

# MONITORIZANDO EL PLURALISMO MEDIÁTICO EN LA UNIÓN EUROPEA

## RESULTADOS DEL MPM 2025

Informe país : España

Jaume Suau Martínez, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

Pablo Capilla García, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

David Puertas Graell, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

Lidia Cordero Triay, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

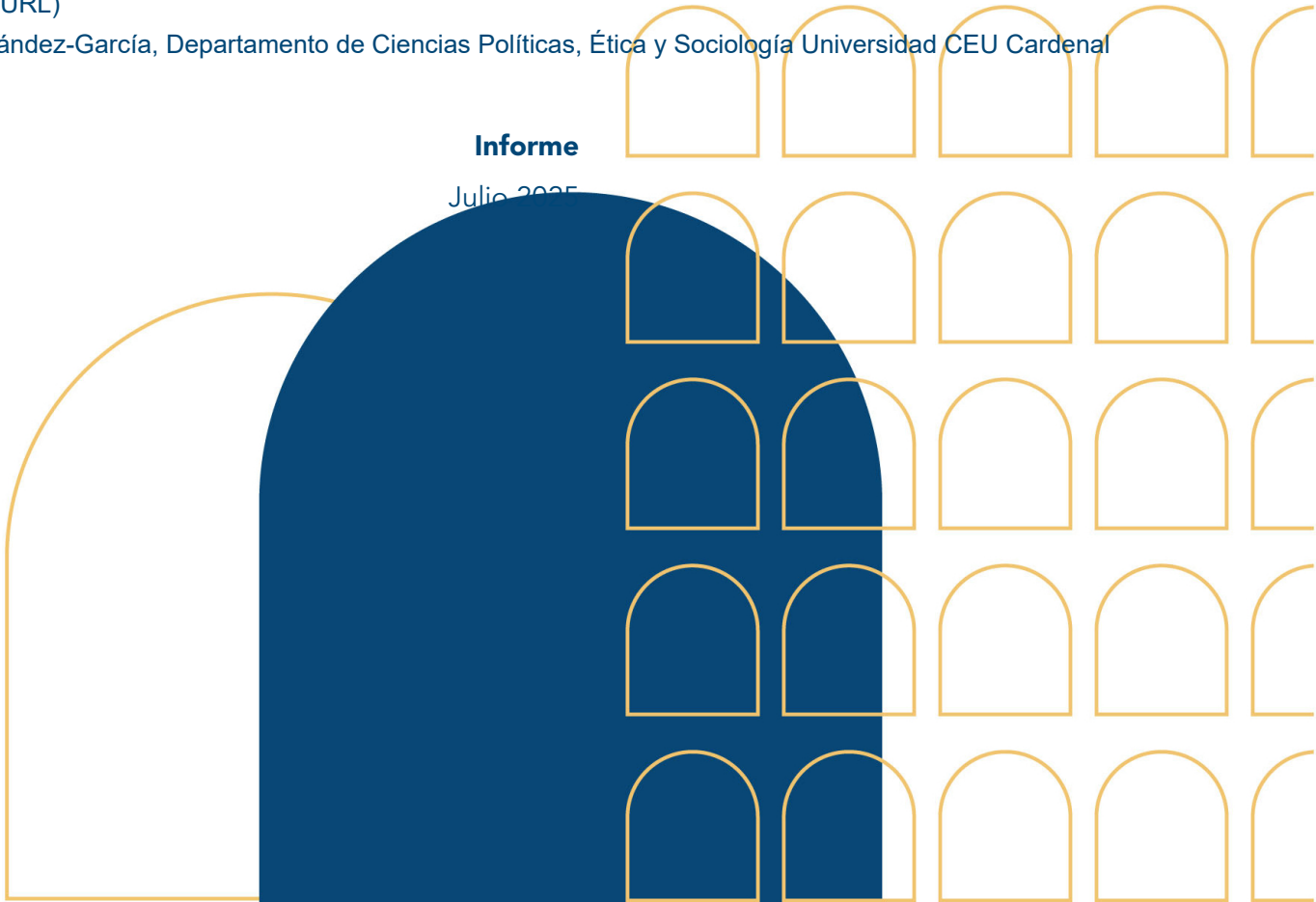
Elena Yeste Piquer, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

Miguel F. Santos Silva, Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)

Nuria Hernández-García, Departamento de Ciencias Políticas, Ética y Sociología Universidad CEU Cardenal Herrera

**Informe**

Julio 2025



# INDICE TEMATICO

<b>1. Nota del equipo del MPM</b>	<b>4</b>
<b>2. Results snapshot</b>	<b>6</b>
<b>3. Resultados de la recogida de datos: evaluación de los riesgos para el pluralismo de los medios</b>	<b>11</b>
3.1. Protección Fundamental	12
3.2. Pluralidad de mercado	21
3.3. Independencia política	29
3.4. Inclusión social	36
<b>4. Observatorio EMFA – Año 1: Antes de la implementación</b>	<b>43</b>
<b>5. Referencias</b>	<b>47</b>
<b>6. Notas</b>	<b>50</b>
<b>7. Metodología del MPM</b>	<b>51</b>
<b>Apéndice I. Equipo país</b>	
<b>Apéndice II. Grupo de Expertos</b>	

© European University Institute 2025 Editorial matter and selection © Jaume Suau, Pablo Capilla García, David Puertas Graell, Lidia Cordero Triay, Elena Yeste Piquer, Miguel F. Santos Silva, Nuria Hernández-García, 2025

Esta obra está licenciada bajo la licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0 (CC-BY 4.0), la cual regula los términos de acceso y reutilización del contenido. En caso de ser citada o reproducida, se deberá hacer referencia al nombre completo del/de los autor(es), editor(es), título, serie y número, año y editorial correspondiente.

