

Espanya. Informe de país 2022.

Autors: Ricard Parrilla Guix, Ruth Rodríguez-Martínez, Marcel Mauri-Ríos,
Laura Pérez-Altable

Traductors: Marcel Mauri-Ríos, Ricard Parrilla Guix

Introducció

Aquest informe resumeix els resultats derivats de la investigació duta a terme pel projecte de recerca EurOMo, en què es reflecteix la situació existent en el context mediàtic espanyol l'any 2020, a partir de la informació disponible fins el 15 de juliol de 2022. La mostra de mitjans de comunicació espanyols està formada per (1) les cinc cadenes de televisió més vistes i (2) les quatre ràdios més escoltades, (3) els cinc diaris impresos més llegits, (4) els quatre diaris nadius digitals més llegits, i el lloc web de les cadenes de TV, ràdios i diaris impresos seleccionats. Algunes qüestions rellevants que cal precisar són les següents: tots els mitjans de comunicació seleccionats (cf. Taula 1) tenen abast estatal; les dades de lectura i consum corresponen al 2020; i tots els mitjans s'editen a Madrid, excepte *La Vanguardia* i *lavanguardia.com*, que s'editen a Barcelona. La mostra inclou mitjans de comunicació de servei públic (*TVE1*, *RNE* i *rtve.es*) i mitjans privats (la resta).

Taula 1. Mostra espanyola de mitjans de comunicació (n=31)

	TV, ràdio, diaris impresos, diaris nadius digitals	Lloc web corresponent
Cadenes de televisió	Antena 3	antena3.com
	La Sexta	lasexta.com
	Tele 5	telecinco.es
	Cuatro	cuatro.com
	TVE1	rtve.es
Cadenes de ràdio	RNE	
	SER	cadener.com
	Cope	cope.es
	Onda Cero	ondacero.es
Diaris impresos	El País	elpais.com
	El Mundo	elmundo.es
	ABC	abc.es
	La Razón	larazon.es
	La Vanguardia	lavanguardia.com
Diaris nadius digitals	elespanol.com elconfidencial.com eldiario.es huffingtonpost.es	

Taula d'elaboració pròpia

Nota: (1) Les cel·les que tenen el mateix color indiquen que els mitjans pertanyen a la mateixa empresa.
 (2) Els mitjans de comunicació en cel·les amb un color semblant pertanyen al mateix grup de mitjans.
 (3) Les cel·les que no estan ressaltades indiquen que el mitjà de comunicació no comparteix grup de mitjans amb cap altre mitjà de comunicació de la mostra.

Qui té la propietat de quins mitjans de comunicació

Els resultats permeten observar que quinze propietaris de mitjans són amos dels 31 mitjans de comunicació seleccionats. A continuació, es mostren aquests mitjans d'acord amb el grup de mitjans i propietari directe o editor a què pertanyen:

(1) Grupo Planeta: Antena 3, La Sexta i Onda Cero i els seus equivalents en línia són editats per Atresmedia Corporación de Medios SA i juntament amb La Razón i la razon.es, editats per Audiovisual Espanyola 2000, SA formen part del grup de mitjans que pertanyen al Grupo Planeta .

(2) Mediaset Espanya: Tele5 i Cuatro (propietat de Grup Editorial Telecinco SAU) i telecinco.es i cuatro.com (propietat de CONECTA5 TELECINCO, SAU).

(3) Grup Prisa: El País i elpais.com (propietat d'EDICIONES EL PAIS, SL) i SER i cadenaser.com (propietat de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SL) pertanyen al Grup Prisa (Promotora de Informaciones, SA).

(4) Grupo Godó: La Vanguardia i lavanguardia.com (propietat de La Vanguardia Ediciones, SLU) pertanyen a aquest grup mediàtic català. Grup Godó també ostenta el 20% de les accions de PRISA RADIO SA, propietària directa de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SL.

