MITJANS DE COMUNICACIÓ, PLURALISME I CONTROL DEMOCRÀTIC

Polarització política i mediàtica: conseqüències de l'erosió del pluralisme en el sistema de mitjans de comunicació

Carlos Ruiz-Caballero, Juan Pablo Capilla, Jaume Suau



El setembre de 2020, la Comissió Europea va publicar el seu primer informe sobre l'Estat de Dret de cadascun dels 27 estats membres de la Unió Europea. La independència del poder judicial, la corrupció i el pluralisme dels mitjans –amb l'accent posat en els drets fonamentals com la llibertat d'informació i d'expressió– són els eixos d'aquest examen de la qualitat democràtica dels estats. En el cas d'Espanya, apareixen ombres en aquests àmbits. Per abordar la qüestió del pluralisme informatiu, l'informe de la Comissió Europea té en compte el *Media Pluralism Monitor* (MPM) que elabora el Centre per al Pluralisme i la Llibertat dels Mitjans de Comunicació (CMPF) de l'Institut Universitari Europeu amb finançament de la Unió Europea. El *Media Pluralism Monitor* consta d'un qüestionari amb 200 indicadors que analitzen aquest pluralisme en àmbits com la protecció dels drets fonamentals, el mercat dels mitjans, la seva independència política i la inclusió social. Els autors d'aquest estudi formen part de l'equip que des de fa quatre anys elabora l'avaluació del *Media Pluralism Monitor* corresponent a l'Estat espanyol. El propòsit d'aquest article és

analitzar els principals problemes que erosionen el pluralisme en el nostre sistema mediàtic, centrant-nos en la polarització política i mediàtica.

L'any 2004, Hallin i Mancini [1] van caracteritzar el sistema mediàtic espanyol com a propi del "pluralisme polaritzat", i estudis posteriors han confirmat que continua instal·lat en aquesta categoria [2] [3]. Un element clau a l'hora de definir els sistemes de mitjans és el "paral·lelisme polític", definit com el vincle entre mitjans i partits polítics [4]. Als països amb un sistema de pluralisme polaritzat, el paral·lelisme polític conviu amb la instrumentalització política dels mitjans i comporta, com a risc associat, la polarització, de manera que les persones només confien en una font d'informació afí a les seves posicions polítiques sense buscar altres punts de vista [5]. Díaz Nosty (2011) considera que la polarització política ha traslladat al si dels mitjans tensions i pràctiques partidistes que alteren el seu rol normatiu, els resten credibilitat i els aparten del seu objectiu d'oferir informació veraç. En un sistema de mitjans com l'espanyol, marcat per la importància dels mitjans d'àmbit subestatal, la tendència a la polarització també apareix en els mitjans a escala autonòmica, on sorgeixen "formes indirectes d'intervenció, més enllà del control governamental de les televisions públiques" [6], de manera que s'han reproduït a aquesta escala les relacions de conveniència entre grups mediàtics i poders públics mitjançant la concessió de llicències i l'assignació de publicitat institucional, entre d'altres mecanismes.

Mobilitzar audiències

El model de pluralisme polaritzat del sistema mediàtic espanyol es caracteritza per un periodisme ideològicament alineat amb els principals partits polítics, on l'opinió s'orienta a mobilitzar ideològicament les audiències [7]. Segons l'estudi de Carratalá i Valera-Ordaz de l'any 2020, els mitjans espanyols mostren el màxim nivell de paral·lelisme polític a causa d'una democratització tardana, un nivell baix de professionalització periodística i un desenvolupament moderat del mercat dels mitjans de comunicació. Pel que fa al periodisme pròpiament polític, "clarament està molt polititzat i es basa en alineaments ideològics", afirmen Humanes, Martínez-Nicolás i Saperas en un estudi de l'any 2013 [8]. Per a aquests autors, les raons que expliquen aquesta situació són, d'una banda, les tensions que es generen entre els mitjans i els partits per la concessió de llicències radiofòniques des de la dècada de 1990, així com pels ajuts a la premsa –ja sigui publicitat institucional o subvencions– i, d'altra banda, per la consolidació d'un periodisme orientat cap a l'opinió, fonamentalment en el format de la tertúlia en ràdio i televisió, en el qual els periodistes actuen com a representants de posicions ideològiques coincidents amb les dels partits polítics. D'aquesta forma, la polarització de la premsa contribueix a la polarització de la societat. I, en aquest sentit, Espanya és el país més polaritzat d'Europa, i el 2019 va ser l'any més polaritzat de l'etapa democràtica, continuant així una tendència d'increment progressiu en el que portem de segle [9].