Las opiniones expresadas en esta publicación reflejan exclusivamente el punto de vista de los autores individuales y no representan necesariamente la posición del Instituto Universitario Europeo.

Publicado por el Instituto Universitario Europeo (EUI)

Via dei Roccettini 9, I-50014 San Domenico di Fiesole (FI), Italia

ISBN: 978-92-9466-713-7

doi: 10.2870/9200414



**Co-funded by  
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or EACEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

## 1. Nota del equipo del MPM

El **Media Pluralism Monitor** experimentó transformaciones significativas en 2025. En primer lugar, la evaluación de riesgos se amplió de un sistema de tres niveles —riesgo bajo, medio y alto— a un sistema de seis niveles, de la siguiente manera:

- **Riesgo muy bajo** (puntuación redondeada entre 0 % y 16 %, inclusive) – representado en **verde**
- **Riesgo bajo** (puntuación redondeada entre 17 % y 33 %, inclusive) – representado en **verde claro**
- **Riesgo medio-bajo** (puntuación redondeada entre 34 % y 50 %, inclusive) – representado en **amarillo**
- **Riesgo medio-alto** (puntuación redondeada entre 51 % y 66 %, inclusive) – representado en **naranja**
- **Riesgo alto** (puntuación redondeada entre 67 % y 83 %, inclusive) – representado en **rojo**
- **Riesgo muy alto** (puntuación redondeada entre 84 % y 100 %, inclusive) – representado en **burdeos**

La adopción del sistema de seis niveles tuvo como objetivo ofrecer una evaluación más detallada del riesgo para el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación. Esta mayor granularidad también pretende facilitar la transición de un modelo de reporte basado en porcentajes a uno basado en bandas de riesgo, lo cual permite una mayor comparabilidad a lo largo del tiempo, considerando los cambios constantes en el cuestionario del MPM.

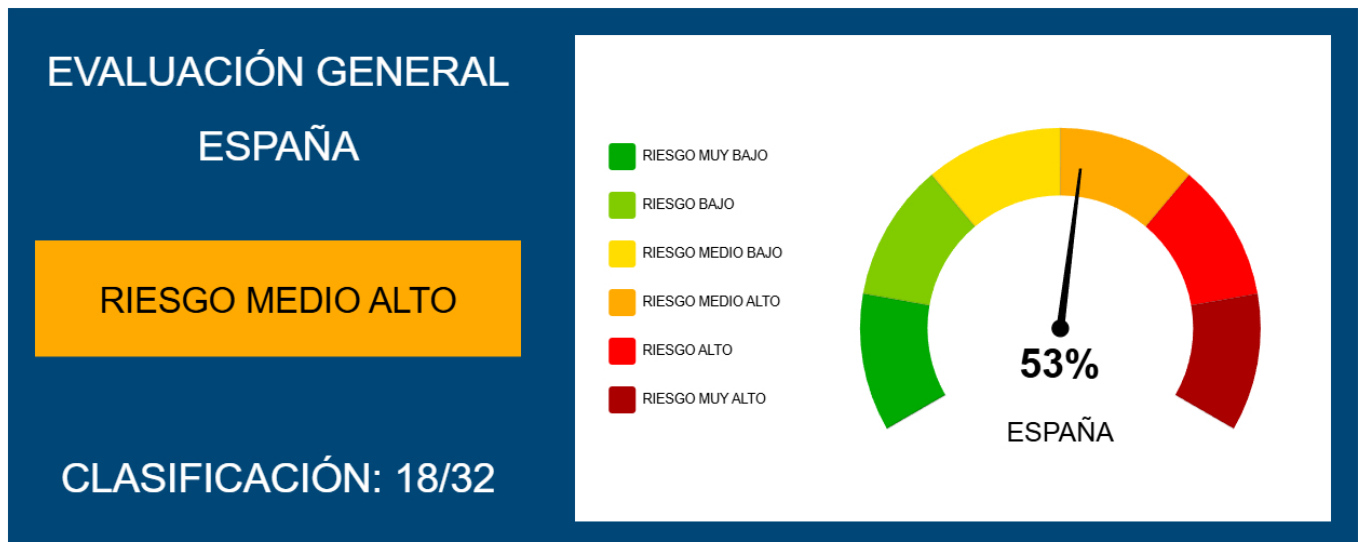
Asimismo, la estructura del informe del MPM fue modificada. Actualmente, el informe se compone de tres partes:

- **Resumen de resultados** – proporciona un resumen ejecutivo de los riesgos para el pluralismo y la libertad de los medios en el país analizado.
- **Resultados en profundidad** – ofrece un análisis más detallado de los resultados del MPM por área temática, incluyendo recomendaciones específicas para cada país.
- **Observatorio EMFA – Año 1: Antes de la implementación** – presenta un resumen de la evaluación de riesgos en temas específicos alineados con el contenido de la **Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación (European Media Freedom Act, EMFA)**, que entrará plenamente en vigor en los Estados miembros de la Unión Europea en agosto de 2025. La mayoría de los estándares mencionados en la EMFA ya se venían monitoreando en ediciones anteriores del MPM. Esta sección tiene como propósito incrementar su visibilidad.

Para conocer los cambios específicos en el cuestionario, por favor consulte la Parte 6 – **Metodología MPM**.

