

ANÁLISIS CONTRASTIVO DE LAS SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE LOS DISCURSOS CIUDADANOS SOBRE DOS ECOSISTEMAS PERIODÍSTICOS: ESPAÑA Y FINLANDIA

MARÍA LAMUEDRA
Universidad de Sevilla

ELISA ALONSO
Universidad Pablo de Olavide

1. INTRODUCCIÓN

La investigación comparativa en nuestro ámbito aborda la explicación de las similitudes y diferencias en las prácticas comunicativas, atendiendo a la variación en sus contextos (Esser y Pfetsch, 2004). Las tipologías de sistemas mediáticos se han convertido en modelos poderosos en la medida en que ofrecen modelos simplificados de estos contextos explicativos (Brüggemann et al., 2014, p. 1038). Dos de los modelos actuales más influyentes en el campo de la comunicación y la cultura son los de Hallin y Mancini (2004) y Hofstede (2001).

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 y que resultan en tres modelos: el democrático corporativo, el liberal y el pluralista polarizado. Finlandia se considera en el corazón de los democráticos corporativos, junto con los países nórdicos o Alemania. Por su parte, España es junto con Grecia, uno de los países en los que se manifiestan las características del modelo pluralista polarizado, habitual en países mediterráneos, de manera más intensa.

El análisis de Brüggemann et al. (2014, p. 1038) sobre la aportación de Hallin y Mancini ofrece datos empíricos sobre la existencia de cuatro,

y no tres modelos: el del Norte, el Central, el del Oeste y el del Sur. En este caso, Finlandia se situaría en el del Norte y España y en el del Sur. El modelo de Brüggermann no añade más a nuestro análisis puesto que el modelo del Norte hereda las categorías del Democrático Corporativo y el del Sur las del Pluralista Polarizado.

En la revisión de sus modelos que Hallin y Mancini (2010, p. 56) realizan una década después se reafirman en la utilidad de las categorías de análisis que dan lugar a las tipologías, que son las siguientes: en primer lugar, la estructura de los mercados mediáticos que observa cuestiones como el alcance y tradición de la prensa periódica, la estructura de propiedad 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 (ibid., 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 del medios (ibid., p. 34-35). Por último, el rol del estado y su grado y modo de intervención en el sistema (ibid., p. 41).

Por su parte, el modelo cultural comparado de Hofstede de 6 dimensiones desarrollado en su libro *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (2001) logra identificar los elementos que distinguen las numerosas entidades culturales y, por ende, las diferencias entre naciones. En este contexto, su modelo simplifica y permite visualizar conceptos complejos y facilita su entendimiento. Según Hofstede, existe una suerte de programación mental que distingue a los miembros de un grupo o categoría de personas de otro, que se construye sobre valores, creencias, comportamiento, sentimientos, habilidades, actitudes, etc. Las dimensiones identificadas por Hofstede son seis en total e incluyen: distancia al poder, que mide cómo los individuos de una sociedad determinada sienten la distribución desigual del poder; individualismo-colectivismo, que mide hasta qué punto los individuos se sienten identificados con un grupo determinado; masculinidad-feminidad, que mide las características masculinas y femeninas de los valores dentro de una sociedad

determinada; evasión de la incertidumbre, que hace referencia a la tolerancia hacia lo que no es cierto; orientación a largo plazo, que determina cómo las sociedades perciben el tiempo; mientras finalmente aparece la indulgencia, que mide hasta qué punto las personas intentan controlar sus impulsos.

En el presente artículo realizamos un análisis contrastivo sobre las similitudes y diferencias del periodismo para los ciudadanos en Finlandia y España apoyando el análisis en las categorías aportadas por Hallin y Mancini (2004) y en las dimensiones de individualismo-colectivismo y distancia de poder de Hofstede (2001). A continuación, ofrecemos una descripción sintética de las características de España y Finlandia que consideramos clave por algunos o varios de los siguientes motivos: ser dimensiones políticas que moldean el sistema de medios, por ser dimensiones básicas del sistema de medios, o por ser dimensiones culturales con una influencia transversal. Para ello, nos apoyamos en los datos aportados por informes internacionales comparados como los del Media Pluralism Monitor y los del proyecto internacional Mediadem (de la Sierra y Mantini, 2011). Completamos el esquema con datos de población y distribución de renta.

2. LAS CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA PLURALISTA POLARIZADO EN ESPAÑA

2.1. POBLACIÓN

España tiene una población de 47,1 millones repartidos en un área de 504.030 km² (INE, 2019⁹⁰).

2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

Desde 1980 se ha producido un aumento de la desigualdad en Europa (Blanchet, Chancel y Gethin, 2019), estando las cifras españolas entre las más altas de Europa con índices entre 33 en 2019 y 34,7 de 2014

⁹⁰ [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion .htm? c = Estadistica_C & cid = 1254736176807 & menu = ultiDatos & idp = 1254735976608](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176807&menu=ultiDatos&idp=1254735976608)

(Eurostat, 2019 ⁹¹), según el coeficiente de Gini⁹² de renta disponible equivalente. La crisis financiera de 2008 sumió a España en una importante recesión debido a las altas tasas de desempleo y la creciente precariedad laboral. En consecuencia, los ciudadanos españoles están preocupados por el desempleo, en primer lugar, los problemas económicos (en general), el mal comportamiento de los políticos, la corrupción y el fraude⁹³ (CIS, 2017 ⁹⁴y 2019 ⁹⁵).

España es comúnmente considerada como un país pluralista polarizado (Hallin y Mancini 2004, Mediadem, 2011, MPM, 2017 y 2020 (Masip, Ruiz y Suau, 2017 y 2020).

