

PERCEPCIÓN SOCIAL SOBRE LA INFORMACIÓN EN LOS MEDIOS PÚBLICOS Y EL ENTORNO DIGITAL EN DISTINTOS SISTEMAS MEDIÁTICOS¹

**María Lamuedra
y Elisa Alonso**

“Desorden informativo” es el término que describe la situación actual de la información en el mundo según dos recientes informes encargados por el Consejo de Europa (Wardle y Hossein, 2017 y Horowitz, 2018). Wardle y Hossein lo consideran un nuevo fenómeno vinculado al desarrollo de la “tecnología social contemporánea” y aluden a una contaminación informativa a escala global² con repercusiones, directas e indirectas difíciles de cuantificar. Sus efectos en la sociedad constituyen una preocupación prioritaria.

En nuestro sistema mediático hoy, hechos, ficción, mentiras, verdades, bulos y contenidos contrastados circulan con igual apariencia (Aparici y García Marín, 2019, p. 18) y se genera una dinámica con los siguientes elementos:

- La acumulación, procesamiento y venta de datos de navegación permite el acceso a los gustos de los públicos objetivos de las diferentes campañas. Se diseñan contenidos con cierta

¹ Este artículo es parte del proyecto “Dinámicas de Relación ante el Cambio Social: Contextos, Contenidos, Productores, Público y Pro usuarios en las Noticias de Tve e Yle (CSO2013-45470-R)”, liderado por María Lamuedra Graván y Manuel Ángel Vázquez Medel.

² [...] information pollution on a global scale. Its direct and indirect impacts are difficult to quantify, but long-term implications of disinformation campaigns are most worrying.

congruencia cultural para encajar con la idiosincrasia de diferentes segmentos. (Peirano, 2019, p. 207-240)

- Las plataformas y los medios favorecen los contenidos que generan indignación o miedo. Éstos ocasionan una mayor respuesta de los ciudadanos, aumentan el tiempo de la exposición mediática y, con ello, el lucro de los medios de comunicación. (Peirano, 2019, p. 45-50)
- El debate público se torna más hostil y se genera una brecha afectiva entre las comunidades que crecientemente se identifican con “bandos” erigidos en oposición a un “contrario”. En este contexto, prima el reforzamiento de las propias posiciones incluso por encima de la verdad. Crece la polarización afectiva: el rechazo que la ciudadanía siente hacia los partidos y los representantes políticos que identifican como opuestos se extiende hacia convecinos identificados con esas opciones. (Miller y Torcal, 2020).
- Los individuos tienden a aplicar sus sesgos cognitivos y se exponen fundamentalmente a aquella información que refuerza sus creencias y valores previos, generando cámaras de eco. (McIntyre, 2018, p. 63-81)

Los opacos algoritmos que regulan la circulación de mensajes favorecen la visibilidad de aquellos que generan más tráfico, lo cual anima la inercia del fenómeno.

En este contexto, se genera un círculo vicioso en el que la mentira se propaga más fácilmente que la verdad, situación que insta a una re-evaluación de la misión de los medios públicos. Seguimos instalados –de un modo cada vez más incómodo– en un “cruce crítico”: un periodo en el que las viejas instituciones colapsan (McChesney, 2007) y requieren renovación. Numerosos investigadores e informes coinciden en esta idea, hasta tal punto de que, a partir de un proyecto de investigación británico denominado InnoPSM³, se ha elaborado

³ Fuchs, C. (2021). *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*. London: University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book60>. Para más información se puede visitar: <https://innopsm.net/about-innopsm/>

un manifiesto suscrito por más de 1 100 investigadores, junto con asociaciones académicas como IAMCR. Con el título “The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto”, no solo aboga por una revitalización y una renovación del Servicio Público en la era digital, sino que demanda un servicio público de Internet.

El manifiesto parte del siguiente diagnóstico: el ecosistema de medios no funciona y las plataformas dominantes de Internet dañan la democracia; todo ello da lugar a un entorno de comunicaciones dominadas por la vigilancia, la publicidad, las noticias falsas, el discurso del odio, las teorías de la conspiración y los algoritmos que tienen la capacidad de adaptarse y personalizar el contenido político y comercial a los gustos y opiniones personales; así, Internet separa y divide en lugar de crear espacios comunes para negociar la diferencia y el desacuerdo; a pesar de las grandes oportunidades que brinda Internet a la sociedad y las personas, los grandes gigantes digitales a menudo apodados como GAFAM (Apple, Alphabet/Google, Microsoft, Amazon, Alibaba, Facebook y Tencent) han adquirido un poder económico, político y cultural sin parangón.

Estas empresas imponen una economía de la atención (Morgans, 2017) que intensifica los problemas estructurales profusamente diagnosticados en la esfera pública informativa y generan nuevas distorsiones. Es decir, los problemas del espacio digital se construyen sobre déficits anteriores en las estructuras y dinámicas de los ecosistemas mediáticos. En relación con éstas han cristalizado preocupaciones académicas habituales, como son la concentración empresarial, el pluralismo o la independencia periodística, que requieren hoy renovada atención.

El marco propuesto por Hallin y Mancini (2004) en *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics* ofrece dimensiones básicas para el análisis de los sistemas políticos que dan forma a los sistemas mediáticos. En la revisión de su modelo, realizado por los autores en 2010 se reafirman en la utilidad de las siguientes categorías de análisis (p. 56): en primer lugar, la estructura de los mercados mediáticos que observa cuestiones como el alcance y la tradición

de la prensa periódica, la estructura y peso del mercado audiovisual y el rol de los medios públicos en él (Hallin y Mancini, 2004, p. 22-26). En segundo lugar, las formas de paralelismo político, es decir, la medida en la que los partidos políticos se relacionan con la línea editorial de los medios de comunicación (p. 28-31). En tercer lugar, el grado y forma en que la profesión periodística está estructurada y la medida en que su potencialidad deontológica ejerce influencia en el sistema de los medios (p. 34-35). Por último, el rol del Estado y su grado y modo de intervención en el sistema (p. 41).

Estos factores determinan, entre otras cosas, la calidad de la dieta de noticias que reciben los ciudadanos, lo cual es sumamente influyente en la calidad democrática (Curran et al., 2012; Neff y Pickard, 2021).

El estudio de Hallin y Mancini describe cómo las dimensiones descritas cristalizan en tres modelos: el democrático corporativo, el liberal y el pluralista polarizado. Aunque en su trabajo de 2010 (p. 63-64) los autores reconocen la tendencia global hacia un mayor comercialismo y paralelismo político. Finlandia se considera en el corazón del modelo democrático corporativo, junto con los países nórdicos y Alemania. Por su parte, España es, junto con Grecia, una de las naciones en las que se manifiestan las características del modelo pluralista polarizado de manera más intensa.