Para cada edición del MPM, el **CMPF** actualiza y ajusta el cuestionario teniendo en cuenta la evolución del ecosistema informativo y mediático, la disponibilidad de nuevos datos, así como la evaluación periódica de la herramienta tras su implementación. Los cambios metodológicos se explican en el sitio web del CMPF: <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>.

## 2. Results snapshot



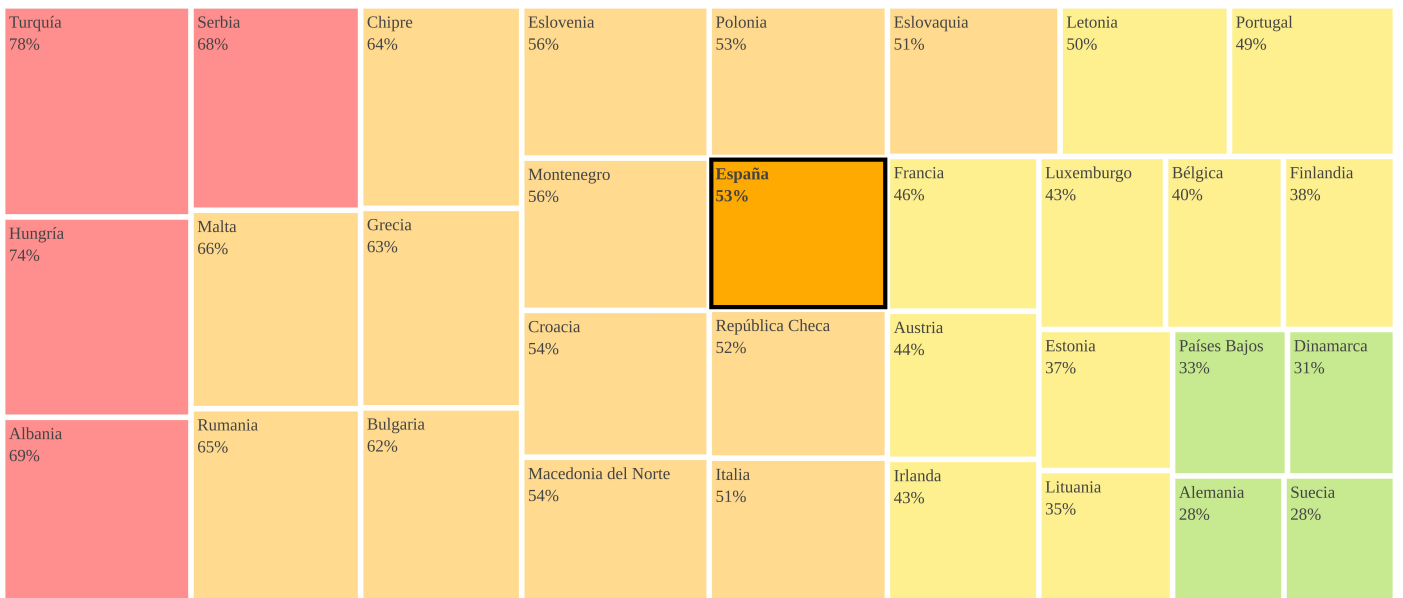
©2025 CMPF

En 2024, España experimentó importantes acontecimientos políticos caracterizados por un gobierno de coalición liderado por el presidente Pedro Sánchez, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), con el apoyo de partidos regionales, entre ellos Junts per Catalunya. Un evento central fue la aprobación en mayo de una ley de amnistía relacionada con el referéndum de independencia de Cataluña de 2017, que generó un considerable debate público y protestas a nivel nacional, reflejando las persistentes divisiones sociales en cuestiones territoriales. A nivel internacional, España reconoció el Estado de Palestina en mayo, en línea con movimientos similares de otras naciones europeas, lo que provocó tensiones diplomáticas con Israel. Además, el gobierno fue objeto de escrutinio debido a investigaciones sobre presunta corrupción vinculada a familiares del presidente del Gobierno, acusaciones que Sánchez describió como políticamente motivadas. A pesar de estos desafíos, Sánchez mantuvo su liderazgo dentro del PSOE, reafirmado durante el congreso federal del partido en noviembre.

El panorama mediático español muestra un progreso desigual en comparación con 2023. A pesar de leves mejoras en la protección del derecho a la información, otras áreas, como las leyes de difamación, la falta de medidas anti-SLAPP, las preocupaciones sobre la privacidad y la ausencia de una estrategia nacional contra la desinformación, han empeorado. España introdujo varias iniciativas legales y regulatorias que afectan a la libertad de expresión y de los medios. Notablemente, el gobierno anunció un Plan de Acción para la Democracia con el objetivo de revisar partes del Código Penal para alinearlas mejor con los estándares del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre libertad de expresión, aunque las medidas específicas aún no han sido detalladas ni debatidas en el Parlamento. Esto incluyó la creación de un registro de medios obligatorio gestionado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), destinado a aplicar el Reglamento (UE) 2024/1083 relativo a la transparencia de la propiedad de los medios y el control de las subvenciones públicas. Sin embargo, este registro actualmente no exige la divulgación de la propiedad última de los medios, lo que suscita dudas sobre su eficacia. Además, el gobierno aprobó el **Real Decreto-Ley 444/2024, creando un Registro Estatal de Servicios de Comunicación Audiovisual**, aunque este registro excluye a los medios digitales, complicando aún más la transparencia en el sector digital. España también transpuso la Directiva (UE) 2022/2523 que garantiza un tipo impositivo mínimo del 15 % para las empresas multinacionales, lo que podría afectar a las principales plataformas en línea. Asimismo, el gobierno anunció planes para reformar la **Ley de Publicidad Institucional**, con el objetivo de mejorar la equidad y la transparencia en la asignación de fondos de publicidad pública, aunque los detalles aún no se han especificado. Por último, el **Real Decreto 444/2024** introdujo **nuevas regulaciones para los influencers de redes sociales**, exigiéndoles que

identifiquen claramente el contenido publicitario y se registren en la CNMC, aunque el cumplimiento seguía siendo limitado al final del año.