2.3. PARALELISMO POLÍTICO

España es una democracia relativamente reciente en el marco europeo. El sistema político español es multipartidista aunque desde la restauración democrática el gobierno de España ha estado ocupado por turnos por los dos principales partidos, Partido Socialista y Partido Popular⁹⁶ y en este contexto se ha producido una relación estrecha entre partidos y medios. Como consecuencia, aunque existe un gran número de medios informativos, normalmente se identifican con posiciones políticas o partidos (MPM, 2020, p. 7).

Aunque hoy existen nuevos partidos nacionales (Podemos, Ciudadanos y Vox) y el bipartidismo podría estar en proceso de superación el sistema mediático se sigue organizando fundamentalmente de modo

⁹¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/income-and-living-conditions/> publicaciones

⁹² El índice Gini se mide entre 0 (total igualdad) y en el caso de las cifras de Eurostat 100 (total desigualdad)

⁹³ En 2017 el mal comportamiento de los políticos, la corrupción y el fraude fueron la segunda y tercera preocupación de los españoles, mientras los problemas económicos iban en ascenso. En 2019, los estos últimos ocuparon el segundo lugar.

⁹⁴ http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3180_3199/3199/es3199mar.pdf

⁹⁵ http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3260_3279/3267/es3267mar.pdf

⁹⁶ En estos momentos gobierna el primer gobierno nacional de coalición de la historia de España, conformado por Partido Socialista y Podemos.

polarizado en función de un número limitado de enfoques, según el eje izquierda- derecha.

En relación con la radiotelevisión pública, la dependencia gubernamental es considerada un problema estructural. En los últimos años se desarrolla 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 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. Como resultado, los últimos nombramientos realizados, ya en abril de 2021, surgen del acuerdo entre cuatro partidos (PP, PSOE, Podemos y PNV).

Según el Media Pluralism Monitor, en España existe un marco legal amplio para asegurar el pluralismo de los medios y sin embargo su implementación es a menudo débil e ineficaz (MPM, 2017, p. 4 y MPM 2020).

2.4. INTERVENCIÓN ESTATAL SIGNIFICATIVA

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, más que por los principios democráticos de libertad de expresión e información consagrados en la Constitución. Se ha descrito una tendencia según la cual el partido del gobierno implementa políticas que favorecen a las corporaciones comerciales que lo apoyan (Bustamante, 2006, Arboleda, 2009 Bustamante y Corredor, 2012). En consecuencia, 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)

2.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO DE MEDIOS

El mercado de los medios se caracteriza por un dominio general de la televisión, que atrae alrededor del 40% del gasto publicitario total en el país. Durante el período estudiado, la televisión sigue siendo el medio

más popular (85,4% -85,2%), seguida de Internet (75,7-79,9%), la radio (59,3% -56,9%) y los periódicos (24,4%). 3-21,7%) (AIMC, 2017 y 2019 ⁹⁷). En cuanto a la televisión, España cuenta con un sistema dual de medios dominado por las emisoras públicas, tanto a nivel nacional como autonómico, y por dos grandes grupos de televisión privada (Atresmedia y Mediaset). 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). Existe una escasa circulación de prensa escrita. El porcentaje de personas que leen periódicos en España se ha reducido casi a la mitad durante los últimos 10 años. (AIMC, 2019). La Radiodifusión de Servicio Público no puede ocupar más del 25% del espacio radioeléctrico por ley⁹⁸ y se considera dependiente del gobierno (Lamuedra, Mateos y Broullón, 2018, p. 3 y 13). Su principal canal de televisión, TVE1, ha experimentado una caída en su cuota de audiencia del 21,1% en 2010 al 11,7 en 2016 y al 12,1 en 2020 (AIMC, 2021) y ocupa la tercera posición tras los canales comerciales, Telecinco y Antena 3. La Televisión de Servicio Público Regional tiene una audiencia de alrededor del 10%.

Además, el acceso a los medios de comunicación para las minorías es problemático con un apoyo muy limitado (MPM 2017, p. 10; MPM 2020, p. 7⁹⁹)

2.6. DÉBIL PROFESIONALISMO PERIODÍSTICO

Existe una falta de independencia de los profesionales en España (Mediadem, 2011, p. 39) y 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 reconocida en

⁹⁷ <https://reporting.aimc.es/>

⁹⁸ Según la Ley 7/2010. Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA)

⁹⁹ El Centre for Media Pluralism and Media Freedom está cofinanciado por la Unión Europea.

MPM, 2017, p 9), en una profesión con bajos salarios y alta precariedad (MPM , 2016 ¹⁰⁰).

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, 2017 ¹⁰¹, Pew Research Report, 2018 ¹⁰², Informe de EBU sobre la confianza en Europa, 2020¹⁰³). Según un informe del Pew Research Center¹⁰⁴ en 2018 en España (al igual que en Francia e Italia) hay una actitud más negativa hacia los medios de comunicación que en otros países, a pesar de que los españoles reconocen la importancia de las noticias para la sociedad.

2.7. COLECTIVISTA

España, en comparación con el resto de países europeos (excepto Portugal) es Colectivista, ya que en esta dimensión alcanza una puntuación de 51 siguiendo el modelo de Hofstede. Sin embargo, en comparación con otras zonas del mundo, se considera claramente individualista. Esto ha hecho que los españoles se relacionen con bastante facilidad con determinadas culturas -principalmente no europeas- mientras que pueden percibir otras culturas como agresivas y contundentes. Por otro lado, el trabajo en equipo se considera algo totalmente natural, los empleados tienden a trabajar de esta forma sin necesidad de una fuerte motivación por parte de la Dirección.