> El model de pluralisme polaritzat del sistema mediàtic espanyol té a veure amb una democratització tardana, un nivell baix de professionalització periodística i un desenvolupament moderat del

> mercat dels mitjans de comunicació

La premsa està immersa en aquesta polarització, com afirma Alfonso Armada, president de Reporters Sense Fronteres Espanya: “La polarització extrema que afecta a la política s’ha traslladat als mitjans i, dels mitjans, a la societat civil”. Hi ha contribuït el conflicte polític a Catalunya i el creixement del partit d’ultradreta Vox, que ha practicat una estratègia comunicativa, desenvolupada per altres partits populistes a nivell global, caracteritzada per “atacs als mitjans de comunicació i a les institucions de control, el paper de les xarxes socials en l’èxit del populisme, les implicacions de la fressa mediàtica populista i la desintermediació de la comunicació populista” [10]. A més, Vox ha utilitzat les xarxes socials per a la seva estratègia sense dependre dels mitjans de comunicació tradicionals.

La irrupció dels mitjans digitals

La polarització es tradueix, des del punt de vista del consum d’informació, en l’exposició selectiva (*selective exposure*) i en la formació d’*echo-chambers*. Tanmateix, alguns estudis apunten que la premsa digital i la propagació de notícies en xarxes socials poden ampliar el pluralisme i reduir la polarització [11] [12]. La irrupció de mitjans digitals obre interrogants sobre la seva ubicació en el model de pluralisme polaritzat. Un estudi que va analitzar 434 articles d’opinió de 18 diaris natius digitals va concloure que el sector dels mitjans digitals està políticament polaritzat de forma similar al de la premsa en paper, amb un predomini de les actituds conservadores [13]. Tanmateix, la percepció del ciutadà sobre els mitjans digitals és diferent de la que té sobre els mitjans tradicionals: considera que tenen menys lligams comercials i que expliquen la seva situació financera d’una manera més transparent [14]. Alguns autors consideren que alguns diaris digitals (*InfoLibre*, *Eldiario.es*, *El Confidencial*) intenten potenciar la seva funció de *watchdog*, i incorporen la investigació i el control de la política com a estratègia per atreure públic i connectar amb els interessos de la població [15]. Com que molts cibermitjans van ser impulsats per periodistes que van patir atur o ocupació precària després de la crisi de 2008, hi ha alguns estudis que consideren que tenen una relació diferent amb la classe política [16].

A més dels problemes de polarització política, les pressions comercials sobre les redaccions són tan freqüents i estan tan normalitzades que arriben a constituir una norma periodística *de facto*, prevalent fins i tot per sobre de normes i valors propis del periodisme [17]. La transformació tecnològica dels diaris i la recerca d’un model de negoci per a la seva existència digital, juntament amb la crisi econòmica del 2008 i la pandèmia del 2020, han provocat problemes financers per a molts mitjans, i han augmentat el poder de negociació dels anunciants a l’hora d’influir en l’autonomia dels mitjans. En aquest context de crisi, els principals grups mediàtics han afrontat la descapitalització venent actius i donant entrada a nous socis procedents de sectors financers com fons d’inversió [18].

Una de les paradoxes de la premsa espanyola és que, sent l’encarregada d’actuar de contrapoder dels altres poders i d’exigir la seva transparència, suspèn pel que fa a la pròpia transparència, segons indica l’estudi *Primera plana 2019. Informe de transparència i bon*

govern sobre independència i credibilitat editorial dels grups de comunicació. Cap dels 20 grups de comunicació analitzats en aquest estudi no va obtenir la qualificació de transparent a l'hora d'informar sobre les seves polítiques de transparència encaminades a protegir la seva independència i la seva credibilitat editorial.