En 2024, España introdujo medidas regulatorias clave que afectan a la independencia política de los medios, en particular la implementación del nuevo Reglamento Europeo (2024/1083), destinado a mejorar la transparencia en la propiedad de los medios y los intereses económicos. Además, el gobierno promulgó una controvertida reforma a través de un **Real Decreto-Ley, modificando el proceso de nombramiento del consejo de administración de RTVE**. La reforma mantuvo la mayoría de dos tercios para los nombramientos iniciales, pero permitió una mayoría parlamentaria simple (176 votos) en las rondas posteriores, lo que generó una gran preocupación en los consejos de informativos de RTVE por el aumento de la influencia política. Sin embargo, no se adoptó ninguna nueva legislación para limitar específicamente la influencia política indirecta en los medios privados a través de la publicidad institucional o la asignación de licencias, ni para garantizar la transparencia de la publicidad política en las campañas en línea. Por último, en agosto de 2024 se promulgó una importante legislación sobre igualdad de género, en particular la **Ley Orgánica 2/2024, que exige la representación paritaria de género**, aunque su cumplimiento en las organizaciones de medios sigue siendo irregular, y muchas no han adoptado los planes de igualdad requeridos ni han logrado una representación de género equilibrada en los puestos de dirección.



©2025 CMPF

## PROTECCIÓN FUNDAMENTAL

RIESGO MEDIO BAJO

El área de **Protección Fundamental** se situó en la franja de riesgo medio-bajo. Los puntos clave incluyen:

- La protección fundamental se deterioró en general, con la continua penalización de la difamación, la ausencia de leyes anti-SLAPP y el aumento de las amenazas físicas y en línea contra los periodistas.
- El Gobierno anunció un plan para revisar las ambiguas disposiciones del Código Penal sobre difamación e injurias, pero aún no ha proporcionado detalles específicos ni ha habido un debate parlamentario.

- La Ley 4/2015, que exige autorización antes de publicar imágenes de la policía, sigue sin abordarse a pesar de las críticas, junto con las preocupaciones sobre el proyecto de Ley de Información Clasificada que restringe el periodismo de investigación.
- La Ley Orgánica 3/2018 no aclaró la relación entre la privacidad y la libertad de expresión, lo que ha contribuido al aumento de las demandas SLAPP contra periodistas.
- Las autoridades públicas no revelan las solicitudes de moderación de contenido, y las principales plataformas en línea no proporcionan detalles específicos por país sobre dichas solicitudes.
- España carece de una estrategia nacional para combatir eficazmente la desinformación y la injerencia extranjera.
- A pesar de haber transpuesto la Directiva (UE) 2019/1937 a la legislación española, persisten las preocupaciones sobre su alcance limitado, la discriminación contra los denunciantes anónimos y la falta de concienciación pública.
- Las crecientes presiones económicas, editoriales y físicas, dirigidas especialmente a las mujeres periodistas, socavan la independencia periodística y la confianza del público en los medios.

## PLURALIDAD DEL MERCADO

**RIESGO ALTO**

El área de **Pluralidad del Mercado** se situó en la franja de riesgo alto. Los puntos clave incluyen:

- El Gobierno anunció su intención de implementar medidas para promover la transparencia de los medios, incluyendo la creación de un registro de medios con información sobre la propiedad de los mismos y la inversión publicitaria, en aplicación del Reglamento (UE) 2024/1083.
- Los niveles de concentración de audiencia se mantienen por encima del 75 % en televisión, radio y prensa. La concentración de la propiedad de los medios también superó el 75 % en radio y prensa, únicos sectores con información disponible. El Gobierno reconoció la necesidad de revisar las regulaciones existentes sobre concentración de medios.
- La falta de información fiable sobre el sector específico de los medios digitales, que ni siquiera está definido como tal, se confirma un año más. La falta de información oficial y sistemática es también un problema para el sector de la prensa y, en menor medida, para el sector audiovisual.
- Los medios tradicionales, a excepción de la radio, continuaron perdiendo ingresos por publicidad, mientras que los ingresos alternativos (branded content, suscripciones, etc.) prosiguieron su tendencia al alza. Sin embargo, las fuentes de ingresos alternativas aún no compensan la caída de los ingresos publicitarios.
- Continuaron las investigaciones judiciales y del regulador de la competencia (CNMC) contra las grandes plataformas en línea (Google y Meta) por sospechas de comportamiento desleal, particularmente en el mercado de la publicidad digital. En 2024, se firmó el primer acuerdo entre un grupo mediático (PRISA) y OpenAI para el uso de noticias.

- El Gobierno reguló la actividad de los creadores de contenido en plataformas digitales. A partir de este año, deben inscribirse en un registro estatal. Sin embargo, a finales de año, solo una proporción muy pequeña del número total de creadores de contenido que se estima que existen en España se había inscrito en dicho registro.