(5) Grup Vocento : ABC i abc.és, editat per DIARIO ABC, SL

(6) Corporación de Radio Televisión Española SA, SME: Els dos mitjans de comunicació de servei públic (TVE1, RNE) són propietat d'aquesta societat, el titular directe de la qual és una empresa pública (SEPI) pertanyent a l'Estat espanyol.

(7) Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas: Aquesta empresa, que té com a accionista majoritari l'Església Catòlica Espanyola, edita COPE i cope.es.

(8) Grup Unidad Editorial: El Mundo i elmundo.es són propietat d'Unidad Editorial SA, un grup de mitjans de comunicació filial de la corporació italiana RCS media group .

(9) BuzzFeed Inc : Huffingtonpost.es.

(10) Els altres diaris nadius digitals no pertanyen a grups mediàtics específics. TITANIA COMPAÑÍA EDITORIAL, SL Ediciones edita elconfidencial.com; El Diario de Prensa Digital SL edita eldiario.es; El León de El Español Publicaciones SA edita elespanol.com.

Principals models de propietat

Cinc models de propietat caracteritzen els mitjans espanyols analitzats:

(1) 21 dels 31 mitjans analitzats tenen estructures de propietat complexes o molt complexes. Elespanol.com i els mitjans del Grupo Vocento , Mediaset España, Atresmedia Corporación de Medios, BuzzFeed Inc. i, especialment, Grupo Prisa,

tenen complexes estructures de propietat, amb més de dues relacions de propietat entre l'empresa editora i els beneficiaris finals del mitjà de comunicació.

Per contra, en 9 mitjans de comunicació (els tres mitjans de servei públic; La Vanguardia, La Razón i els seus corresponents mitjans digitals equivalents; eldiario.es i elconfidencial.com) els beneficiaris finals del mitjà són propietaris directes o indirectes de l'empresa editora del mitjà.

(2) Aquells mitjans de comunicació que són de titularitat pública, els mitjans privats que són propietat d'empreses o particulars i els mitjans que són propietat de l'Església Catòlica pertanyen majoritàriament a grups de comunicació rellevants en el context mediàtic espanyol. La majoria dels mitjans de comunicació (26) tenen com a propietaris directes persones físiques o jurídiques. L'Estat espanyol és propietari de tres mitjans de comunicació de servei públic de la mostra: TVE, RNE, rtve.es. Els diversos mitjans de comunicació de servei públic a Espanya propietat dels governs autonòmics no formen part de la mostra. En tercer lloc, la Conferència Episcopal Espanyola és propietària majoritària de la COPE i cope.es.

(3) Estructures de propietat de mitjans internacionalitzades. 64 dels 130 titulars legals identificats, és a dir, el 49,6% (cf. Taula 2) tenen el seu domicili fora d'Espanya. Aquests propietaris legals estrangers tenen la seva seu a Alemanya, EUA, Regne Unit, Illes Caiman, Bermudes, Mèxic, Noruega, Irlanda, Luxemburg, Singapur i Nova Zelanda.

Taula 2. Mostra de propietaris directes i indirectes identificats dels mitjans seleccionats

Tipus de propietari	Número	% del total
Companyies i fundacions (propietaris legals)	130	59,6%
individuals (propietaris naturals)	79	36,2%
Capital flotant de companyies que cotitzen a la borsa	9	4,1%
Nombre total de propietaris	218	

Taula d'elaboració pròpia

(4) Estructures de propietat de mitjans finançaritzades.

Com es mostra a la Taula 2, nou propietaris corresponen al capital flotant de vuit empreses que cotitzen a la borsa. Les empreses de mitjans de comunicació que cotitzen a la borsa de la mostra tenen un nombre menor d'accions de capital flotant que la corporació de telecomunicacions que cotitza a la borsa i els bancs comercials (vegeu el quadre 3).

Taula 3. Propietaris legals amb capital flotant a la seva estructura de propietat.