¹⁰⁰<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/23f5e63d-e46f-11e7-9749-01aa75ed71a1/language-es>

¹⁰¹<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a575c1c9-58b6-11e8-ab41-01aa75ed71a1>

¹⁰²<https://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>

¹⁰³ https://medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/EBU-MIS-Trust_in_Media_2020.pdf

¹⁰⁴ <http://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-moredivided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>

2.8. JERÁRQUICA

Siguiendo el citado modelo de Hofstede, la puntuación de España en esta dimensión (57) es alta, lo que significa que España tiene una sociedad jerárquica. Esto significa que la gente acepta un orden jerárquico en el que todos tienen un lugar y que no necesita más justificación. Se considera que la jerarquía en una organización refleja desigualdades inherentes, la centralización es popular, los subordinados esperan que se les diga qué hacer y el jefe ideal es un autócrata benevolente.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA DEMOCRÁTICO CORPORATIVO EN FINLANDIA

3.1. POBLACIÓN

Finlandia es un país relativamente grande (aproximadamente 338 000 km²) con una población pequeña, principalmente urbana (5,4 millones).

3.2. DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

En esta década la desigualdad se ha mantenido con un índice GINI que bascula entre el 25,4 de 2013 y el 26,5 de 2019, entre los más bajos de la Unión Europea (Eurostat, 2019¹⁰⁵). Finlandia se ha estado recuperado lentamente de la recesión que comenzó en 2008 y hasta 2017 la economía nacional no logró experimentar un crecimiento significativo (MPM, 2017).

Finlandia es considerada por el informe Mediadem (2011, p. 7) como representante del modelo de medios “corporativista democrático”, que combina una fuerte intervención estatal, un alto profesionalismo y autonomía de los medios.

3.3. SIN PARALELISMO POLÍTICO

Durante décadas, el campo político finlandés estuvo dominado por un trío de partidos clásicos grandes, rodeados por un puñado de pequeños.

¹⁰⁵ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/income-and-living-conditions/publications>

Hoy, algunos partidos más pequeños están cada vez más cerca de los antiguos partidos hegemónicos (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 (Consejo para los Medios de Masas), bajo la premisa de que la cultura política no permite la presión directa sobre el legislador por parte de fuentes políticas o corporativas (Mediadem, 2011, p. 13).

Los medios comerciales en Finlandia son políticamente independientes. La mayoría de los partidos políticos tienen algunas actividades editoriales, pero los medios partidistas prácticamente no tienen audiencia más allá de los propios miembros de los partidos (MPM, 2020). https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-mediae

Finlandia suele considerarse uno de los países europeos donde el papel de los medios de comunicación de servicio público (PSM) sigue siendo más fuerte y sólido. Sin embargo, la empresa de radiodifusión finlandesa YLEISRADIO (YLE) no está exenta de las críticas a las que se enfrentan las organizaciones de medios públicos en Europa. De hecho, 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, hubo un creciente cuestionamiento sobre el futuro de PSM en Finlandia. Karpinnen y Ala-Fossi (2018) describen cómo a pesar de este proceso en el que el consenso podría verse como frágil, el papel de los medios públicos en la sociedad finlandesa ha demostrado ser resiliente.

A pesar de la consideración anterior, el indicador sobre gobernanza de la independencia y financiación sigue siendo considerado problemático por el MPM 2020, ya que YLE no está legalmente aislada del poder político: su máximo órgano de gobierno es designado por y entre los miembros del Parlamento. Además, se argumenta que los partidos políticos tienen una larga historia de influencia en los nombramientos del Director General del medio público, a pesar de que se han realizado

esfuerzos recientes para despolitizar el cargo. La corporación del medio público finlandés afirma que sus decisiones editoriales están efectivamente aisladas.

3.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO DE MEDIOS

Las características tradicionales de los medios finlandeses son los periódicos de noticias regionales basados en suscripción y una fuerte emisora de servicio público (YLEISRADIO o YLE). Un puñado de empresas dominan los mercados privados de radio y televisión, sin embargo, en términos de cuotas de audiencia, YLE sigue siendo incomparable. El mercado de periódicos está menos concentrado debido a una larga historia de periódicos de pequeñas ciudades y regionales de propiedad local. Sin embargo, existe una tendencia constante a la concentración a medida que los periódicos más grandes van comprando a los que tienen problemas financieros (MPM, 2020)

En general, los medios de comunicación finlandeses están libres de presiones externas. En cambio, tienen que lidiar con problemas endémicos como la disminución de los ingresos, un mercado pequeño y saturado y una representación insuficiente de audiencias minoritarias. En el sector de la televisión, las cuatro principales empresas tienen el 92% de la audiencia y el 77% de los ingresos (MPM, 2020)

3.5. FUERTE PROFESIONALISMO

El informe Mediadem de 2011 (p. 9) considera 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).

A pesar de un número creciente de periodistas independientes y freelance (Mediadem, 2011, p. 35), y de que el ingreso en la profesión no está regulado, los periodistas disfrutaban de un salario digno y la mayoría

tiene un empleo estable (MPM 2020), ya que el empleo de los periodistas está relativamente bien protegido (Mediadem, 2011, p. 35).

A pesar de que el informe MPM 2020 llama la atención sobre la influencia comercial y de los propietarios de los medios sobre el contenido editorial, afirma que el contenido editorial no suele verse afectado directamente. La independencia sigue siendo muy valorada por los periodistas finlandeses y, por lo general, los periodistas son capaces de resistir estas presiones, pero admiten que a veces dan un trato deferente, por ejemplo, a anunciantes importantes. Casi una década antes, el informe Mediadem (2011, p. 36, 37) reconocía algunas tendencias preocupantes como el debilitamiento de la verificación de datos y la reducción de la autonomía de los periodistas como individuos.