El presente artículo tiene como objetivo explorar y describir las similitudes y diferencias de las percepciones de los ciudadanos de dos sistemas mediáticos diferentes sobre su medio público nacional de referencia en el contexto actual de desorden informativo. En concreto, se interesa por la percepción de los ciudadanos finlandeses sobre YLE y la de ciudadanos españoles sobre TVE.

1. ESPAÑA Y FINLANDIA: CUESTIONES ESTRUCTURALES

El terremoto de Haití de 2010 tuvo una magnitud de 7.2 en la escala Richter y fallecieron al menos 150 000 personas solo en la capital. En

el terremoto de 2021 de Méjico, con escala 7.1, perecieron 13 personas. La comparación ilustra que todos los paisajes y estructuras no tienen el mismo grado de resiliencia ante fenómenos adversos. En el caso de los terremotos, la pobreza extrema de Haití y la influencia de ello sobre la arquitectura y los servicios públicos magnificó la potencia destructora del seísmo. Del mismo modo, es posible argumentar que todos los sistemas comunicativos no responden del mismo modo ante un fenómeno desestructuraste y de desgaste como es el desorden informativo.

Por esta razón resulta fundamental dibujar las dimensiones estructurales básicas de los sistemas informativos de España y Finlandia. Partimos de las dimensiones estudiadas por Hallin y Mancini y completamos sus aportaciones con otros informes internacionales, particularmente los del Media Pluralism Monitor de los últimos años.

1.1. España

1.1.1. Paralelismo político elevado.

España es una democracia relativamente reciente en el marco europeo, en la que se ha producido una relación estrecha entre partidos y medios. Un gran número de medios informativos, normalmente se identifican con posiciones políticas o partidos (MPM, 2020, p. 7). Consecuentemente, el informe Mediadem (de la Sierra y Mantini, 2011) considera que la política mediática española ha estado determinada a lo largo del tiempo por las relaciones de poder. El reciente tránsito de un sistema bipartidista a uno multipartidista mantiene el eje polarizado izquierda-derecha en la estructura comunicativa.

1.1.2. Medios públicos con escasa independencia gubernamental

En relación con la radiotelevisión pública, la dependencia gubernamental es considerada un problema estructural. En los últimos años, se desa-

rolla un serio intento de desligar el nombramiento de la cúpula directiva de RTVE de los partidos políticos. La propuesta de elegir la presidencia y el consejo de administración de RTVE mediante un concurso público se hizo ley en 2017. Sin embargo, la inercia partidista, unida a una serie de acontecimientos, ha provocado que en el primer concurso convocado la evaluación realizada por el tribunal de expertos fuera desechada. Los últimos nombramientos realizados, ya en abril de 2021, se resolvieron mediante el acuerdo entre cuatro partidos (PP, PSOE, Podemos y PNV).

1.1.3. Mercado informativo

El mercado de los medios se caracteriza por un dominio general de la televisión, en los que destacan los grupos A3media y Mediaset, que han sido descritos como el “duopolio cuasi perfecto” (Bustamente y Corredor, 2012, p. 78). La concentración se considera un riesgo significativo para la pluralidad de mercados (MPM, 2020 y MPM, 2017, p. 7-8) y la libertad e independencia de los medios (Mediadem, 2011, p. 18). La Radiodifusión de Servicio Público no puede ocupar más del 25% del espacio radioeléctrico por ley⁴. Su principal canal de televisión, TVE1, ha experimentado una caída en su cuota de audiencia del 21.1% en 2010 al 12.1 en 2020 (AIMC, 2021). Existe una escasa circulación de prensa.

1.1.4. Profesionales

Existe una falta de independencia de los profesionales en España (Mediadem, 2011, p. 39). Las presiones sobre la prensa proceden de cuatro ámbitos: poderes políticos, poderes económicos, propietarios de los medios y gabinetes de prensa. Según un informe de la Asociación de la Prensa de Madrid, el 75% de los encuestados cedió a las presiones (MPM 2020, con datos de APM, una tendencia también

⁴ Según la Ley 7/2010. Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA)

reconocida en MPM, 2017, p. 9), en una profesión con bajos salarios y alta precariedad (MPM, 2016).

En conclusión, España presenta casos de influencia política sobre los medios informativos, tanto en la radiodifusión comercial como en la de servicio público (MPM 2020, MPM 2017, p. 9). En este contexto mediático, la confianza de los ciudadanos españoles en los medios y el periodismo se encuentra entre las más bajas de Europa y la mayoría de los ciudadanos no confía en los medios (Eurobarómetro, 2018; PEW Research Report, 2018; Informe de EBU sobre la confianza en Europa, 2020).

1.2. Finlandia

1.2.1. Escaso paralelismo político

El sistema político finlandés es multipartido y los gobiernos a menudo tienen forma de coalición (MPM, 2017). La política de medios ha sido tradicionalmente acordada por consenso entre los reguladores estatutarios, representantes de la industria de los medios y los intereses de los periodistas (Finnmedia y Sindicatos de Periodistas de Finlandia), así como por organismos de autorregulación (Mediadem, 2011, p. 13).

1.2.2. Medios públicos

Finlandia suele considerarse uno de los países europeos donde el papel de los medios de comunicación de servicio público sigue siendo más fuerte y sólido. Durante el gobierno de coalición de centroderecha conformado por centristas, la Coalición Nacional (derecha) y los Verdaderos Finlandeses (extrema derecha), y con el apoyo de los *lobbies* de los competidores comerciales de YLE, se generó un creciente cuestionamiento sobre el futuro de PSM en Finlandia, cuya consideración social finalmente resultó ser resiliente (Karpinnen y Ala-Fossi, 2018).

1.2.3. Mercado

Los periódicos de noticias regionales basados en suscripción y una fuerte emisora de servicio público (YLEISRADIO o YLE) dominan el mercado informativo finlandés. Un puñado de empresas copan los mercados privados de radio y televisión y, sin embargo, en términos de cuotas de audiencia, YLE sigue siendo hegemónica. En general, los medios de comunicación finlandeses se consideran libres de presiones externas. En cambio, tienen que lidiar con problemas endémicos como la disminución de los ingresos.

1.2.4. Periodistas

El informe Mediadem de 2011 (p. 9) estima la ética profesional de los periodistas finlandeses como sólida, lo que se refleja en directrices éticas y normas profesionales establecidas, en la posición de influencia del Sindicato de Periodistas y en recursos relativamente buenos para la formación profesional. Sin embargo, el informe también observa una disminución en la autoridad de las guías éticas entre los periodistas y un nuevo consenso sobre la idea de que los intereses económicos se anteponen cada vez más a los principios periodísticos (p. 16). Los periodistas disfrutaban de un salario digno y la mayoría tiene un empleo estable (MPM, 2020).