## INDEPENDENCIA POLÍTICA

RIESGO MEDIO BAJO

El área de **Independencia Política** se situó en la franja de riesgo medio-bajo. Los puntos clave incluyen:

- No existe ningún requisito legal que obligue a los medios a declarar sus intereses económicos o políticos, lo que complica la detección de posibles influencias políticas o conflictos de intereses.
- La legislación española carece de regulaciones específicas que impidan el control político directo o indirecto sobre los medios privados, especialmente a través de la publicidad institucional y los procesos de adjudicación de licencias de televisión.
- A pesar de los códigos de autorregulación existentes, su aplicación efectiva sigue siendo débil, lo que deja las decisiones editoriales susceptibles a presiones políticas y económicas, particularmente en los medios públicos.
- Una controvertida reforma de 2024 del proceso de nombramiento del consejo de administración de RTVE —que permite una mayoría parlamentaria simple en las rondas posteriores— ha aumentado el temor a la injerencia política y ha comprometido la independencia editorial.
- España sigue siendo el único país de la UE sin un consejo audiovisual nacional, lo que limita la supervisión eficaz de la influencia política y el pluralismo de los medios.
- La legislación electoral vigente (LOREG) no garantiza la igualdad de oportunidades ni la transparencia para los partidos políticos en las campañas en línea, al carecer de normas claras sobre la declaración de gastos y el uso de datos personales.

## INCLUSIÓN SOCIAL

RIESGO MEDIO ALTO

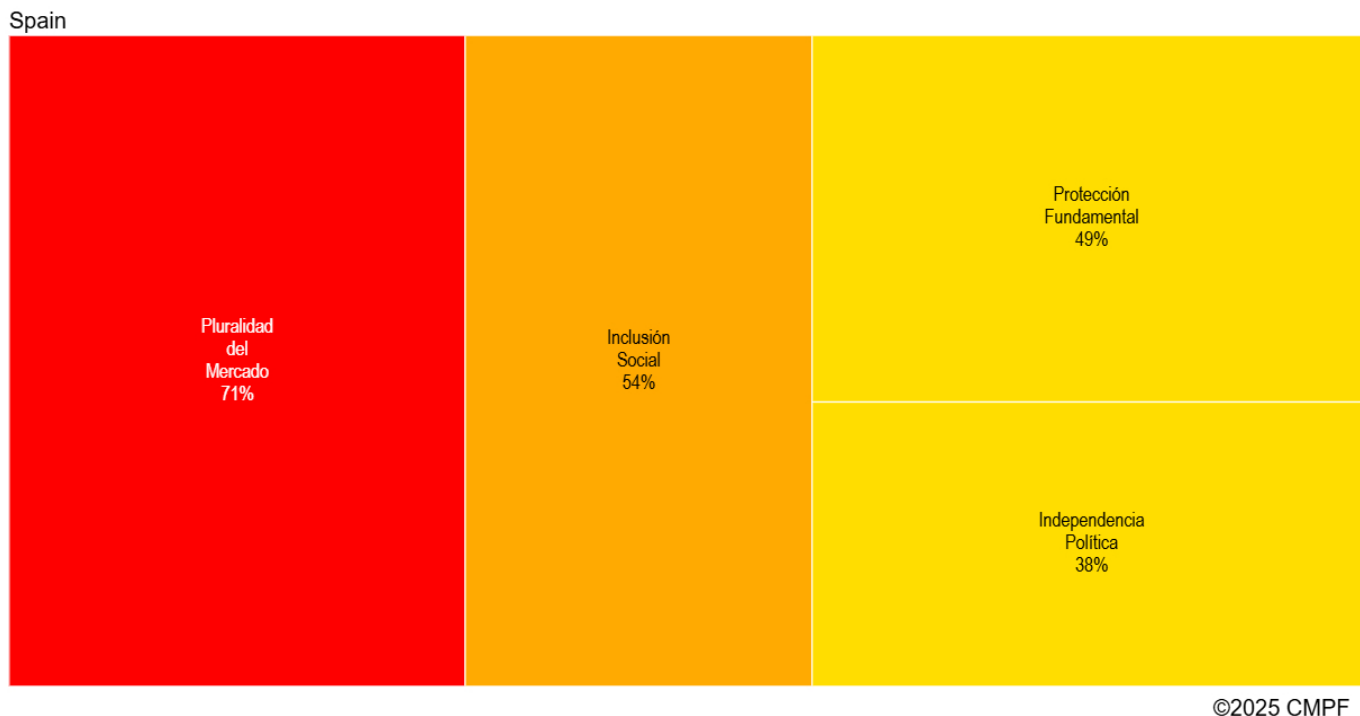
El área de **Inclusión Social** se situó en la franja de riesgo medio-alto. Los puntos clave incluyen:

- Existen brechas persistentes en la representación mediática equitativa de los grupos marginados, especialmente de las minorías lingüísticas y comunidades como el pueblo gitano, exacerbadas por la negación del estatuto de minoría nacional por parte del Gobierno.
- A pesar de su reconocimiento legal desde 2010 y su reafirmación en 2019, los medios comunitarios todavía carecen de espectro radioeléctrico reservado y de mecanismos de financiación específicos, y

siguen siendo vulnerables debido a la negligencia administrativa.

- A pesar de una legislación sólida, incluida la nueva Ley Orgánica 2/2024 para la igualdad de género, las organizaciones de medios van a la zaga en su cumplimiento, con una representación inadecuada de las mujeres en puestos de dirección y una aplicación insuficiente de la perspectiva de género en los contenidos.
- Las actuales reformas educativas (LOMLOE) incorporan la alfabetización mediática en los planes de estudio, pero su implementación sigue siendo fragmentada y depende de iniciativas esporádicas de financiación y formación.