3.6. EL PAPEL DEL ESTADO

El papel del Estado en el sistema de medios tradicionalmente se ha considerado intenso, ya que proporciona fondos para los medios de servicio público, así como subsidios directos o indirectos a tipos específicos de medios de comunicación para garantizar la diversidad de los medios (Mediadem, 2011, p. 23). Según Nielsen y Linneback, 2011, p. 4) Finlandia fue uno de los financiadores más generosos de los medios de comunicación de servicio público en Europa.

3.7. CONFIANZA DE LOS CIUDADANOS EN LOS MEDIOS

Según el informe de la EBU sobre confianza en Europa, la confianza en los medios de comunicación entre los finlandeses se encuentra entre las más altas de Europa. En Finlandia, solo el 20% de la población o menos no confía en los medios de comunicación (informe EBU sobre confianza en Europa, 2020¹⁰⁶).

Los finlandeses están sorprendentemente satisfechos con la calidad del periodismo. La credibilidad y veracidad de los medios de comunicación son muy respetadas. Sin embargo, los ciudadanos los conciben a la vez

¹⁰⁶ https://medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/EBU-MIS-Trust_in_Media_2020.pdf

como una institución pro estatus quo (De la Sierra y Mantini, 2011, p. 34).

3.8. INDIVIDUALISTA

Según el modelo cultural de Hostede¹⁰⁷, Finlandia, con una puntuación de 63, es una sociedad individualista. Esto significa que existe una alta preferencia por un marco social poco cohesionado en el que se espera que las personas se cuiden a sí mismas y a sus familiares más cercanos únicamente. En las sociedades individualistas las ofensas causan culpa y pérdida de la autoestima; la relación entre empleador y empleado es un contrato basado en la ventaja mutua; se supone que las decisiones de contratación y promoción se basan únicamente en el mérito; la gestión es la gestión de los individuos.

3.9. INDEPENDIENTE

Siguiendo el modelo antes mencionado de Hofstede, Finlandia obtiene una puntuación baja en esta dimensión (puntuación de 33), lo que significa que lo siguiente caracteriza el estilo finlandés: ser independiente, jerarquía solo por conveniencia, igualdad de derechos, superiores accesibles, líder de tipo coach, los jefes facilitan y empoderan. El poder está descentralizado y los gestores o jefes cuentan con la experiencia de los miembros de su equipo. Los empleados esperan ser consultados. El control es desagradable y la actitud hacia los superiores es informal y se basa en el nombre de pila. La comunicación es directa y participativa.

4. METODOLOGÍA

El artículo que nos ocupa desarrolla comparativamente los resultados de investigación de 5 grupos de discusión y 4 entrevistas en profundidad en España (24 sujetos en total) y de 29 entrevistas a sujetos en Finlandia con receptores de televisión de servicio público, es decir de TVE e YLE respectivamente. Somos conscientes de que la disparidad de metodologías utilizadas en ambos países, resultantes de los condicionantes

¹⁰⁷ <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>

materiales de nuestro proyecto, limitan el alcance de los resultados que deben considerarse como exploratorios.

El artículo analiza los discursos sobre periodismo en receptores de medios públicos finlandeses y españoles con el objetivo de explorar la utilidad de los modelos comparados de sistemas mediáticos de Hallin y Mancini (2004) y de Hofstede (2001) para explicar las similitudes y diferencias entre ellos.

La muestra se toma en años marcados por los movimientos de protesta de indignados en países como España (Indignados), Estados Unidos (Occupy), Reino Unido (Uncut) y Francia (Nuit Debout), que se suman y popularizan a la crítica de la representación política de los ciudadanos, a la par que se demanda más participación política.

En España la muestra se toma en 2014, tras el movimiento Indignados (2011) y las posteriores protestas (muy intensas entre 2012 y 2014), que generaron dinámicas sociales en las que se desarrollaron y popularizaron posturas más críticas respecto al orden neoliberal y que también incluyeron demandas más concretas en materia de periodismo e información.

En Finlandia, la muestra se toma entre mediados entre 2015 y principios de 2017, en el ecuador del mandato del gobierno de coalición de centroderecha conformado por centristas, la Coalición Nacional (derecha) y los Verdaderos Finlandeses (extrema derecha) (2015-2019), que tiene lugar después de décadas de hegemonía socialista. Las opiniones de los finlandeses de extrema derecha sobre la inmigración, entre otros temas, son controvertidas y esto implica un debate nacional sobre cómo estos discursos deben ser representados en el periodismo. Además, gran parte de la muestra se toma en 2017, en medio de un escándalo por la supuesta presión del Primer Ministro, Juha Sipilä, a dos periodistas de YLE para que no investigasen un asunto de exponía un conflicto de intereses.

En ambas muestras existe suficiente variedad en cuanto a edad, género, diversidad geográfica y clase social y adscripción ideológica.

En el caso español, para establecer el tamaño de los grupos se ha seguido, asimismo, la fórmula aconsejada por Callejo (2002, p. 418): entre 6 y 8 personas. En el siguiente cuadro (Tabla 1), se muestra un resumen del trabajo realizado.

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
Codificación	A	T	SP	C	SES

En adelante, los sujetos participantes en todos estos encuentros se nombrarán mediante un sistema que garantiza el anonimato de los participantes. Para los grupos de discusión se emplearán los códigos “Sin estudios superiores” (SES), “Empleados del Sector Público” (SP), “Conservador” (C), “Activistas” (A) o “Tecnófilos” (T), seguidos de sujeto (S)+número (p. ej.: SES-S1 ó T-S5). En lo concerniente a las cuatro entrevistas en profundidad que completan la muestra, los participantes se denominarán con la etiqueta genérica EP-S+número (p. ej.: EP-S1 ó EP-S4).