La confianza en los medios de comunicación entre los finlandeses se encuentra entre las más altas de Europa (informe EBU sobre confianza en Europa, 2020). Los finlandeses están sorprendentemente satisfechos con la calidad del periodismo. La credibilidad y veracidad de los medios de comunicación son muy respetadas.

2. METODOLOGÍA

El presente artículo describe comparativamente las percepciones de los ciudadanos finlandeses y españoles sobre su sistema público de medios, es decir YLE en Finlandia y TVE en España, en el

contexto global de desorden informativo, incorporando una contextualización de los dos ecosistemas mediáticos distintos. Ambos tipos de sistemas sufren las mismas tendencias aquí descritas, pero su diseño estructural presenta diferencias que inducen a distintas dinámicas mediáticas. En este sentido, se exploran las siguientes preguntas:

- ¿Cómo conceptualizan los ciudadanos finlandeses y los españoles el presente desorden informativo y el rol de los medios públicos en la encrucijada?
- ¿En qué medida su conceptualización se acerca a los consensos académicos establecidos sobre la noción, así como sobre la importancia estratégica de factores como el paralelismo político, la concentración empresarial o la independencia periodística?
- ¿En qué medida sus percepciones se adecuan a la situación descrita tanto por Hallin y Mancini como por los indicadores de Media Monitor Pluralism (MPM)?

Consecuentemente, el análisis se estructura para describir la percepción de los receptores de YLE y de TVE sobre las siguientes cuestiones: (1) desorden informativo, (2) paralelismo político, (3) concentración empresarial, (4) independencia periodística y (5) rol del servicio público informativo.

La muestra con receptores de TVE se toma entre 2014 y 2016, una época marcada por los movimientos de protesta de en países como España (15M) o Estados Unidos (Occupy). Por su parte, en Finlandia, la muestra se toma en 2017, en el ecuador del mandato de la coalición conformada por el Centro, los True Finns y la National Coalition (2015-2019), tras décadas de hegemonía socialista. En este periodo ocurre un gran escándalo por la supuesta presión del primer ministro, Juha Sipilä, a dos periodistas de YLE para que no investigasen un asunto que exponía un conflicto de intereses del primero. Ambas coyunturas conforman un ambiente crítico, propicio para que los ciudadanos se replanteen el rol de los medios públicos. Es preciso reconocer que la victoria del *Brexit* en el referéndum con-

vocado en el Reino Unido, y de Donald Trump en Estados Unidos, ambas en 2016, son determinantes para la creciente preocupación académica, y también social, por las variables del desorden informativo. Por tanto, los dos años de distancia entre la muestra de España y la de Finlandia son significativos, y deben ser tenidos en cuenta a la hora de interpretar los datos.

En ambas muestras existe suficiente variedad en cuanto a edad, género, diversidad geográfica, clase social y adscripción ideológica. En el siguiente cuadro (Tabla 1), se ofrece un resumen de las características de los grupos de discusión organizados en España, en los que participaron 25 sujetos: 15 hombres y 10 mujeres. La muestra se completa con entrevistas en profundidad realizadas a dos mujeres, y dos hombres (códigos EPS11-EPS2). Los grupos fueron celebrados en diferentes ciudades: Madrid (1), Sevilla (3) y La Laguna (1).

Tabla 1. Grupos de discusión en España 2014-2017

	Activistas	Tecnófilos	Sector Público	Conservador	Sin Estudios Superiores
Ciudad	Sevilla	La Laguna	Madrid	Sevilla	Sevilla
Fecha	6/03/2015	17/03/2015	27/04/2015	29/05/2015	14/07/ 2016
Código	A	T	SP	C	SES

En el caso de Finlandia se entrevistó a 13 mujeres y 17 hombres (30 sujetos), en Helsinki, Tampere y Sevilla. Las entrevistas fueron individuales en todos los casos salvo en tres ocasiones en las que se dieron circunstancias que favorecían entrevistas conjuntas (dos estudiantes Erasmus, una pareja compuesta por marido y mujer, una familia compuesta por madre, padre e hija). Se desarrollaron en inglés en todos los casos, salvo con 5 sujetos, ya que consideramos conveniente contar en la muestra con sujetos que no hablaran inglés y que pudieran expresarse en finlandés. Las entrevistas en finlandés se tradujeron al español para su posterior análisis. También se incluye

una entrevista realizada en español, dado que el sujeto era finlandés de origen argentino.

Por cuestiones culturales, políticas y sociales, la clasificación de los sujetos finlandeses no podía seguir exactamente la misma línea que en España. Por ejemplo, la mayoría de la población en Finlandia tiene competencia tecnológica (incluso las personas de más edad), por lo que no procedía consignar un grupo de Tecnófilos. Al igual que en los perfiles de España, para Finlandia consignábamos la condición de empleado del Servicio Público (SP) y el perfil Sin Estudios Superiores (SES), así como la orientación de Conservador (C) o la condición de Activista (A), si en el curso de la entrevista la persona expresaba esta información abiertamente. En el análisis de resultados, los entrevistados aparecen según el código recogido en la siguiente tabla:

Tabla 2. Entrevistas para Finlandia 2015-2017

Código Sujeto	Lugar	Fecha	Idioma
M19	Sevilla	2015 junio	Inglés
H20	Sevilla	2015 junio	Inglés
M20	Sevilla	2016 diciembre	Inglés
H25	Sevilla	2016 noviembre	Inglés
Es-H67-C	Helsinki	2017 enero	Español
H49-C	Helsinki	2017 enero	Inglés
H47	Helsinki	2017 enero	Inglés
M62-SP	Helsinki	2017 enero	Inglés
H63	Helsinki	2017 enero	Inglés
H56-A	Helsinki	2017 enero	Inglés
H52-SP	Helsinki	2017 enero	Inglés
M48-A-SP	Helsinki	2017 enero	Inglés
M28	Helsinki	2017 enero	Inglés
H25	Tampere	2017 enero	Inglés
M34-SP	Tampere	2017 enero	Inglés
H52-ruso-SP	Tampere	2017 enero	Inglés
H37-A	Tampere	2017 enero	Inglés
M27-SP	Tampere	2017 enero	Inglés
H67-C	Helsinki	2017 enero	Inglés
H64-C	Helsinki	2017 enero	Inglés
H31-A	Helsinki	2017 enero	Inglés
M69-A	Helsinki	2017 enero	Inglés
M56-A	Helsinki	2017 enero	Inglés
M45-SP	Helsinki	2017 enero	Inglés
Fi-H74-SES	Tampere	2015 noviembre	Finlandés
Fi-M57	Tampere	2015 noviembre	Finlandés
Fi-M22-SES	Tampere	2015 noviembre	Finlandés
Fi-M38-SES	Tampere	2015 octubre	Finlandés
Fi-H48	Tampere	2015 noviembre	Finlandés
Sp-argentino-H26-A	Tampere	2015 agosto	Español

3. RESULTADOS

A continuación, desarrollamos el análisis de los resultados del trabajo de campo con receptores de Finlandia y de España desde un enfoque comparativo.