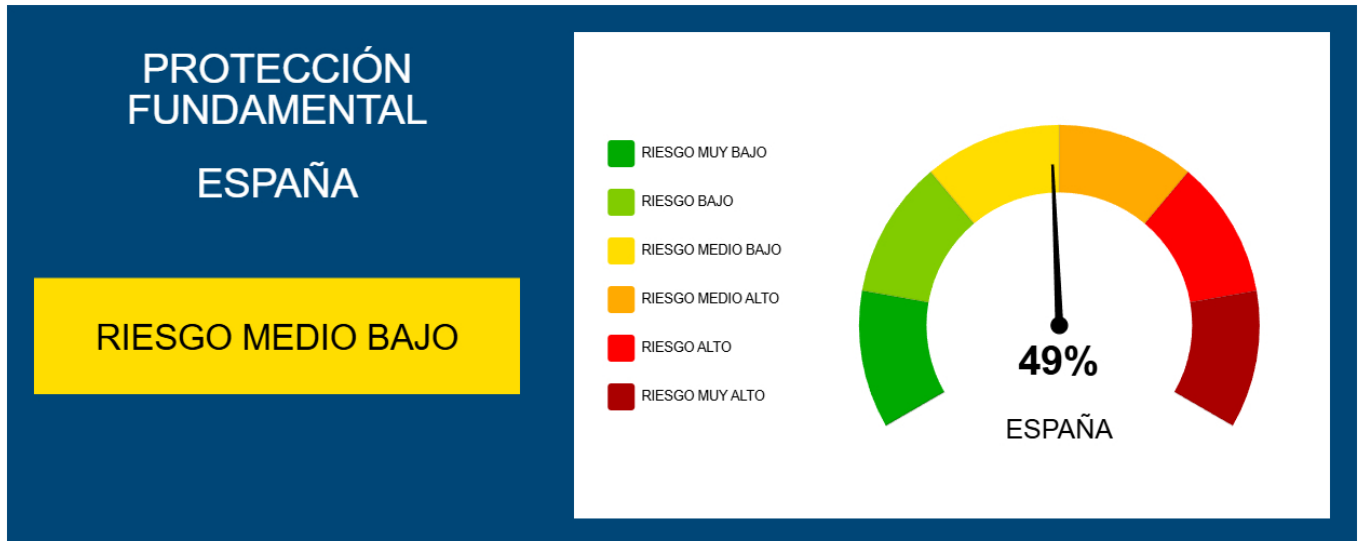
### 3. Resultados de la recogida de datos: evaluación de los riesgos para el pluralismo de los medios



En 2024, el panorama del pluralismo de los medios en España presenta resultados dispares. La **Pluralidad del Mercado** plantea el riesgo más alto, debido principalmente a una significativa concentración de la propiedad de los medios, especialmente en televisión, radio y prensa; a la falta de transparencia en dicha propiedad (sobre todo en los medios digitales); y a una regulación inadecuada de la independencia editorial frente a las presiones comerciales. La **Inclusión Social** se mantiene en un riesgo medio-alto, caracterizado por brechas persistentes en la representación de comunidades marginadas como las minorías lingüísticas y el pueblo gitano, una implementación insuficiente de la legislación sobre igualdad de género y esfuerzos incompletos en la educación sobre alfabetización mediática. La **Protección Fundamental** se evalúa con un riesgo medio-bajo, reflejando desafíos continuos como la penalización de la difamación, la ausencia de medidas anti-SLAPP, la protección insuficiente de los periodistas (en particular de las mujeres) y la falta de transparencia y estrategia en la moderación de contenidos en línea y la desinformación. Por último, la **Independencia Política** registra un riesgo medio-bajo, con preocupaciones centradas principalmente en la falta de regulaciones específicas para prevenir el control político indirecto sobre los medios, la debilidad de los mecanismos de autorregulación y los recientes y controvertidos cambios en la estructura de gobierno de RTVE que amenazan con aumentar la influencia política.