En el caso de Finlandia se entrevistó a 13 mujeres y 16 hombres. Las entrevistas con los sujetos finlandeses 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: 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 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. Sí consideramos oportuno señalar el género y la edad (ej. H67, M34), así como alguna característica distintiva si la había, como es el caso de un sujeto ruso afincado en Finlandia (ej, H52-ruso). Al igual que en los perfiles de España hemos consignado la condición de Empleado Público (SP) y el perfil Sin Estudios Superiores, 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. Los sujetos entrevistados en finlandés y español se han codificado anteponiendo el código Fi o Es, respectivamente (ej. Fi-H67 y Es-H67).

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

Los grupos de discusión y las entrevistas abordaban los siguientes temas: (1) Pautas del consumo de noticias; (2) Estándares y valores periodísticos y su rol en la democracia; (3) La especificidad del servicio público: diferencias con medios informativos comerciales; (4) Tendencias observadas en los informativos de TVE o YLE (respectivamente); (5) Reconocimiento y conexión con la audiencia: hasta qué punto los receptores sienten que el servicio público periodístico representa su trabajo, problemas o preocupaciones; y en qué medida recuerdan y usan informaciones en su toma de decisiones.

5. LOS DISCURSOS SOBRE PERIODISMO EN ESPAÑA

El análisis de los discursos de receptores españoles ha sido desarrollado anteriormente de manera extensa en otras publicaciones del mismo proyecto (Alonso, Broullón y Lamuedra, 2016, Lamuedra, Mateos y Broullón, 2019, Lamuedra, Mateos y Broullón, 2020). A continuación, sintetizamos las características más relevantes del análisis ya realizado para servir de eje comparativo al caso finlandés.

En los discursos recogidos en España la idea más destacada es que los medios representan la voz y los intereses de “otros”. Se refieren a una especie de “supersujeto” con enorme poder político, económico y mediático al que los ciudadanos se refieren a menudo mediante el pronombre “ellos”. Desde esta perspectiva la función del sistema informativo es de servidumbre hacia el “establishment”. Esta percepción aparece integrada en una concepción que asume que tal sistema: (1) tiene dueño: lo domina o controla un supersujeto (2) representa un poder: logra influencia y dirección sobre la realidad (3) se trata de un poder al servicio de los que ya ostentan el poder instituido y que desean mantener el statu quo. (Lamuedra, Mateos y Broullón, 2018). Los siguientes extractos ilustran estas cuestiones:

“Ellos no te dan esa noticia, las tapan, las tapan y las van tapando porque no les interesa que la gente proteste sobre eso. (T-S4)”

“Es imposible porque el Estado se mete en empresas privadas de cualquier índole [...] los dueños de imprenta son los mismo que tienen el control político y económico. (T S1, Grupo de Internautas)”

Este análisis confirma la falta de confianza de los ciudadanos españoles hacia el sistema de medios, en la medida en que son conscientes de la existencia de paralelismo político, y de la imbricación entre este poder político con el poder económico, como señalan los informes del MMP en España, en relación con el rol del Estado en el sistema mediático. Los discursos de los ciudadanos parecen ser conscientes de esta tendencia y llevan a cabo reflexiones que merecen ser tenidas en cuenta. Por ejemplo, SPI-S2 afirmaba que los medios son los encargados de mantener la idea de que “no hay alternativa posible al sistema político y económico actual”, SES-S1 cree que el exceso de noticias negativas tiene la función de hacer de losa moral para que los que se encuentran en posiciones menos aventajadas “no levanten cabeza”. En este sentido, los medios tratarían de promover una aceptación del statu quo y contribuir a resolver los problemas de insatisfacción social con el orden actual de las cosas.

Los discursos sobre el sistema periodístico recogidos en España, además describen a los periodistas como rehenes del sector político y económico. Se culpaba a los medios de ser dependientes de poderes económicos y partidos, pero no a los periodistas de base, a los que se considera presionados por miedo a perder su puesto de trabajo (A-S1). Aunque no se llega a especificar qué tipo de presiones se ejercen.

De nuevo, resulta interesante que la percepción general de los ciudadanos coincide con los objetivados por los informes internacionales al respecto, a partir de los datos de los Informes de la Profesión Periodística de la Asociación de la Prensa de Madrid, que recoge que la mayoría de periodistas reciben presiones en el ejercicio diario de su labor.

Los receptores españoles son conscientes de que estos problemas de confianza y credibilidad acaban “perjudicando a nuestro derecho a ser convenientemente informados.” (A-S5). Y esto genera una frustración visible en los entrevistados, a veces definida con palabras como “cabeceo” por la experiencia de que el discurso periodístico: “va a captarte, no a informarte” (C-S3). A su vez, todos los grupos consideran que los medios públicos deberían ser el espacio de resguardarse sus derechos a la información como ciudadanos.

A pesar de la lucidez de los planteamientos ciudadanos y su adecuación a las tendencias generales descritas en la literatura académicas y los informes comparativos internacionales destaca cierta creencia en que esto no se puede cambiar debido a la fortaleza del establishment. Es decir, los ciudadanos observan esa distancia de poder a la que alude el modelo de Hofstede, y parecen reconocer esa jerarquía como algo inevitable, a la par que injusto.

6. LOS DISCURSOS SOBRE PERIODISMO EN FINLANDIA

Consideramos oportuno contextualizar el análisis de Finlandia partiendo de las apreciaciones realizadas por un sujeto con origen rural cuya vida adulta había transcurrido en Helsinki.