3.1. *Entorno mediático y desorden informativo*

A pesar de que la muestra en España se toma varios años antes de la consolidación del término “desorden informativo” en el entorno académico y normativo, este fenómeno ya estaba presente en los discursos de los ciudadanos.

AS2: Hay un caos de información, que hace que uno necesite algo que lo organice, para saber qué es verdad y qué no. Además del tiempo que uno necesita para procesar todo eso.

Los resultados de investigación muestran que el desplazamiento de la pantalla de la televisión o de la prensa impresa hacia soportes digitales e híbridos, como las plataformas de redes sociales, favorecen una pérdida de conciencia de frontera entre géneros informativos, de opinión y de entretenimiento. Esta cuestión, de nuevo, se observa con mayor nitidez en España que en Finlandia.

EP-S-04: Procuero tener una información plural a través de los informativos de televisión, de los diarios digitales, algún semanal... Procuero ir variando. Y luego también a través de las redes, de grupos de amigos, de colectivos en los que estamos...⁵

T-S6: Pretendo encontrar en Internet un sustituto de todos los demás medios. Es decir, a través de Internet tengo acceso a programas de televisión, a programas de radio, periódicos online... Todo lo tengo a través de Internet.

⁵ Los fragmentos citados han sido traducidos al español por las autoras del texto

En el sistema mediático finlandés la idea de desorden no aparece en la misma medida. A diferencia de lo que expresaban los sujetos españoles, Internet no se percibe como sustituto de todos los demás medios, sino como una fuente de información adicional a las tradicionales (prensa e YLE) que los sujetos consideran más fiables, con menor tendencia al sesgo. Por ejemplo, los sujetos H31-A y M69-A afirman que la visión negativa que se da de los musulmanes en redes sociales es contrarrestada por las noticias en televisión.

Al mismo tiempo, y a veces de manera contradictoria, en los discursos ciudadanos de ambos países aparecen valores eufóricos asociados a las ideas de progreso tecnológico, en los que a menudo no hay conciencia de la función de mediación del propio internet. Ofrecemos una muestra de discursos de usuarios finlandeses. Los sujetos H47 y H37-A destacan las nuevas posibilidades que ofrecen las redes sociales como canales de expresión, como mecanismos para contrarrestar las visiones *mainstream* y para dar voz al ciudadano de a pie. Por ejemplo, el sujeto H47 hace referencia específica a un caso en el que una persona con notable visibilidad en redes sociales expresó su opinión en contra de artículos de opinión publicados en prensa con tintes racistas.

H47: Es más sencillo exponer tus opiniones al dominio público.

Al mismo tiempo, tanto los usuarios españoles como los finlandeses consideran que los efectos positivos de estas nuevas herramientas son limitados o desbordan las capacidades humanas:

A-S1: Hay muchísimas noticias de trascendencia, es imposible que todas lleguen. O sea, no llegan.

A-S5: Con Internet, a lo que vamos es a una variedad tan grande que yo creo que nos va a desbordar.

Los sujetos finlandeses exhiben narrativas elaboradas en las que un mismo sujeto emite opiniones positivas y negativas sobre Internet y las redes sociales en tanto que recursos de información:

H64-C: Por ese motivo, leo antes de empezar a ver las noticias, ya he estado ahí.

M34-SP: Es difícil saber quién tiene la verdad después de todo porque todos los hechos se pueden modificar [...] ¿Cómo defino adonde llevo mi verdad? En realidad, hay tantos medios...

H37-A: Hay más medios de los que necesitamos [...] La verdad es, de hecho, un concepto muy complicado.

Si recapitulamos, observamos similitudes y diferencias. Por una parte, una cierta desconfianza hacia la información en el entorno *online*, más acusada en el caso finlandés, y una cierta incorporación a los hábitos de consumo informativo, más optimista en el caso español y crítica en el finlandés. Estas diferencias –que a simple vista podría considerarse leves– encajan en concepciones muy diferenciadas sobre el ecosistema informativo en cada país.

Entre los receptores españoles se observa una profunda desconfianza hacia los contenidos periodísticos, que se consideran influidos por un agente social que aparece en los discursos como un “ellos”, en oposición al “nosotros”. Se trata de una suerte de “establishment”. Como se describe en Lamuedra, Mateos y Broullón (2018: p.8) esta percepción aparece integrada en una concepción que asume que tal sistema:

- Tiene dueño: lo domina o controla un súper sujeto.
- Representa un poder: logra influencia y dirección sobre la realidad.
- Se trata de un poder al servicio de los que ya ostentan el poder instituido (Castroriadis, 1975) y que desean mantener el *statu quo*.
- Implica una visión de los periodistas como rehenes del sector político y económico.

A esa suerte de súper sujeto se le conceptualiza como entramado, grupo articulado, “algo coordinado” entre distintos campos, principalmente, economía y política y aparece profusamente en todos los grupos de discusión y entrevistas realizadas en España. Lo entendemos como un constructo que trata de la dependencia por una parte partidista y por otra, comercial de nuestro sistema de medios, que

en el modelo Hallin y Mancini se conceptualiza como paralelismo político y concentración. Con finales analíticos, hemos buscado los discursos en los que estos conceptos aparecen de un modo más específico, y no amalgamado, como ocurre de manera más habitual. Lo desarrollamos en breve.

En contraposición, en los discursos recogidos entre finlandeses se observa una profunda confianza en su sistema de medios y en su sistema político en general. Los finlandeses se sienten orgullosos de su sólido estado del bienestar, de su democracia y de su televisión pública, a pesar de que los sujetos de mayor edad y los activistas aprecian síntomas de deterioro, sobre todo en comparación con los años 70 y 80.

H37-A: Somos un país nórdico y tenemos esa reputación de ser muy democráticos y libres, y tenemos una buena libertad de prensa y no tenemos tantos pobres, en comparación con muchos otros países del mundo. Pero, en realidad, si observamos la tendencia del desarrollo, nos dirigimos hacia esos países y esos problemas que se pueden encontrar en otras partes del mundo. Poco a poco, estamos empezando a verlos también en Finlandia. [...] Llevo 20 años siguiendo a YLE en ciertos temas, y ahora ciertas discusiones han desaparecido.

Por todo ello, en contraste con el sujeto español, que percibía un súper sujeto (poder económico y político) que lo dominaba, el ciudadano finlandés tiende a considerarse como un súper usuario empoderado situado en la cúspide de un sistema mediático que considera a su servicio y que conecta con el buen funcionamiento de su democracia.