Propietari	Sector financer	Capital flotant (titularitat compartida el 2020)
Promotora de Informaciones S.A.	Mèdia	15,19%
RTL Group S.A.	Mèdia	23,72%
Vocento S.A.	Mèdia	33,67%
Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A.	Mèdia	39,40%
Mediaset España S.A.	Mèdia	42,40%
CaixaBank S.A.	Banca comercial	51,02%
Telefonica S.A.	Telecomunicacions	86,65%
BBVA S.A.	Banca comercial	90,48%
Banco Santander S.A.	Banca comercial	93,46%

Taula d'elaboració pròpia

A més, 73 dels 130 propietaris legals identificats (56%) són actors financers, especialment fideïcomisos (trusts), bancs i fons de gestió. BBVA, Santander i HSBC, el fons d'inversió del Banc Central de Noruega i empreses pertanyents a JP Goldman Sachs, Blackrock Inc., Invesco Ltd. i Credit Suisse en són algunes. Grupo Prisa és el grup amb l'estructura de propietat més complexa, internacionalitzada i finançaritzada.

(5) Un nombre escàs de propietaris de mitjans i directius de mitjans tenen afiliació política. No obstant això, el paral·lelisme polític al sistema mediàtic espanyol és elevat. Només dos dels 79 propietaris naturals de la mostra són o han estat polítics electes amb filiació política manifesta; l'eurodiputat italià de Forza Italia Silvio Berlusconi; en segon lloc, Emilio Ybarra Churruca que va ser tinent d'alcalde de Bilbao durant la dictadura franquista.

Sis propietaris naturals addicionals tenen una afiliació política òbvia però no reconeguda a causa d'una de les raons següents: (1) van treballar anteriorment a oficines de premsa de partits o governs, (2) van presentar mítings de partits polítics específics, (3) han ocupat prèviament càrrecs de designació política, o (4) han donat suport públicament a partits polítics específics: Pedro J. Ramírez va escriure editorials demanant votar pels partits UPyD i PP, Félix Rodríguez va donar suport a Manuel Valls com a alcalde de Barcelona, i Carlos Slim va donar suport al partit polític mexicà PRI.

Tot i això, el paral·lelisme polític dels mitjans és molt alt a Espanya, encara que el suport dels mitjans a partits específics poques vegades s'expressa de forma explícita en la línia editorial. En canvi, hi ha casos de connexions entre els mitjans de comunicació i els partits. Francisco Marhuenda, director de La Razón, va ser cap de gabinet en un govern del Partido Popular. També hi ha maniobres estatals recolzades per mitjans específics (per exemple, Antonio Ferreras, directiu de La Sexta, va col·laborar per difondre informació falsa contra el partit Podemos). Finalment, els periodistes-comentaristes presents als programes de ràdio i televisió de contingut polític són, en molts casos, designats pels partits polítics.

Quina informació falta

Beneficiaris efectius dels mitjans de comunicació. En tots els casos menys un (eldiario.es), els mitjans de comunicació no informen sobre els seus beneficiaris finals a la publicació i lloc web. Els beneficiaris finals dels grups de mitjans abans esmentats solen ser extremadament difícils de determinar degut a la complexa estructura de propietat i la manca de dades financeres.

Redacció dels mitjans de comunicació. Només tres mitjans, El Mundo & elmundo.es —tots dos comparteixen redacció— i eldiario.es, informen de la xifra concreta dels periodistes que conformen la redacció.

Comptes anuals i financers de les entitat propietàries (persones jurídiques). Només una minoria de persones jurídiques directament o indirectament propietàries dels mitjans (d'ara endavant, també entitats propietàries) amb seu a Espanya o altres països publiquen els comptes individuals (per a l'empresa específica) o comptes consolidats (per al grup d'empreses a què pertany l'empresa) al seu lloc web.