H31-A considera que los finlandeses son personas uniformes, sencillas y un tanto testarudas. Un larga tradición de democracia y de bienestar les hace sentir que la vida es plácida y se dejan envolver por los medios *mainstream* porque estos les ofrecen todo lo que les pueda interesar. Se podría percibir en ocasiones que son personas acríticas respecto a los medios porque no son ciudadanos del mundo, en el sentido de que no están versados en asuntos internacionales. Son personas resistentes al cambio, les cuesta formarse una opinión sobre las cosas y una vez que lo hacen es difícil que cambien de idea.

Este mismo sujeto observa notables diferencias entre las zonas rurales y las urbanas. Describe Helsinki y otras grandes ciudades como islas donde hay una visión *mainstream* de la realidad. En las zonas rurales las personas consumen mucha televisión de los principales canales, pero la información que reciben no les cala porque en realidad solo les interesa la esfera local y sus rutinas diarias. Como ejemplo menciona que en zonas rurales rara vez se ven personas migrantes, a pesar de que este es un tema profusamente tratado en los medios, por lo tanto, la información sobre este colectivo no les interesa.

Centrándonos en nuestro análisis, en el caso finlandés no encontramos referencia al “supersujeto” mencionado por los sujetos españoles. Debemos recordar que en el modelo de Hofstede los finlandeses son individualistas e independientes, frente a los españoles que son colectivistas

y jerárquicos. Los finlandeses no esperan que los demás se preocupen por ellos y solo atienden a su entorno familiar más cercano. No conciben sus relaciones con los demás de manera jerarquizada y se sienten empoderados para expresar sus propias ideas de manera directa. Todos estos motivos, unidos al hecho de que llevan décadas disfrutando de un estado del bienestar con un alto grado de calidad democrática, probablemente influyen en el hecho de que no perciban un supersujeto que los somete del modo en que lo hacen los españoles. Quizá las únicas alusiones comparables en las que los sujetos finlandeses hacían referencia a un supersujeto amenazante era para referirse a los rusos, mencionado de manera espontánea por 8 de los 28 sujetos.

Hemos encontrado abundantes verbalizaciones sobre la confianza que tienen los finlandeses en su sistema mediático en general y en YLE en particular, en las que alababan su independencia, su neutralidad y su pluralidad. YLE es para ellos un emblema nacional, un elemento cohesionador de su identidad. Los sujetos eran conscientes de que Finlandia destaca por su libertad de prensa y por la calidad de su democracia y precisamente por este motivo les costaba digerir la crisis mediática generada por el Primer Ministro. También les preocupaba la imagen que estos hechos proyectaban de su país en el extranjero.

En las entrevistas se ha puesto de manifiesto que estar informados era prioritario para los sujetos y que no concebían el mundo y su vida de otra forma. Valoran la información y saben que estar bien informados como individuos les hace sacar el mayor partido de la sociedad actual. (recordemos que Finlandia es un país individualista). En consecuencia, consideran que también tienen obligaciones en tanto que ciudadanos bien informados. Los sujetos afirmaban informarse a diario y a través de distintas fuentes (televisión, prensa y radio), tanto nacionales como internacionales y en distintos idiomas.

Los sujetos entrevistados creen que los medios ejercen un gran impacto en la ciudadanía. Se sienten reconocidos como ciudadanos por los medios y esto genera en ellos una respuesta positiva, ya que se comportan como tales y adoptan una participación cívica. Las personas entrevistadas aportan ejemplos de cómo el visionado de información periodística de calidad les hace tomar acciones cívicas: ser patrocinador de Unicef,

documentarse mejor sobre un tema, acordarse de votar, llevar ropa reflectante, reciclar mejor, etc. No obstante, también hemos encontrado verbalizaciones de sujetos que se sienten diferentes, por encima del sistema mediático (sobre todo activistas y mayores), ya que su experiencia, su perfil internacional o su mayor capacidad analítica les hace inmunes a los intentos de manipulación que en ocasiones reciben del sistema mediático:

“H64-C: I’m checking before I’m acting.”

“M69-A: I think I’m not a typical Finnish media consumer [...] I think I see behind”.

Los periódicos poseen un peso importante en sus hábitos diarios y ha sido una costumbre nacional estar suscritos a varios y leerlos a diario según los sujetos entrevistados. No obstante, existe una abrumadora y creciente tendencia a consumir la información a través de Internet y se podría decir que los periódicos compiten con los sitios web de los canales de televisión. También se aprecia que la radio sigue estando muy presente en su hábitos informativos diarios.

YLE ocupa un lugar destacado en el sistema mediático finlandés, no solo por sus cualidades objetivas, sino por factores emocionales enunciados por los sujetos. Era (y todavía es en gran medida) toda una tradición en Finlandia ver las noticias de la noche en familia. Para aquellos que están fuera del país, es su forma de estar conectados con sus raíces.

Debemos mencionar que los sujetos percibían claras diferencias entre los medios serios (YLE, el periódico *Helsingin Sanomat* e incluso las noticias de MTV 3) y los periódicos sensacionalistas (ej. *Iltalehti Sanomat*) o las redes sociales.

Algunos sujetos consideraban que YLE y MTV 3 eran comparables en términos de calidad e independencia periodística, pero la mayoría observaba numerosas diferencias. Mientras que YLE se percibía como más rigurosa, más formal (a veces más anticuada), mejor financiada, con más recursos y como la cadena pública, MTV 3 tenía un estilo más americano y estaba más influida por la publicidad y el mundo de los negocios (algo que se disculpaba dada su forma de financiación).