Los sujetos finlandeses mencionan en sus discursos la cultura de consenso finlandesa, algo que se refleja en el ámbito político y que se irradia al resto de las instituciones (incluida la gestión de su radiotelevisión pública, YLE) y el conjunto de la sociedad.

H67-C: Los medios de comunicación no nos llevan a las barricadas. [...] Tenemos tal consenso en este país que, ya sabes, quienquiera que sea el primer ministro, habla de cosas muy pequeñas.

Se confirma que YLE –junto con el principal periódico del país, Helsingin Sanomat– sigue estando en el centro del sistema mediático finlandés, una primacía que no aparece en España en relación con TVE en la misma medida. Aunque el abundante consumo de prensa que ha caracterizado tradicionalmente a los finlandeses decrece por el auge de Internet y las tecnologías, las redes sociales se consideran exógenas a la estructura mediática tradicional. Los usuarios perciben que, en términos de calidad y fiabilidad, la mayor diferencia no está entre medios públicos y privados, sino entre los medios tradicionales y las redes sociales.

De las redes sociales les preocupa, además de su capacidad para desinformar, las noticias falsas por su potencial para polarizar las opiniones de los ciudadanos (como por ejemplo con la ideología nazi), algo que va en contra de la cultura de consenso finlandesa. Algunos sujetos mencionaron expresamente los mecanismos de sesgo y retroalimentación que genera el uso de tecnologías digitales y redes sociales. Aludiendo a términos como “echo chambers” (salas de eco, H25), o “the bubble” (la burbuja, M27-SP). El sujeto H31-A añade un argumento adicional en contra de las redes sociales y es el hecho de que no favorecen un verdadero debate sobre los temas relevantes. Narra cómo al principio solía compartir comentarios y opiniones en redes sociales sobre las noticias importantes para él, pero que dejó de hacerlo porque no obtenía *feedback* de sus contactos, quienes consideraban que dichos temas eran demasiado tristes o serios.

3.2. Sistema mediático y paralelismo político

En España el paralelismo político se encuentra tan anclado en la cultura mediática que a menudo aparece como el orden natural de las cosas. Por ejemplo, EP-S2 considera que un cierto *fair play* pluralista es imposible:

E2: En todos los países del mundo el que quiere gobernar coge primero. Tú no has visto que cada vez que hay una revolución lo primero que hacen se van a la tele y a la radio, para dar los mensajes, para levantar a la masa... eso.

En el grupo de discusión de servicios públicos ante una pregunta sobre la característica básica que debe tener un servicio público se responde lo siguiente:

SP-1: Que en la selección de los profesionales no intervinieran directamente cada partido político.

SP-2: Sí, realmente por ahí van los tiros.

Y consecuentemente se registran denuncias de partidismo en la cobertura mediática. Por ejemplo, EP-S1, junto con el grupo de activistas considera que las noticias atacan a Podemos, por su posición ideológica entonces situada fuera del turnismo tradicional entre Partido Popular y PSOE.

Por su parte, en las verbalizaciones de los sujetos finlandeses se observa un escaso paralelismo político. Ya hemos mencionado antes que estos sujetos se sienten orgullosos de su cultura de consenso y de su democracia. YLE es, en su opinión, un paradigma de neutralidad, objetividad y pluralidad en términos generales. Los sujetos, además, tienen con YLE una conexión emocional y la vinculan con afectos familiares y nacionales.

M20: Confío en las noticias finlandesas, especialmente en YLE, porque asumo que está financiada por el gobierno. Siento que tienen la responsabilidad de ser políticamente correctos y lo más honestos posible. Obviamente, hay algunas, ya sabes, dificultades allí.

Las voces de *outsiders* del sistema como el sujeto H52-ruso-SP y el sujeto Sp-argentino-H26-A consideran que los finlandeses tienen una confianza ciega en sus medios.

En 2017 se dio un caso que ilustra la respuesta ciudadana ante supuestas injerencias del poder político en el canal público. Nos referimos al escándalo antes mencionado protagonizado por el primer ministro finlandés y dos periodistas de YLE. Las reacciones de los sujetos de nuestro estudio ante estos hechos presentaron ciertas variaciones y, sin embargo, había unanimidad en sus expresiones de sorpresa o incluso de vergüenza ante hechos que consideraban impropios de un país democrático y con libertad de expresión como el suyo.

3.3. *Sistema mediático y concentración empresarial*

En el caso español, la idea de control empresarial a menudo aparece ligada al control político que describíamos anteriormente:

T-S1: Es imposible porque el Estado se mete en empresas privadas de cualquier índole (...) los dueños de imprenta son los mismos que tienen el control político y económico”.

Los grupos de internautas y activistas fueron los únicos en abordar específicamente la idea de falso pluralismo y libertad que ofrece el sistema, que esconde una concertación de pocos actores económicos, pero sin aludir explícitamente a la concentración empresarial en el sector mediático:

T-S1: Si te dan diez opciones a elegir, pero dentro de esas diez opciones detrás están las mismas personas. No sé hasta qué punto eso es libertad, el mejor ejemplo lo tenemos, (...) en enero todos los medios de comunicación masivos, ABC, La Razón, El País, todos. hicieron publicidad en su portada del banco Santander, luego detrás de eso, no sé hasta qué punto eso es libertad informativa.

A-S4: Sí, básicamente a los poderes económicos. Como ese día en el que todos los grandes periódicos pusieron en su portada la publicidad de Endesa. A partir de ese día dejé de comprar El País.

Además de eso, solo hubo alguna mención de paso a algún efecto de la concentración, por ejemplo, por la manera en que las distintas cadenas comerciales de la TDT programan los anuncios al mismo tiempo: “Que son (...) del mismo dueño, (...) porque es así, porque tú no te escapas” (EPS2).

En contraposición, los testimonios de los usuarios finlandeses en general niegan la existencia de un paralelismo político. No solo la prensa e YLE, sino también los medios privados gozan de una excelente reputación.

H47: Tanto [YLE como MTV 3] son de alta calidad y no están sesgados; son medios de comunicación objetivos que no se ven afectados por los partidos políticos.

M45-SP: Quizás MTV3 a veces tiene algunos temas y noticias más ligeros, quizá más de cultura y anuncios y algo divertido al final de las noticias. Pero, básicamente, las noticias son más o menos las mismas, así que no veo ninguna gran diferencia ahí.

Solo el entrevistado H64-C mencionó que los poderes económicos –“the wealthy gentlemen’s club” (club de los caballeros ricos) – están blindados frente a las investigaciones y los cuestionamientos por parte de los medios.

H64-C: [...] Solo hay uno con el que no se atreven; es este club de caballeros ricos. [...] La gente rica y la gente que está en la cima de las grandes empresas y también los altos políticos. Se dice que no se les puede tocar, no se atreven a tocarlos. No se atreven a profundizar demasiado (...)

P: ¿Y cree que estas personas merecen más atención por parte de los medios de comunicación?