> La transformació digital dels diaris, la crisi econòmica del 2008 i la pandèmia han provocat problemes financers per a molts mitjans, augmentant així el poder de negociació dels anunciants a l'hora d'influir en la seva autonomia

Els grups que cotitzen a la borsa (Atresmedia, Mediaset, Pressa, RCS Media Group i Vocento) tenen l'exigència legal d'informar sobre els titulars de la propietat i el funcionament dels seus òrgans de govern, a diferència dels grups que no cotitzen, en els quals la publicació d'aquesta informació és voluntària. Tanmateix, la major transparència d'aquests grups cotitzats "no es tradueix en una major eficàcia a l'hora de gestionar els riscos que poden afectar la seva credibilitat i independència editorial", ja que en molts casos les amenaces procedeixen dels titulars de la propietat i dels membres dels seus òrgans de govern, "que utilitzen la seva posició de domini per intentar influir en la línia editorial o prioritzar els objectius financers sobre els editorials", assegura l'*Informe de transparència i bon govern sobre independència i credibilitat editorial dels grups de comunicació*. Els autors destaquen l'extrema opacitat dels grups que no cotitzen.

Sense independència

Els mateixos periodistes, segons l'informe anual de la Professió Periodística que elabora l'Associació de la Premsa de Madrid (APM), consideren que els dos primers problemes que afecten a la seva professió estan relacionats amb les condicions laborals, mentre que els dos següents són "la falta de rigor i neutralitat en l'exercici professional" i "la falta d'independència política i econòmica dels mitjans on treballen", una queixa que es repeteix any rere any. Dels periodistes que tenen un contracte laboral amb el mitjà per al qual treballen, només el 24% afirmen que mai no ha rebut pressions sobre la seva independència, i la resta les ha rebut en alguna ocasió (44%), en diverses ocasions (20%) o en moltes ocasions (12%). I aquestes pressions procedeixen majoritàriament dels directius del mateix mitjà i de polítics. Només el 27% afirma que resisteix a les pressions, mentre que el 59% s'hi oposa, però acaba cedint. En aquest context, una resposta indesitjable és l'autocensura, que reconeix aplicar el 57% dels periodistes.

Respecte les condicions laborals, l'informe de l'APM indica que els periodistes consideren que els principals problemes són la mala retribució del treball, l'augment de l'atur i la precarietat laboral. La crisi provocada per la pandèmia de la COVID-19 ha empitjorat la mala situació que ja s'arrossegava des de la crisi financera de 2008: el juliol de 2020, l'Enquesta de Població Activa (EPA) que publica l'INE va mostrar que entre l'abril i el juny

d'aquell any 11.400 comunicadors o periodistes havien perdut la seva feina, i l'abril de 2020 el nombre de periodistes afectats per un expedient de regulació temporal d'ocupació (ERTO) era de 24.107 persones.

> Els periodistes afirmen que els problemes que afecten a la seva professió són la mala retribució, l'augment de l'atur, la precarietat laboral, la manca de neutralitat i la falta d'independència política i econòmica dels mitjans

Davant d'aquesta situació de precarietat, les diverses associacions professionals de periodistes mostren una representativitat fragmentada, agreujada pel fet de no saber exactament el nombre de periodistes que exerceixen la professió ja que, a diferència d'altres països, a Espanya no existeix un cens o registre de periodistes. Un estudi de l'any 2020 [19] situa aquesta xifra en 25.000 professionals del periodisme. La fragmentació i la dispersió de la professió abonen, segons els autors d'aquest estudi, la idea que "els periodistes se sentin, sobretot, responsables davant de la seva consciència" i "suggereix una concepció solitària de la professió, en la qual el diàleg ètic es planteja i es resol de forma individual".

Discurs de l'odi, codi penal i llibertat d'expressió

La polarització política es tradueix també en un increment del discurs de l'odi a les xarxes socials. Segons l'*Informe de l'evolució dels delictes d'odi a Espanya 2019*, del Ministeri de l'Interior, durant aquell any es van registrar un total de 1.706 delictes i incidents d'odi, un 6,8% més que el 2018. En l'àmbit d'Internet i de les xarxes socials, l'increment va ser del 22,9%.

La Comissió Europea, al seu informe sobre l'Estat de dret a Espanya, denuncia l'existència de tipus penals desproporcionats en casos, per exemple, d'injúries a la Corona, i critica la Llei Orgànica de Protecció de la Seguretat Ciutadana (LOPSC) per les seves restriccions a la llibertat d'expressió. Tot i això, el Govern espanyol ha desatès els requeriments en aquest sentit, tant de la Comissió Europea com d'organismes internacionals i d'institucions de la societat civil. El gener de 2020, la Plataforma en defensa de la Llibertat d'Informació i diverses organitzacions de la societat civil van participar en el tercer Examen Diari Universal (EPU) de l'ONU a Espanya, i entre les seves conclusions hi ha recomanacions per millorar la llibertat d'expressió i d'informació, entre les quals la necessitat de reformar el Codi Penal, la LOPSC i el Reial Decret llei 14/2019. A l'empara d'aquestes lleis, qüestionades internacionalment, els tribunals espanyols han imposat condemnes que limiten la llibertat d'expressió.