La crisis abierta entre el Primer Ministro y los periodistas de YLE no deja a ningún sujeto indiferente y genera malestar generalizado, decepción e incluso enfado. Algunos opinaron que no era propio de un país como el suyo, aunque tampoco faltaban sujetos (sobre todo conservadores) que disculpaban al Primer Ministro alegando su falta de experiencia política, o inculpando a YLE por haber sobre reaccionado ante unos hechos de poca importancia.

Distintos sujetos de todas las ideologías han demostrado conocer los mecanismos de financiación y organización interna de YLE, así como los distintos conglomerados mediáticos del país.

A pesar de la confianza general, hemos hallado críticas al sistema mediático sobre todo entre sujetos de mayor edad o con perfil activista o de izquierda (H52-SP, M48-A-SP, H31-A, M69-A, H63). Consideran que YLE ofrece una versión mainstream de la realidad del país, tratando de aleccionar de alguna manera a los ciudadanos en cuestiones como por ejemplo las energías renovables, los migrantes o la Unión Europea. A diferencia de España donde, según los ciudadanos, los medios tratan de bloquear la actitud crítica de la ciudadanía para mantener un estatus quo que naturaliza las la desigualdad, en Finlandia, la posible distorsión de la realidad por parte de los medios tendría una intención dinamizadora y concienciadora de la ciudadanía. Sin embargo, algunos sujetos también denunciaron que hay temas de vital importancia para el país que no se cubren en las noticias (como por ejemplo la creciente desigualdad económica y social entre los finlandeses mencionado por H31-A), o que se cubren mal o de manera tendenciosa (migración y refugiados mencionado por H47, H37-A, H31-A, H52-SP, M48-A-SP, y la pérdida de poder adquisitivo de los mayores mencionado por M69-A).

Algunos de estos sujetos incluso señalaron la existencia de censura por parte de YLE y de otros medios a la hora de cubrir noticias como por ejemplo problemas o altercados protagonizados por migrantes. Esgrimen que los medios tradicionales, en su afán por ofrecer una visión utópica de Finlandia o por presiones políticas han dado nula o escasa cobertura a ciertas noticias. Los citados perfiles activistas y los sujetos

de mayor edad observaban en términos generales una tendencia creciente a tratar de controlar los medios por parte del gobierno.

El sujeto H64-C opinaba que en Finlandia había un selecto grupo de empresarios muy poderosos que era intocable y respetado por todos los medios.

A pesar de todo ello, todos los sujetos afirmaban indefectiblemente que si algo serio sucediera en su país acudirían a YLE para informarse, lo que demuestra la resiliencia del sistema mediático finlandés, también la testarudez de los finlandeses puntada por el sujeto H31-A. En línea con esto resulta ilustrativa la apreciación de un sujeto ruso afincado en Finlandia que afirmó que los finlandeses creen en su sistema mediático “casi ciegamente”.

Ello se debe en gran medida a la percepción positiva que poseen los finlandeses de los periodistas. Incluso los más críticos con los medios seguían reconociendo la profesionalidad y neutralidad de los periodistas, centrando sus ataques más bien en los gestores de los medios.

“Q: So what should they do at YLE? What should they do to connect to people's concerns, ideas, and opinions?”

“M48-A-SP: Kick out the boss they have now. Change the boss.”

Aquellos sujetos que percibían un descenso de la calidad periodística la achacaban al declive generalizado del estado del bienestar en Finlandia. Eran conscientes de que los periodistas están cada vez más sujetos a presiones políticas y a la precarización del trabajo, de ahí el origen de las posibles deficiencias.

Algunos sujetos (H64-C, H63, H31-A, H25) expresaron que en ocasiones los periodistas tenían demasiado peso en los informativos produciéndose debates entre periodistas en lugar de entrevistas con verdaderos expertos. Sobre todo, los sujetos activistas decían no necesitar la labor de mediación de los periodistas y se sentían capacitados para analizar por sí mismos los datos objetivos. Se sentían empoderados y con competencia mediática suficiente, en cierta medida por encima del sistema de medios.

La sujeto M56-A narró cómo desde su punto de vista la profesión periodística era tradicionalmente de izquierdas por haberse formado en universidades de esta misma inclinación política. Este era en parte el origen de la falta de entendimiento y las tensiones entre el Primer Ministro y las tensiones con YLE.

7. CONCLUSIONES

A la luz de los resultados podemos concluir que existe una alineación entre las características de los modelos mediáticos de Hallim y Mancini representados por España y Finlandia (democrático corporativo y pluralista polarizado, respectivamente) y los datos empíricos (narrativas de receptores) que hemos recopilado y analizado en este estudio.

De modo exploratorio, hemos contemplado en nuestro análisis además, dos del total de seis dimensiones identificadas por Hofstede en su modelo de análisis cultural, concretamente, la distancia al poder (que indica si una sociedad está jerarquizada o no) y la de individualismo-colectivismo (que determina en qué medida las personas se sienten identificadas con un grupo determinado). Hemos encontrado indicios de los motivos por los que determinados fenómenos como la existencia de un supersujeto dominante en las narrativas de los receptores españoles no están presentes en los usuarios finlandeses. Además de que la calidad democrática de Finlandia y la independencia de su sistema mediático son superiores a las de España, existe un sesgo cultural por el que a los finlandeses les resulta difícil imaginar una jerarquía en la que alguien trata de controlarlos. Simplemente la jerarquía no está en sus esquemas mentales culturales.