H64-C: Deberían porque están haciendo muchas cosas que no son la forma democrática de hacer las cosas.

3.4. Rol del Servicio Público televisivo

Tanto los ciudadanos finlandeses como los españoles consideran que los medios informativos públicos deben informar y formar más allá de los intereses partidistas o del sistema de mercado. Ofrecemos opiniones de usuarios españoles:

EPS1: Yo entiendo que las televisiones privadas son un negocio, y las televisiones públicas que son las que deberían ser un servicio público, pues se convierten muchas veces en un instrumento “al servicio de”.

T.S5: A lo mejor si pones Antena3 o pones Telecinco sabes que lo que te van a vender, tiene una opinión determinada, pero pones TVE y creo que buscas un contenido directo y diferente, ¿no? (...) creo que es la percepción que se tiene en general, que se busca TVE porque es lo que debería ser, pero luego no lo es y eso es lo que como espectador te hace sentir un poco idiota.

C-S5: Yo no le pido al Sálvame⁶ que me forme ni me eduque en nada, lo que me faltaba... pero a la pública si le doy esa exigencia, si la estamos pagando todos yo le doy la exigencia primera de que usted me forme adecuadamente por lo menos para las cosas públicas.

C-S6: Un medio de comunicación privado quiere hacer caja, y un medio de comunicación público quizás sí puede permitirse el lujo de decir “voy a aportar cultura a la sociedad o voy a aportar algo a la sociedad más allá de un índice de audiencia o una estadística o un balance económico a final de año.

Como sucede en el caso español, los sujetos finlandeses tienen expectativas diferenciadas para medios públicos y privados. A las cadenas privadas se les disculpa cierto enfoque al entretenimiento y a un estilo más sensacionalista en los informativos. La diferencia estriba en que en el país nórdico la demanda de responsabilidad informativa y formativa atribuida a YLE se consigue en opinión de los sujetos en términos absolutos.

M56-A: Las noticias en la MTV, en el canal comercial, son más bien *infotainment*. Es como algo feliz, alegre y algo innecesario, probablemente, pero algo inofensivo. Y luego, YLE es más bien severa y estricta, y está anticuada.

M28: También veo las noticias de YLE cuando quiero saber qué cosas políticas están pasando y si quiero saber las cosas de escándalo, entonces voy a Iltalehti Sanomat o MTV 3.

YLE es considerado el canal oficial y existe un contrato social en virtud del cual la cadena recibe financiación pública y cumple debidamente su deber de informar a la ciudadanía. Los ciudadanos conocen los mecanismos de financiación de la televisión pública (a la que contribuyen mediante un impuesto especial), así como los engranajes de su gestión, que han sido diseñados para tratar de evitar la presión directa del legislativo, de fuentes políticas o corporativas.

H63: [En el consejo de administración de YLE] hay políticos de diferentes partidos, por lo que un partido no puede influir demasiado.

6 Programa de TV emitido en el canal comercial Telecinco en horario de tarde.

H64-C: Cada año pago un porcentaje de mi salario que va a YLE para que esa gente haga lo que ellos quieran.

Los ciudadanos españoles también sitúan a TVE como el canal oficial, pero en este caso, esto significa ser el portavoz del discurso oficial del gobierno: “en televisión me interesa prácticamente la parte informativa del 24 horas como un termómetro, para ver cómo está, digamos, el oficialismo del sistema.” (SES-S4) o “Los medios públicos así, son los medios de comunicación no de los ciudadanos, sino de los gobiernos de turno” (A-S2).

Una consecuencia de la centralidad de YLE en Finlandia son las críticas que recibe de algunos sujetos, quienes aducen que el papel que ostenta YLE es hegemónico y en ocasiones cae en prácticas de superficialidad o incluso de censura en algunos temas. Se trata, sin embargo, de una censura que podríamos considerar como bien intencionada, ya que en numerosas ocasiones se debe al afán de la cadena pública por marcar una agenda nacional, por promover una utopía, es decir, una visión positiva de la migración (H31-A, M69-A, H52-SP), de la UE y Rusia (H56-A, H52-SP, M56-A), de las energías renovables (H63), de la afinidad con occidente (Sp-argentino-H26-A, H56-A, H52-ruso-SP), y del estado del bienestar y las pensiones (M69-A y H37-A).

M69-A: Me gustaría tener información real, no una información bonita. (...) Y a veces piensas que intentan decirnos a nosotros o al pueblo lo muy, muy importante que es para Finlandia y lo bueno que es para Finlandia que pertenezcamos a esto. Pero creo que muchos finlandeses no están de acuerdo con eso, porque tal vez no hacemos ‘Brexit’. Pero, de todos modos, creo que esos sentimientos también están en Finlandia, pero en la información pública todo es: ‘Oh, esto es para Finlandia, es tan bueno estar aquí.’

H37-A: Solo muestran: ‘[imitando sonidos de guerra] En Siria han muerto 20 personas y bla, bla, bla...’ y luego cambia: ‘Pero en Finlandia viene Santa Klaus y bla, bla...’

Sin embargo, incluso las voces críticas con la tendencia mainstream de YLE no consiguen visualizar un sistema mediático en el que no esté YLE como medio público garante de los valores democráticos.

H37-A: Es muy gracioso que menciones MTV3. Está MTV3, ya sabes. Y MTV3, eran los más comercial. Está con TV4, por ejemplo; eran los más neoliberales. Así que ahora, lo que ha sucedido es que han puesto a YLE tan abajo que MTV3 ha empezado a parecer un tipo de medio de comunicación neutral, y esto no es una buena señal, en el sentido de que MTV3 es ahora incluso... Parece más abierta que YLE. Porque, para mí, un canal privado es un canal privado y tienen todo el derecho a hacer negocio, y tienen todo el derecho a hacerse ricos si quieren. Por supuesto, tenemos que dejarlo claro, pero YLE es nuestra base, en el sentido. YLE debe ser en cierto modo la base en la que podemos confiar. YLE es un medio de comunicación de propiedad estatal. Porque sería horrible si no hubiera ninguna empresa privada. [...] Y puedo imaginar que para estas personas YLE es solo un activo. Si YLE se destruye a sí misma durante este proceso, simplemente se alegrarían, porque tienen empresas privadas, todas las que quieran.

En este sentido, algo similar ocurre en España. Aunque los ciudadanos no consideran que la televisión pública española esté cumpliendo al 100% este mandato, sí entienden que en el ámbito cultural y en el canal La Dos suponen una mejora cualitativa respecto del resto de medios. Por estas razones, los ciudadanos no conciben renunciar a esa promesa de entidad orientada a la información y formación. Por ello, incluso entre los receptores conservadores se experimentaron reacciones viscerales ante la posibilidad de perder la radiotelevisión de servicio público, planteada como pregunta por los moderadores de los distintos grupos.