Conclusions

Un context de falta de pluralisme i de polarització està erosionant la democràcia espanyola, perquè afecta els dos pilars essencials que la sostenen: la tolerància mútua (els nostres adversaris, sempre que respectin el marc constitucional, tenen el mateix dret que nosaltres a existir, competir pel poder i governar), i la contenció institucional (evitar les accions que respecten la llei escrita, però que vulneren el seu esperit) [20]. Segons un estudi recent [21], els ciutadans espanyols no consideren com a periodisme, sinó com a desinformació, aquells mitjans que identifiquen amb posicions ideològiques molt diferents de les pròpies. Els ciutadans, doncs, identifiquen i perceben perfectament la polarització política i mediàtica, la qual cosa afecta la seva percepció global del sistema de mitjans, així com la seva confiança en el periodisme i en els propis mitjans de comunicació.

La polarització política i mediàtica no és un fenomen nou a l'Estat espanyol, com bé van descriure Hallin i Mancini a inicis de segle XXI: 42 anys després de la recuperació de la democràcia, el sistema mediàtic espanyol no ha evolucionat cap a cotes més altes de pluralisme, i continua estancat en el sistema de pluralisme polaritzat. Al contrari del que generalment se sol pensar, les xarxes socials no han portat cap a una major polarització, ni actuen com a cambres d'eco que afavoreixin l'exposició selectiva dels ciutadans. Al contrari; la proliferació de mitjans digitals i la major rellevància de xarxes socials i plataformes com WhatsApp afavoreixen l'exposició accidental a continguts informatius que els ciutadans no tenen freqüentment en la seva dieta mediàtica habitual. Els mitjans digitals i les xarxes poden influir de manera positiva a millorar l'actual situació de falta de pluralisme i polarització, però cal esperar per tenir perspectiva i també cal tenir en compte que hi ha altres factors a considerar.

La credibilitat de la funció normativa de contrapoder dels mitjans s'ha de sustentar en la transparència a l'hora d'informar de l'estructura de la seva propietat, donant a conèixer al lector quins són els seus vincles amb el poder econòmic. Altres mecanismes que requereixen una profunda revisió són la concessió de subvencions i de publicitat institucional, per evitar el clientelisme polític dels mitjans. Finalment, les condicions laborals dels periodistes estan directament relacionades amb la seva independència i, per tant, la millora d'aquestes condicions contribuiria a un exercici professional més digne. La fragmentació de les associacions i sindicats resten força a una professió que és essencial per a la democràcia i, per això, haurien de dialogar per dur a terme accions conjuntes en defensa dels valors del periodisme. Tota la professió hauria de reflexionar sobre el fet que els mitjans, com hem vist, contribueixen actualment a la polarització social i a tensar la democràcia, molt lluny del que s'espera del periodisme en una societat democràtica.