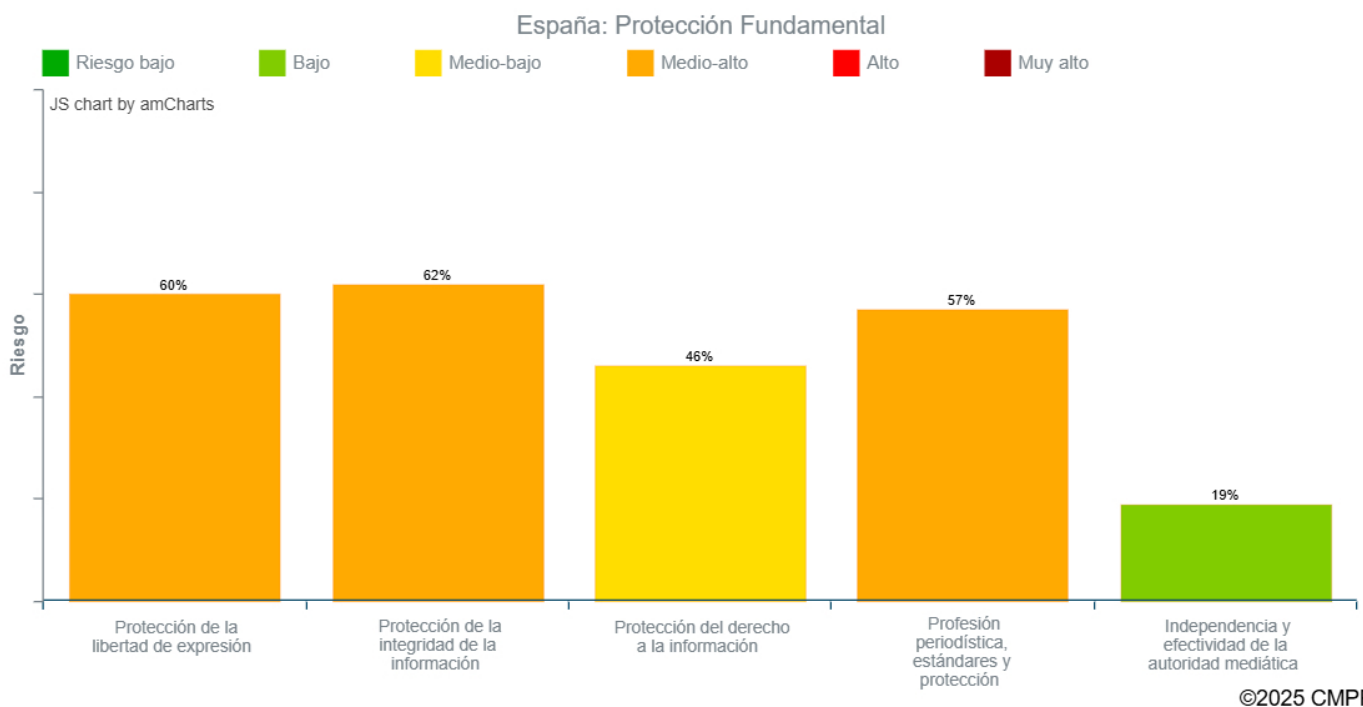
### 3.1. Protección Fundamental

El área de **Protección Fundamental** considera las condiciones necesarias para garantizar el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación, a saber: la existencia de salvaguardias regulatorias eficaces para proteger la libertad de expresión; el derecho a buscar, recibir y difundir información confiable y precisa; condiciones favorables para el ejercicio libre e independiente del periodismo; y la presencia de autoridades reguladoras nacionales independientes y eficaces.



©2025 CMPF

Como en años anteriores, el área de **Protección Fundamental** sigue estando en una zona de riesgo medio, aunque este año se evalúa como de riesgo medio-bajo. Aun así, es necesario destacar varios asuntos.



Todos los indicadores se encuentran en una posición de riesgo medio-alto, con la única excepción de la **Protección del derecho a la información** y la **Independencia y eficacia de la autoridad reguladora nacional**. La difamación sigue siendo un delito penal en España, sin una legislación específica contra las

demandas abusivas (SLAPP) ni salvaguardias contra litigios abusivos. La Ley Orgánica 3/2018, que adapta la legislación española de protección de datos al Reglamento (UE) 2016/679, no abordó el equilibrio entre la privacidad y la libertad de expresión, dejando esta cuestión en manos de los tribunales nacionales. Además, las autoridades públicas no están obligadas a informar sobre solicitudes de moderación de contenidos o gestión del tráfico a las plataformas y proveedores de servicios de internet. El gobierno a menudo incumple las resoluciones en materia de transparencia, y los periodistas enfrentan desafíos como la falta de independencia editorial, malas condiciones laborales y un aumento del acoso y los ataques. Por el momento, no existe una estrategia nacional para combatir la desinformación.

## PROTECCIÓN DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

RIESGO MEDIO ALTO

La libertad de expresión e información está reconocida explícitamente como un derecho fundamental en la Constitución Española, lo que le otorga una protección especial. Esta protección permite a los ciudadanos acceder a recursos legales si sus derechos son vulnerados y recurrir al Tribunal Constitucional. Tal como establece el artículo 20.2, este derecho no puede ser objeto de censura previa. Cualquier acto de censura por parte de empleados públicos constituye una infracción según el artículo 538 del Código Penal, al violar principios constitucionales. Además, el último párrafo del artículo 20.1 protege los derechos de los profesionales de la información a invocar la cláusula de conciencia y el secreto profesional. La cláusula de conciencia está regulada específicamente por la Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, que detalla los derechos de los profesionales de la información en este ámbito. Sin embargo, el derecho al secreto profesional carece de una ley orgánica correspondiente. Como se ha mencionado en informes anteriores, la falta de claridad de varias disposiciones del Código Penal impone restricciones arbitrarias e injustificadas a la libertad de expresión. Estas disposiciones aún no han sido abordadas. Otras amenazas a la libertad de expresión que deben ser tratadas incluyen la reforma de la Ley 4/2015 de protección de la seguridad ciudadana, también conocida como 'ley mordaza', y la revisión de algunas disposiciones del anteproyecto de ley de información clasificada.

### Cuestiones que requieren especial atención:

- **La criminalización de la difamación y la falta de claridad de varias disposiciones del Código Penal.**

En septiembre de 2024, el Gobierno anunció un Plan de Acción para la Democracia que incluiría, entre otras cosas, un conjunto de medidas destinadas a proteger los derechos a la libertad de expresión y una revisión de algunos artículos del Código Penal "para garantizar que la regulación de los delitos que puedan afectar al derecho a la libertad de expresión esté en consonancia con la doctrina del Tribunal Europeo de Derechos Humanos y con los países de nuestro entorno" (Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, 2024). Por el momento, las medidas concretas aún no se han hecho públicas y el plan no ha sido debatido en el Parlamento.