C-S6: Yo me sentiría fatal porque creo que acabaríamos a merced de los intereses empresariales y demás intereses que pueden tener un grupo de comunicación privado que está en manos de otro grupo que a su vez está en manos de un señor como yo digo oscuro decididor, creo que lo público es una garantía aunque lo critiquemos muchísimo y veamos que está mal, o que no funciona del todo bien, tengo la esperanza de que algún día se recupere, es que creo que es fundamental, porque quizás ese

carácter público igual que en la universidad da un ámbito de libertad (...)

La relación entre televisión pública y una democracia de mayor calidad también se encuentra entre los ciudadanos españoles, aunque como posibilidad, como horizonte posible:

EP-S1: En los informativos que hubiera pluralidad, pluralidad en la información y pluralidad de voces, es que te permitiera, ya que es un espacio público, que se permitiera también tener voz (...) los distintos partidos, los distintos ONG o, movimientos culturales o sociales, de ese tipo, pudieran tener su voz, en determinados momentos, pero su voz...

3.5. *El rol de los periodistas*

Tanto los usuarios españoles como los finlandeses consideran central el rol de los periodistas en el ecosistema informativo. En el caso español, la imagen del profesional con estudios y formación específica ocupa un lugar central en el discurso de los ciudadanos.

A-S3: A mí me parece que también son imprescindibles los periodistas, es decir, los periodistas profesionales. [Hay que] (...) dar, dar, dar al periodista la situación necesaria para poder hacer su trabajo con independencia.

SP-S5: Al final el Periodismo es una carrera universitaria y una profesión. Dejemos un poco a los profesionales trabajar sin cortapisas y pongamos un paraguas para que no sufran las presiones del gobierno de turno, o de la empresa de turno, o del poder...

En Finlandia los periodistas tanto de medios públicos como de medios privados son considerados en términos generales como profesionales y neutrales, con el importante encargo de decidir qué temas merece conocer la ciudadanía.

H25: Creo que hay muchas cosas que se deberían cubrir, pero la cosa es que la gente no es tan consciente de ellas, así que alguien debe poner el foco en el caso, así que es por eso que necesitamos periodistas y no sensacionalistas en esta época.

M69-a: Quiero decir que la mayoría de los periodistas son muy buenos, profesionales y honestos. Y dicen lo que piensan y todo está bien.

P: ¿Cómo describiría a los periodistas de Finlandia?

H49-C: Diría que todo este grupo, para mi gusto, parece bastante profesional, dado que están haciendo estas noticias para una población relativamente pequeña.

Como se viene describiendo, los medios españoles son considerados dependientes de poderes económicos y partidos, y a los periodistas de base, se les considera subyugados por miedo a perder su empleo:

EP-S1: Todas las televisiones que tenemos ahora, todas están frenadas, como en el tiempo de Franco, si, tú pones, tú dices, tú hablas lo que te ponen en la pantalla, no pasa ni una palabra más, sino te juegas el puesto, ummm, aunque tengas cincuenta años de tele.

Los discursos describen como problema de base que el sistema (súper sujeto) no permite la independencia periodística, lo cual tiene una influencia negativa en la sociedad:

T-S1: Si los periodistas hablasen, el cambio, las mejoras sociales serían mucho más rápida, eh.

A-S5: Eso acaba perjudicando a nuestro derecho a ser convenientemente informados.

En cambio, los finlandeses confían en su sistema periodístico y en sus periodistas, aunque esto convive con críticas de naturaliza moderada: cierta tendencia a la subjetividad, falta de tiempo para investigar o la sustitución de expertos por periodistas, incluso llegando a mantener debates entre periodistas, en vez de con personas con conocimientos especializados (H64-C, H63, H31-A, H25).

H56-A: Es muy difícil generalizar, pero, por supuesto, cuando sigues a ciertos periodistas sabes que tienen ciertas tendencias y algunos otros tienen otras tendencias [...] Pero, por supuesto, ciertos periodistas son más... puedes ver que tienen una estricta agenda formal propia.

H63: Cuando he hablado con los periodistas, dicen que es cierto, por supuesto que les falta tiempo y algunos dicen que les falta conocimiento o comprensión de las cosas difíciles.

En Finlandia se percibe una tendencia hacia una menor independencia periodística –que quedó de manifiesto en la crisis del Primer Ministro– y que, como en España, parece achacarse a los gestores de los medios (de YLE en este caso) en lugar de a los propios periodistas.

P: ¿Y qué deberían hacer en YLE? ¿Qué deberían hacer para conectar con las preocupaciones, ideas y opiniones de la gente?

M48-A-SP: Echar al jefe que tienen ahora. Cambiar de jefe.

H37-A: Ahora sabemos que el director de YLE, Jääskeläinen, por ejemplo, es increíble que no haya sido expulsado, aunque ahora hay pruebas claras de que ha habido órdenes directas de Sipilä de no tocar ciertos temas.

Como ocurría en otros aspectos del sistema de medios, las críticas a la pérdida de independencia de los periodistas en Finlandia se suelen contextualizar en la crisis del estado del bienestar, de sus efectos sobre la cultura digital y de la creciente desigualdad económica y social.

H52-SP: Helsingin Sanomat, están luchando y tengo amigos que trabajan allí, algunos de ellos, y pierden sus puestos de trabajo, o ahora contratan a *freelancers* y así toda la industria de los medios de comunicación aquí está contra las cuerdas porque nadie sabe cómo imprimir los medios de comunicación, cómo hacer negocio de eso ya, porque la gente no compra periódicos y no leen [...] YLE en realidad, hace como 15 años en YLE, pensabas que estabas prácticamente contratado de por vida. Pensabas: ‘Todo lo que tengo que hacer es no meter la pata, y nunca tendré ningún problema’. Y ahora están despidiendo gente todos los días, ya sabes, pierden su trabajo o cambian de departamento y están luchando. ¿Y cómo se supone que vas a hacer un trabajo de buena calidad si estás preocupado por tu trabajo? Y eso hace que la calidad baje.

4. CONCLUSIONES

Los discursos de ciudadanos españoles permiten observar la percepción de un ecosistema inestable, cambiante en el que cuesta, al menos en términos discursivos, depositar la confianza en un medio o un sector de medios. Y debemos recordar que la muestra se toma en

2015, unos años antes de que la actualidad informativa comience a atender a lo que se terminará conceptualizando como “desorden desinformativo” en entornos académicos. Las entrevistas en Finlandia se toman en 2017, justo en el momento de toma de conciencia sobre los peligros de estas tendencias en el ámbito de la comunicación, y sin embargo la percepción de los ciudadanos finlandeses sobre su ecosistema informativo esquematiza un escenario más estructurado y confiable, en el que los medios tradicionales son depositarios de la confianza ciudadana.

