK, 2023. La Comisión de Seguimiento confirma el envío del informe sobre GfK DAM. *IPMARK*. Retrieved from: <https://ipmark.com/comision-de-seguimiento-confirma-envio-informe-sobre-gfk-dam/>

[22] TEKNAUTAS, 2022. Google estrena News Showcase en España tras firmar acuerdos con 60 medios. *El Confidencial*. Retrieved from: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2022-09-22/google-showcase-espana-news-medios-comunicacion_3494327/

[23] Asociación de la Prensa de Madrid. Informe Anual de la Profesión Periodística 2021. Available at: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf

[24] Organic Law 5/1985 of 19 June on the General Electoral System. Available at: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>

[25] Law 29/1984 of August 2 regulating the granting of aid to Journalistic Companies and News Agencies. Available at: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-17386>

[26] Law 29/2005 of December 29 on Institutional Advertising and Communication. Available at: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2005-21524>

[27] El presidente de RTVE dimite al perder el apoyo del PSOE y Unidas Podemos. Available at: <https://elpais.com/espana/2022-09-26/el-presidente-de-rtve-prepara-su-dimision-al-perder-el-apoyo-del-psoe-y-unidas-podemos.html>

[28] Law 29/2005 of December 29 on Institutional Advertising and Communication Available at: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>

[29] Circular 1/2019, of March 7, 2009, of the Spanish Data Protection Agency, on the processing of personal data relating to political opinions and the sending of electoral propaganda by electronic means or messaging systems by political parties, federations, coalitions and groups of voters under Article 58 bis of Organic Law 5/1985, of June 19, 1985, on the General Electoral System. Available at: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-3423

[30] Ministerio de Cultura y Deporte, 2023. Subvenciones para la edición de revistas de cultura. Convocatoria 2023. Retrieved from: <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones/ayudas-y-subvenciones/libro/edicion-revistas-cultura.html>

[31] Romero, P. October, 2022. Así se reparte la publicidad institucional: dinero público regalado a medios afines. *Público*. Retrieved from: <https://www.publico.es/sociedad/reparte-publicidad-institucional-dinero-publico-regalado-medios-afines.html>

[32] II Plan para la Igualdad entre Mujeres y Hombres en la CRTVE. 2022. Retrieved from: https://www.ugtrtve.net/images/descargas/2022_plan2igualdadcrtve.pdf

[33] III Plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres en el Grupo EITB (2019-2022). 2019. Retrieved from: [https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/III_Plan_para_la_Igualdad_de_Mujeres_y_Hombres_del_Grupo_EITB_\(2019-2022\).pdf](https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/III_Plan_para_la_Igualdad_de_Mujeres_y_Hombres_del_Grupo_EITB_(2019-2022).pdf)

[34] Pla d'Igualtat de la CCMA. 2020. Retrieved from: <https://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/1/6/1605189748061.pdf>

[35] RTVE. Memoria 2021. Retrieved from: https://www.rtve.es/contenidos/corporacion/MEMORIA_SERVICIO_PUBLICO_2021.pdf

[36] EITB Memoria Integrada 2021. Retrieved from: https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/Memoria_Integrada_EITB_2021.pdf

[37] Estat d'informació no financera CCMA. 2022. Retrieved from: https://www.ccma.cat/multimedia/corporativo/documentos/Estat_d_informacio_no_financera_ccma_2022.pdf

<https://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/3/9/1650626971993.pdf>.

[38] RTVE Alta Dirección. <https://www.rtve.es/corporacion/direccion/>.

[39] RTVE Consejo de Administración. Retrieved from: https://www.rtve.es/corporacion/consejo_administracion/.

[40] Organización Corporativa Atresmedia. Retrieved from: <https://www.atresmediacorporacion.com/sobre-nosotros/equipo-directivo/>.

[41] Mediaset Management Board. Retrieved from: <https://www.mediaset.es/inversores/es/equipo-directivo/>.