Les persones jurídiques propietàries amb seu a Espanya (64 dels 130 les entitats propietàries, és a dir, el 49,6%) han de reportar anualment informació sobre les empreses al Registre Mercantil espanyol (Registre Mercantil). A més, les empreses que cotitzen a borsa a Espanya han de proporcionar informes financers a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV). Els informes financers presentats a la CNMV estan disponibles de forma gratuïta a Internet i recullen dades sobre els propietaris de la societat, les seves accions i els drets de vot, entre d'altres.

Les memòries anuals que es presenten al Registre Mercantil espanyol només estan disponibles en format imprès i poden ser comprades al Registre Mercantil, o a través d'altres serveis privats que resumeixen algunes dades o venen els comptes anuals de les empreses. En aquests comptes anuals, les empreses no necessiten informar sobre els canvis a l'estructura de propietat ni sobre les subvencions de les administracions públiques.

Les persones jurídiques propietàries amb seu a fora d'Espanya (50,6% del total) no estan subjectes a la normativa espanyola sinó a la del seu país de residència (cf. supra). A excepció de les empreses mexicanes (a Mèxic, l'espanyol és oficial), cap de les altres empreses estrangeres està obligada a publicar els seus comptes financers en almenys un dels idiomes oficials d'Espanya.

La informació sobre subvencions i ingressos per mitjà de la publicitat pública, en la majoria dels casos, no està disponible. Per contra, la informació sobre els ingressos i la plantilla de les entitats propietàries el 2020 està disponible en la majoria dels casos. Tanmateix, en la majoria dels casos manca l'import detallat de les subvencions públiques i del finançament públic a través de la publicitat.

Això no obstant, el Govern espanyol proporciona informació agregada sobre l'import total dels ajuts públics rebuts pels propietaris legals espanyols i estrangers. El Govern d'Espanya (<https://www.pap.hacienda.gob.es/bdnstrans/GE/es/index>) informa si les empreses i entitats van rebre el 2020 menys o més de 100.000€ en ajudes públiques totals i comunica l'import total d'ajuts públics per a les empreses que hagin rebut més

de 100.000€. El concepte d'ajuda pública inclou, entre d'altres, les subvencions i els ingressos en publicitat pública.

Principals riscos per a la transparència

Els principals riscos per a la transparència fan referència a (1) la identificació dels beneficiaris finals dels mitjans, (2) el personal editorial dels mitjans, (3) la disponibilitat i accessibilitat general dels comptes anuals i financers, (4) la manca de transparència respecte a la quantitat específica de subsidis i publicitat pública que reben les entitats propietàries dels mitjans.

Distribució

La mostra d'intermediaris digitals rellevants a Espanya comprèn Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter, Instagram, Facebook, Messenger, Telegram, Google Discover, Apple News, Upday, Flipboard, Facebook. Pel que fa a acords per a la creació de continguts, pocs d'aquests intermediaris digitals tenen acords amb altres plataformes. Se'n poden assenyalar els següents:

1. Facebook té acords amb les plataformes de verificació de dades Maldita i Newtral per avaluar-ne el contingut.
2. Google té un acord amb rtve.es per proporcionar subtítols autotraduïts en gallec, èuscar i català, així com en anglès, italià, francès i alemany, per a una part de la seva videoteca en línia.
3. YouTube dona suport al programa de formació de creadors de vídeo del Instituto RTVE, en què experts audiovisuals espanyols comparteixen consells sobre com comunicar-se correctament i creadors espanyols de YouTube sobre "Com començar a YouTube" i "Com créixer a YouTube".

El 2022 es van dur a terme els següents acors:

1. Meta (Facebook, Whatsapp, Facebook Messenger i Instagram) va acordar amb Telefónica la creació del Metaverse Innovation Hub i un laboratori 5G.
2. Després de vuit anys sense estar operatiu a Espanya, Google News ha tornat a ser-hi després que Espanya adoptés una directiva sobre drets d'autor, aprovada per la Unió Europea el 2019. D'acord amb Google, s'ha començat a "treballar amb els editors per arribar a acords" i s'ha renovat la secció "Verificació de fets" per "oferir més context" (<https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>).