En el caso finlandés, los nuevos medios digitales son vistos como un complemento, que puede abrir horizontes, pero que a la postre puede traer más inconvenientes que ventajas. Al ser un complemento, no alteran necesariamente la estructura de consumo, es decir los usuarios se nutren fundamentalmente de los mismos medios –en los que mantienen una notable confianza– pero en su versión digital. En el caso español, se parte de un escenario de desconfianza profunda, en el que los medios se consideran moldeados por el súper sujeto/*establishment*, y ante ello, el entorno digital se percibe como una oportunidad de conocer la información sin la mediación de los agentes del sistema. Esta creencia ignora, por tanto, que Internet también es un entorno mediado. Y aun así, se observan discursos en los que la estructura del entorno digital se visualiza como caótica.

En ambos países el rol de los medios públicos se encuentra anclado en el imaginario social como un instrumento democrático clave, de formación e información para el conjunto de la ciudadanía, con un alcance y objetivos claramente diferenciados de los medios comerciales. En el caso de Finlandia, en el que ocupan el centro del ecosistema, generan un poder gravitatorio que protege a todo el sistema y sin frenarla, limita la erosión ocasionada por una cierta crisis del sector periodístico, en el que se mencionan problemas financieros, incipientes dificultades laborales o de recursos para un periodismo de calidad, y por el desorden introducido por la explosión del espacio digital. En el caso español, la debilidad de TVE y su percibida dependencia del gobierno de turno no tiene este efecto protector o

estructurante, pero los ciudadanos siguen demandando que cumpla con su función democrática, en un sentido similar a la lógica aplicada por los ciudadanos finlandeses.

El análisis de los ciudadanos se acerca en gran medida a los consensos académicos establecidos y observan en su experiencia el desorden informativo descrito. A su vez, existe un cierto grado de conciencia popular acerca de la importancia de las variables estructurales descritas por Hallin y Mancini (2004). En los discursos ciudadanos de finlandeses y españoles las situaciones relacionadas con las variables de paralelismo político e independencia periodística son tenidas en cuenta. En España ocasionan quejas o denuncias y en Finlandia apreciaciones valorativas.

No obstante, hay dos cuestiones sobre las que la percepción social es más escasa. En primer lugar, la concentración mediática no aparece como factor observado en ninguna de las muestras, a pesar de que los intereses empresariales en general y abstracto sí son parte del engranaje del *establishment* que definimos como súper sujeto. En segundo lugar, y en el caso de España se considera que los gobiernos tienen voluntad de influir en los medios de modo partidista, pero la idea de que los Estados deberían intervenir para orientar las políticas de comunicación en favor del derecho a la información no aparece con tanta claridad como alternativa. Es decir, entre los ciudadanos españoles existe una demanda de que los periodistas sean independientes y que los medios de comunicación públicos formen e informen más allá de intereses comerciales y económicos pero la idea de que los gobiernos sucesivos deberían orientar las políticas de comunicación en beneficio de la mayoría social apenas aparece, posiblemente por su lejanía de la lógica prevaleciente.

5. REFERENCIAS

AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2021)
<https://reporting.aimc.es/>

- Aparici, R. & García-Marín, D. (2019). Historia de la mentira: más allá de Derrida. En Aparici, R. & García-Marín, D. (coords), *La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política* (pp.17-24). Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. & Corredor, P. (2012). La política audiovisual de los gobiernos de Zapatero. En Lamuedra Graván, M. (Ed.), *El futuro de la Televisión Pública* (pp.61-86). Madrid: Editorial Popular.
- Castroriadis, C. (1975). *La institución imaginaria de la sociedad II*. Buenos Aires: Tusquest.
- Curran, J. et al. (2012). Sucesos, noticias internacionales y hard news: una comparación transnacional de la cobertura informativa y la percepción pública”. En Lamuedra Graván, M. (Ed.), *El futuro de la televisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía* (pp.35-58). Madrid. Editorial Popular.
- De la Sierra, A. & M. Mantini / Mediadem (2011). *Does Media policy promote media freedom and independence? The case of Spain*. Informe Mediadem.
- EBU (2020). *Market Insight. Trust in Media 2020*. https://medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/EBU-MIS-Trust_in_Media_2020.pdf
- Eurobarómetro (2018). *Media use in the European Union: report, European Commission*. European Commission, Directorate-General for Communication, <https://data.europa.eu/doi/10.2775/116707>
- Hallin, D. & P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Horowitz, M. (2018). *Public Service Media and Information Disorder*. Center for Media, Data and Society. Central European University. <https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/1367/publicservice-mediaandinformationdisorder.pdf>
- InnoPSM (2019-2020). Research Network on Innovation in Public Service Media Policies. <https://innopsm.net/about-innopsm/>
- Karppinen, K & M. Ala-Fossi (2018). Finland: Maintaining the Fragile Consensus. En C. Herzog, H. Hilker, L. Novy y O. Torun (Eds.), *Transparency and Funding of Public Service Media*. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-17997-7_9
- Lamuedra, M., Mateos, M.C., Broullón, M.A. (2018). Normative and audience discourses on public service journalism at a ‘critical juncture’: The case of TVE in Spain. *Journalism Studies* 20(11): 1528–1545. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528880>
- Ley 7/2010. Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA)
- McChesney, R. (2007). *Communication revolution: critical junctures and the future of the media*. New York: The New Press.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. Cambridge/London: MIT Press.

- Miller, L. & Torcal, M. (2020). Venticinco años de polarización afectiva en España. *The Conversation*. <https://theconversation.com/veinticinco-anos-de-polarizacion-afectiva-en-espana-149237>
- Morgans, J. (2017). Your Addiction to Social Media Is No Accident. *Vice*, 21 May. https://www.vice.com/en_uk/article/vv5jkb/the-secret-ways-social-media-is-built-for-addiction
- MPM 2016 / García Castillejo et al. (2016) Media pluralism monitor 2016: monitorizando los riesgos para el pluralismo mediático en EU y más allá: informe nacional: España. European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies. <https://data.europa.eu/doi/10.2870/39890>
- MPM 2017 / García Castillejo, Á. et al. (2017) Media pluralism monitor 2016: monitorizando los riesgos para el pluralismo mediático en EU y más allá: informe nacional: España. European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/23f5e63d-e46f-11e7-9749-01aa75ed71a1/language-es>
- MPM 2020 / Masip, P., Ruiz, C., & Suau, J. (2020). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019: Country Report: Spain.
- Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding Democracy: Public Media and Democratic Health in 33 Countries. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi:10.1177/19401612211060255>
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Barcelona: Debate.
- PEW 2018 / Mitchel, A. et al. (2018) *In Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist views Than Left-Right Ideology*. <https://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>
- Wardle, C. & Hossein, D. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Estrasburgo: Consejo de Europa. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>