[42] #OnSonLesDones: Recompte octubre, novembre i desembre de 2021. 5 anys de recomptes. Retrieved from: <https://www.onsonlesdones.cat/2022/06/onsonlesdones-5-anys-de-recomptes.html>

[43] Informe sobre la distribución entre hombres y mujeres de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas. Retrieved from: https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/wp-content/uploads/2022/06/INFORME_TIEMPO_PALABRA_POR_SEXO_2021F.pdf

[44] Observatorio de Igualdad Corporación RTVE. Informe 2022. Retrieved from: https://www.rtve.es/contenidos/corporacion/INFORME_DEFINITIVO_OBSERVATORIO_DE_IGUALDAD_RTVE_2022.pdf

[45] Informe 87/2022, de 28 de setembre, de l'Àrea de Continguts, L'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio durant el període gener-abril del 2022. Retrieved from: https://www.cac.cat/sites/default/files/2022-10/Acord_93_2022_ca.pdf

[46] Statistics | Eurostat. Retrieved from: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_SK_DSKL_I21_custom_2397093/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=dc481686-c938-4e07-b03c-8e039f532857.

[47] e-IRIS: reducir la brecha digital, construir ciudadanía». *FESABID* (blog). 19 de noviembre de 2021. Retrieved from: <https://www.fesabid.org/eiris-reducir-la-brecha-digital-construir-ciudadania/>.

[48] Constitución del Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional | DSN. Retrieved from: <https://www.dsn.gob.es/es/actualidad/sala-prensa/constituci%C3%B3n-del-foro-contra-campa%C3%B1as-desinformaci%C3%B3n-%C3%A1mbito-seguridad>.

[49] European Fact-Checking Standards Network Project. Retrieved from: <https://eufactcheckingproject.com/>.

[50] Standard Eurobarometer 94 - Winter 2020-2021. Retrieved from: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>.

[51] 2023 Edelman Trust Barometer. Retrieved from: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer>.

[52] Informe ONDOD sobre infradenuncia y delitos de odio - Observatorio Islamofobia». 2022. *Observatorio Islamofobia* (blog). 11 de julio de 2022. Retrieved from: <https://www.observatorioislamofobia.org/2022/07/11/informe-ondod-infradenuncia-delitos-odio/>.

[53] Falta de expectativas y "normalización": por qué no se denuncian muchos delitos de odio y discriminación. *elDiario.es*. Retrieved from: https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/social/falta-expectativas-normalizacion-no-denuncian-delitos-odio-discriminacion_1_9635531.html.

APÉNDICE I. EQUIPO PAÍS

Nombre	Apellido	Posición	Institución	MPM2023 CT Líder
<i>Jaume</i>	<i>Suau</i>	<i>Profesor</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	X
<i>Pablo</i>	<i>Capilla García</i>	<i>Profesor</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>David</i>	<i>Puertas Graell</i>	<i>Researcher</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Miguel</i>	<i>Franquet</i>	<i>Researcher</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>Marçal</i>	<i>Sintes-Olivella</i>	<i>Professor / Researcher</i>	<i>School of Communications and International Relations Blanquerna</i>	
<i>Lidia</i>	<i>Cordero Triay</i>	<i>Investigadora</i>	<i>School of Communication and International Relations. Ramon Llull University</i>	
<i>Roger</i>	<i>Valsells</i>	<i>Researcher</i>	<i>Blanquerna 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 MPM2023. 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>Academic</i>	<i>The Center for Internet and Society. Stanford University</i>
<i>Nuria</i>	<i>de Jose</i>	<i>Vice-Dean</i>	<i>Union of Journalists</i>
<i>Marti</i>	<i>Petit</i>	<i>Head of Research</i>	<i>Catalan Regulatory Authority</i>

Informe del proyecto de investigación

Publicación -
Junio 2023



Publications Office
of the European Union