Distribuïdors no lineals rellevants a Espanya.

Segons dades d'AIMC, almenys el 5% dels enquestats van consumir continguts dels següents distribuïdors no lineals durant un període de 30 dies el 2019 o el 2020: Netflix (2019: 37,2% i 2020: 57,5%), Amazon Prime Vídeo (26,2% i 50,2%), Movistar+ (36,0% i 35,0%), Disney+ (-; 20%) HBO (14,6% i 16,6%), Vodafone TV (11,3% i 9,1%),

Orange TV 5,8% i 7,3%), Dazn (3,1% i 8,4%) Filmin (1,0% i 5,1%). Segons VOD Analytics, els distribuïdors no lineals més utilitzats pels ciutadans residents a Espanya de 16 anys o més són Netflix, Amazon Prime Video, HBO i Disney+.

Cal assenyalar que no hi ha informació disponible sobre la possibilitat d'acords comercials específics que influeixin en la creació de contingut.

Marc legal

La mostra legal per a l'anàlisi del marc legal a Espanya inclou quinze lleis de mitjans, tres lleis estatals i dotze d'autonòmiques. Les lleis autonòmiques cobreixen 11 de les 17 comunitats autònomes (Andalusia, País Basc, Catalunya, Cantàbria, Extremadura, Galícia, Castella-la Manxa, Castella i Lleó, Madrid, Múrcia i País Valencià).

A Espanya hi ha dos organismes relacionats amb la regulació del mercat audiovisual. En primer lloc, la CNMV és l'encarregada de supervisar els mercats espanyols i l'activitat dels que hi intervenen, inclòs el mercat audiovisual. En segon lloc, la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (d'ara endavant, CNMC) s'encarrega del funcionament correcte, la transparència i l'existència d'una competència efectiva a tots els mercats i sectors productius en benefici dels consumidors i usuaris i depèn de l'Estat. La Llei de creació de la CNMC, en particular el Capítol 2, Article 9, relatiu a la supervisió i control del mercat de la comunicació audiovisual, regula la titularitat i la transparència financera del mercat audiovisual.

L'article 5 de la Directiva Europea 2018/1808 no ha estat transposat a Espanya. Totes les lleis rellevants analitzades fins al 15 de maig del 2022 han estat aprovades o modificades el 2018 o en anterioritat a aquesta data. Això no obstant, la nova Llei General de la Comunicació Audiovisual de 26 de maig de 2022, que va entrar en vigor el 8 de juliol de 2022, transposa l'article 5 d'aquesta directiva. La llei no ha estat considerada en l'anàlisi centrada en la situació fins al 15 de maig del 2022.

A Espanya no hi ha una agència reguladora nacional del sistema de mitjans i només tres territoris (Andalusia, Catalunya i País Valencià) compten amb agències reguladores de mitjans (d'ara endavant, les tres AR autonòmiques). Si bé en alguns indicadors de la base de dades d'EurOMo, el resultat que figura és "sense agència reguladora de mitjans estatal", les responsabilitats de les autoritats dels mitjans de comunicació són d'aquestes tres comunitats autònomes afecten un territori en què resideix el 44,84% de la població espanyola.

Quines lleis fan referència a la transparència en la propietat i el control dels mitjans?

Quatre de les disset lleis regulen la transparència en la propietat i el control dels mitjans. Dos regulen la titularitat i el control a escala estatal (Llei General de Comunicació Audiovisual i Llei de Ràdio i Televisió de titularitat estatal), un a Andalusia (Llei d'Audiovisual d'Andalusia) i un altre a Catalunya (Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya). A més, el capítol 2, article 9 de la Llei de creació de la CNMC regula la transparència en la propietat i el control dels mitjans. Aquest article té per objecte controlar i supervisar el compliment de les obligacions relatives a la transparència del règim de propietat dels proveïdors de serveis audiovisuals d'àmbit estatal.