REFERÈNCIES

1 — Hallin, D., Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

2 — Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020) Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la información* 29 (5), e290527
3 — Kaiser J., Kleinen-von Königslöw, K. (2019) Partisan journalism and the issue framing of the Euro crisis: Comparing political parallelism of German and Spanish online news. *Journalism* 20 (2):331-348
4 — Seymour-Ure, C. (1974) *The political impact of mass media*. London: Constable; Beverly Hills: Sage.
5 — Mancini, P. (2012) Instrumentalization of the media vs. political parallelism, *Chinese Journal of Communication*, 5 (3): 262-280.
6 — Díaz Nosty, B. (2011) *El libro negro del periodismo en España*. Madrid: Ediciones APM.
7 — Carratalá, A., Valera-Ordaz, L. (2020) El pluralismo polarizado ante la nueva política y el columnismo digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1): 71-83.
8 — Humanes, M. L., Martínez-Nicolás, M., Saperas, E. (2013) Political Journalism in Spain. Practices, Roles and Attitudes. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 19 (2): 715-731.
9 — Simón, P. (2020) The Multiple Spanish Elections of April and May 2019: The Impact of Territorial and Left-right Polarisation. *South European Society and Politics* 25 (3-4): 441-474.
10 — Sengul, K. (2019) Populism, democracy, political style and post-truth: issues for communication research, *Communication Research and Practice*, 5 (1): 1-14.
11 — Cardenal A. S., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C., Majó-Vázquez, S. (2019). Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain. *European Journal of Communication* 34 (4):360-376.
12 — Masip, P., Suau-Martínez, J., Ruiz-Caballero, C. (2018) Questioning the Selective Exposure to News: Understanding the Impact of Social Networks on Political News Consumption. *American Behavioral Scientist* 62 (3): 300-319.
13 — Pineda, A.; Almiron, N. (2013) Ideology, Politics, and Opinion Journalism: A Content Analysis of Spanish Online-Only Newspapers. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique* 11 (2): 558-574.
14 — Suárez-Villegas, J. C., Rodríguez-Martínez, R., Ramon-Vegas, X. (2020) Pluralismo informativo en la era de la deliberación digital: percepciones de periodistas y ciudadanos. *Profesional de la información* 29 (5), e290525.
15 — Casero-Ripollés, A., Izquierdo-Castillo, J., Doménech-Fabregat, H. (2014) From Watchdog to Watched Dog: Oversight and Pressures between Journalists and Politicians in the Context of Mediatization. *Trípodos* 34: 23-40.
16 — Carratalá, A., Valera-Ordaz, L. (2020) El pluralismo polarizado ante la nueva política y el columnismo digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1): 71-83.
17 — Goyanes, M., Rodríguez-Castro, M. (2018) Commercial Pressures in Spanish Newsrooms. *Journalism Studies* 20 (8): 1088-1109.
18 — Campos-Freire, F. (2010) Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 16: 13–31.

19 — Chaparro-Domínguez, M. A., Suárez-Villegas, J. C., Rodríguez-Martínez, R. (2020) Media Accountability and Journalists: To Whom Do Spanish Professionals Feel Responsible? *Journalism Practice*, 14 (7): 812-829.
20 — Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die*. Nova York: Crown.
21 — Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020) Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la información* 29 (5), e290527.



Carlos Ruiz-Caballero

Carlos M. Ruiz-Caballero és professor titular de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de Blanquerna - Universitat Ramon Llull, on imparteix l'assignatura sobre ètica de la comunicació. Llicenciat en Ciències de la Informació, és doctor en Periodisme per la URL amb premi extraordinari de doctorat. Del 1984 al 1994 va exercir com a periodista en diversos mitjans de comunicació. Durant el període 2007-2008, va ser vicedegà de Professorat i Estudiants de la URL. Anteriorment, també havia exercit de director acadèmic del Màster Oficial en Periodisme avançat en l'àmbit del reporterisme. És autor i coautor de diverses publicacions, entre les quals "Public sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in online newspapers" (2011) o "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo" (2020). L'any 2014 va rebre el Premi d'Assaig Josep Vallverdú pel llibre *La digitalització de l'Altre: els reptes de la democràcia en l'era del ciberespai*. També ha publicat *Ética de la audiencia* (2003) i *La agonía del cuarto poder* (2008).



Juan Pablo Capilla

Juan Pablo Capilla és professor de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de Blanquerna - Universitat Ramon Llull i doctor en Comunicació i Humanitats per la mateixa universitat. Llicenciat en Ciències de la Informació, durant el període 2008-2015 va ser director del Departament de Comunicació de la URL. Anteriorment havia estat director del Departament d'Humanitats. Durant els anys 1988-1996 va treballar com a redactor en diversos mitjans de comunicació com *La Vanguardia* o *El Observador*. És autor de diverses publicacions, entre les quals "El debate epistemológico en el periodismo informativo. Realidad y verdad en la información" (2015), "¿De qué hablamos cuando hablamos de posverdad?" (2019) i "Post-Truth as a Mutation of Epistemology in Journalism" (2021).



Jaume Suau

Jaume Suau és professor de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de Blanquerna - Universitat Ramon Llull, on imparteix docència en diversos graus i màsters. És doctor en Comunicació per la mateixa universitat, amb premi extraordinari de doctorat (2015). Llicenciat en Periodisme i Ciències Polítiques, va cursar el Màster Universitari en Periodisme avançat en l'àmbit del reporterisme. Durant dos anys va fer una estada de recerca predoctoral al Departament de mitjans i comunicació de la Universitat Goldsmiths College, a Londres. És autor i coautor de diverses publicacions, entre les quals "Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles" (2014), "News and social networks: audience behavior" (2015), "Active audiences and social discussion on the digital public sphere" (2019) o "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo" (2020).