La otra cuestión importante que hemos intuido es que el individualismo característico del finlandés tiene mucho que ver con sus hábitos mediáticos y, por ende, con su competencia mediática. El finlandés se siente prácticamente solo (a penas le acompañan sus familiares más cercanos), por lo que debe estar debidamente informado para sacar el máximo partido de la sociedad. Es una cuestión de supervivencia y en cierta medida de responsabilidad cívica.

Como se ha expuesto, las dosis de confianza en los medios por parte de los ciudadanos finlandeses se encuentran entre las más altas de Europa, a pesar de los vaivenes económicos y políticos de la última década y de la crisis entre el Primer Ministro y los periodistas de YLE en 2017.

No obstante, a la luz de nuestros datos, consideramos que en el momento de realizar las entrevistas sí existía una brecha en la confianza de los ciudadanos en el sistema mediático de Finlandia. Se trataba de algo que les costaba reconocer, que les enfadaba y que casi podríamos decir que les avergonzaba porque consideraban que la libertad de prensa y la calidad democrática son pilares fundamentales de su nación. También es cierto que, a pesar de reconocer la brecha de confianza, no contemplaban otra posibilidad que seguir informándose a través de YLE, lo que apoya los argumentos de resiliencia del sistema mediático finlandés identificados por Karpinnen y Ala-Fossi (2018). Asimismo, encontramos que en dicha resiliencia se evidencia también un rasgo cultural de testarudez de los finlandeses mencionado por el sujeto H31-A, además de una vinculación emocional de los finlandeses con YLE.

Podríamos decir que en cierta medida parte del éxito del florecimiento de Finlandia como nación se debe al papel desempeñado por YLE que algunos sujetos han calificado de *mainstream* y forjador de utopías, y en el que el canal más que representar la realidad ha marcado una hoja de ruta en los temas clave para el país. En este sentido, mientras que los medios públicos en Finlandia son movilizadores y motor de la ciudadanía, en España se sienten como paralizantes y promotores de un *status quo* de desigualdad. A pesar de ello, también debemos mencionar que en su afán por contribuir a conciencia a la ciudadanía en temas clave (migración, UE, energías renovables, etc.) o por presiones políticas, los medios en Finlandia podrían estar incurriendo en fallos de representación, en un alejamiento del sentir de la ciudadanía, en cierta autocensura para tratar cuestiones que para algunos sujetos sobre todo activistas y mayores eran fundamentales como el declive del estado del bienestar y la creciente desigualdad económica y social.

Consideramos también que la metodología cualitativa de esta investigación favorecía la verbalización de críticas que en una encuesta al uso probablemente no se habrían detectado.

8. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

Esta investigación forma parte del proyecto de I+D+i Dinámicas de relación ante el cambio social: Contextos, Contenidos, Productores, Público y Prodsuuarios en las Noticias de Tve e YLE (2013-2017). IP: María Lamuedra y Manuel Ángel Vázquez Medel. Ref. CSO2013-45470-R. Ministerio de Economía y Competitividad.

9. REFERENCIAS

- Alonso, E., Broullón-Lozano, M. A., & Lamuedra-Graván, M. (2016). Análisis empírico de las dinámicas de remediación entre televisión e internet en España: discursos de receptores. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 179-196. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1090
- Arboledas, L. (2009). Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 909-925. DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-870-909-925
- Blanchet, T., Chancel, L., & Gethin, A. (2019). *How Unequal Is Europe? Evidence from Distributional National Accounts, 1980-2017*. WID. world working paper, 6.
- Broullón-Lozano, M. A., & Lamuedra Graván, M. (2020). Digital Technologies and the Public Sphere in Spain: Spatial Metaphors, Viewers' Perceptions and Demands in Light of the Democratic Challenge (2014–2017). *Journalism and Media*, 1(1), 92-107. DOI: 10.3390/journalmedia1010007.
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., & Castro, L. (2014). Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems. *Journal of Communication*, 64(6), 1037-1065. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcom.12127>
- Bustamante, E. (2006). *Radio y televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia* (Vol. 24). Gedisa.
- Bustamante, E. & Corredor, P (2012). La política audiovisual de los gobiernos de Zapatero: balance de la Segunda Legislatura. En M. Lamuedra Graván (coord.), *El futuro de la televisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía* (pp. 61-86).
- Callejo, Javier. (2002). "Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación". *Revista Española de Salud Pública*, 76 (5): 409–422.

- De la Sierra, A. & M. Mantini / Mediadem (2011). *Does Media policy promote media freedom and independence? The case of Spain*. Informe Mediadem.
- Esser, F. & B. Pfetsch (2004). Meeting the challenge of global communication and political integration: The significance of comparative research in a changing world. En F. Esser and B Pfetsch (eds), *Comparing political communication: Theories, cases and challenges* (pp.384-411). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Hallin, D. & P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2010). *Western media systems in comparative perspective. Mass Media and Society*. Londres: Arnold.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: Sage.
- 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 Graván, M., Mateos, C., & Broullón-Lozano, M. A. (2020). The role of public service journalism and television in fostering public voice and the capacity to consent: An analysis of Spanish viewers' discourses. *Journalism*, 21(11), 1798-1815. DOI:10.1177/1464884919847593
- Lamuedra, M., Martín, C. M., & Broullón-Lozano, M. A. (2019). Normative and Audience Discourses on Public Service Journalism at a "Critical Juncture": the Case of TVE in Spain. *Journalism Studies*, 20(11), 1528-1545. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1528880
- Masip, P., Ruiz, C., & Suau, J. (2017). Monitoring media pluralism in Europe: application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey: Country Report: Spain.
- 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.
- Nielsen, R. K., & Linnebank, G. (2011). Public support for the media: A six-country overview of direct and indirect subsidies.