Correspondència amb les expectatives normatives

Les expectatives normatives del projecte són quatre: (1) La necessitat de divulgar informació cap al govern i les autoritats; (2) la necessitat de divulgar la informació cap als ciutadans i la societat civil; (3) El Consell d'Europa (CdE) recomana “millorar la transparència dels processos de distribució en línia de contingut multimèdia, inclosos els processos automatitzats” per aclarir qui decideix el contingut (de notícies) disponible (Consell d'Europa, 2018, Apèndix, par. 2.5) ; (4) la necessitat de complir els apartats 1 i 2 de l'art. 5 de la Directiva UE 2018/1808. Aquests apartats es refereixen a la necessitat de revelar informació de propietat.

1. A Espanya els mitjans i els seus propietaris divulguen informació cap a organismes públics i a les tres AR autonòmiques.
2. Els propietaris dels mitjans analitzats divulguen només en pocs casos, o bé no sistemàticament, informació cap al públic, els ciutadans i la societat civil(cf. principals models de propietat). Hi ha escassa normativa sobre això (cf. més amunt).
3. Hi ha una clara manca de transparència respecte a la distribució en línia i els processos automatitzats del contingut dels mitjans que requereix el Consell d'Europa.
4. La majoria de lleis analitzades no inclouen la necessitat esmentada anteriorment de divulgar informació sobre la titularitat; només requereixen un nivell mínim de detall, per exemple, divulgar el nom i les dades de contacte dels propietaris directes i reals.

Principals riscos

Els principals riscos que s'han identificat a Espanya són els següents:

1. La cobertura de les lleis: les lleis estatals i autonòmiques analitzades es van aprovar abans del 2019 i cap disposició afecta empreses que actuen com a guardians digitals.
2. La manca d'una autoritat reguladora estatal de mitjans: la manca d'una autoritat reguladora estatal per a qüestions de propietat dels mitjans a Espanya té efectes negatius en tant que la responsabilitat de la transparència de la propietat dels mitjans recau principalment en el govern o en organismes directament subordinats al govern. Dues de les tres AR autonòmiques (les de Catalunya i del País Valencià) són autoritats reguladores independents.
3. La CNMV, l'autoritat reguladora amb competències en matèria de propietat i transparència, no és independent i afecta únicament les empreses que cotitzen en borsa a Espanya. Per tant, les seves regulacions afecten només el 6,84% dels les persones jurídiques identificades com a propietàries dels mitjans de comunicació.
4. La CNMC, l'organisme que preserva, garanteix i promou la transparència en tots els sectors i l'existència d'una competència efectiva a tots els mercats, es va crear com a autoritat reguladora independent. Tanmateix, el Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital del govern d'Espanya designa els deu membres del Consell del CNMC, el seu òrgan de decisió (cf. web del CNMC). La designació de cada membre es fa efectiva només després que una comissió del Congrés de Diputats espanyol n'examini la idoneïtat i potencials conflictes d'interès.

5. Les tres AR autonòmiques no són responsables de les fusions de mitjans, sinó d'estudiar la diversitat del mercat i controlar alguns tipus de concentració del mercat. Aquesta responsabilitat es defineix principalment en termes qualitius (com a objectiu per controlar la concentració). Únicament la Llei de l'Audiovisual de Catalunya defineix criteris quantitius, com ara limitar la possessió de més del 50% del capital social d'un mitjà de comunicació.

6. La influència directa de l'estat i el govern als mitjans de servei públic a través dels polítics, atès que els membres del parlament designen la majoria dels llocs de la junta directiva de l'organització de mitjans de servei públic de la mostra.

7. Només hi ha recomanacions i pautes per part de les autoritats públiques per fomentar la visibilitat i la prominència del contingut d'interès públic. Aquestes fan referència majoritàriament a garantir la igualtat, la diversitat i els valors democràtics i, en el cas de la legislació autonòmica, la diversitat lingüística o cultural.