Se ha prestado especial atención a los siguientes artículos: **Artículos 205-216**, que regulan las injurias y calumnias; **Artículos 492-494**, relativos a las injurias a la Corona; **Artículo 496**, que aborda las injurias a las Cortes Generales o a los parlamentos autonómicos; **Artículo 504**, que criminaliza las injurias y calumnias contra el Gobierno y otras instituciones; **Artículo 556**, que se refiere a la falta de respeto a la autoridad; **Artículo 543**, que penaliza los ultrajes a España y sus símbolos; **Artículos 524 y 525**, que tratan las ofensas a los sentimientos religiosos; y **Artículo 510**, relativo a los delitos de odio. Además de

criminalizar la calumnia y la difamación, la redacción del Código Penal español resulta vaga y ambigua a la hora de definir estos conceptos. Esta ambigüedad resulta especialmente preocupante en los delitos dirigidos contra autoridades públicas, incluida la Corona, las Cortes Generales y el Parlamento de la Iglesia. Esta falta de concreción amenaza la confianza de la ciudadanía en la ley.

- **Restricciones arbitrarias a periodistas: La “ley mordaza” y el anteproyecto de ley de información clasificada**

La Ley 4/2015 de seguridad ciudadana, conocida como “ley mordaza”, aprobada en 2015, restringe la libertad de expresión en España, especialmente al limitar la capacidad de los periodistas para informar sobre protestas y actuaciones policiales. Una disposición polémica, el artículo 36.23, exige que los periodistas obtengan autorización previa antes de publicar imágenes de agentes de policía en el ejercicio de sus funciones. A pesar de las reiteradas peticiones de reforma, el Parlamento español aún no ha abordado estas preocupaciones, dejando incierto el futuro de la ley. El anteproyecto de Ley de Información Clasificada (Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática, 2022) representa una amenaza para la libertad de expresión al imponer sanciones severas a periodistas que revelen información clasificada, incluso cuando dicha información sea de interés público. Asociaciones de periodistas como la FAPE y la APM sostienen que el texto es demasiado vago y podría obstaculizar el periodismo de investigación. El anteproyecto carece de definiciones claras, lo que dificulta distinguir entre la “seguridad nacional” y la información de interés público. En su Informe sobre el Estado de Derecho 2024, la Comisión Europea también expresó su preocupación, instando a España a reformar su Ley de Secretos Oficiales para ajustarse a los estándares europeos sobre acceso a la información.

- **Demandas Estratégicas contra la Participación Pública (SLAPP)**

Las SLAPP (Strategic Lawsuits Against Public Participation, por sus siglas en inglés) representan una amenaza creciente para la libertad de expresión en España, con el objetivo de intimidar o silenciar a críticos de entidades poderosas, en particular a periodistas. Estas demandas frívolas agotan los recursos de los demandados mediante largos procesos judiciales. España se encuentra entre los países de la UE con mayor número de casos SLAPP, que a menudo implican acusaciones de delitos de odio o ofensas a los sentimientos religiosos. Según el Monitor de Respuesta Rápida sobre Libertad de Prensa y Medios, se han registrado 6 casos de demandas SLAPP contra periodistas en España durante 2024. En todos estos casos, los periodistas fueron demandados por difamación (Malta Today, 2024), revelación de secretos (elDiario.es, 2024), divulgación de datos privados (Diario Red, 2024), calumnias e injurias (La Vanguardia, 2024; Público, 2024) y delitos de odio (El Nacional, 2024).

- **Privacidad y libertad de expresión**

La Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, mediante la cual se incorporó el Reglamento (UE) 2016/679 al ordenamiento jurídico español, no implementó las disposiciones destinadas a armonizar la privacidad con la libertad de expresión. El legislador español decidió no aplicar el artículo 85 del Reglamento (UE) 2016/679, argumentando que la conciliación entre el derecho a la protección de datos personales y el derecho a la libertad de expresión debe resolverse caso por caso por los tribunales nacionales (Ley Orgánica 3/2018, 2018). La ausencia de estas disposiciones que buscan proteger la libertad de expresión y la labor periodística contribuye a

explicar por qué España ha registrado un número tan elevado de casos SLAPP en los últimos años.

## PROTECCIÓN DE LA INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN

RIESGO MEDIO ALTO

Las autoridades públicas en España no divulgan información sobre sus solicitudes a plataformas en línea, lo que deja a la ciudadanía sin conocer las razones específicas detrás de las demandas de moderación de contenido. Entre enero y junio de 2024, Google recibió 97 solicitudes gubernamentales para eliminar 327 elementos, por motivos que incluyeron desde derechos de autor hasta difamación, privacidad y seguridad nacional. España carece de una estrategia nacional para combatir la desinformación y, a pesar de la creación de una Comisión Permanente contra la Desinformación en 2020, no se ha desarrollado ninguna estrategia concreta. El Plan de Acción para la Democracia 2024 incluye medidas para la transparencia en los medios y la protección de periodistas, pero no aborda la desinformación. Los esfuerzos para combatir la manipulación informativa extranjera siguen siendo insuficientes, como lo evidencian incidentes recientes que revelan brechas en ciberseguridad.

### **Cuestiones que requieren especial atención:**

- **Las autoridades públicas y las plataformas en línea**

Las autoridades públicas no informan sobre sus solicitudes a las plataformas en línea, y estas no revelan suficiente información que permita al público conocer los motivos específicos por los que las autoridades españolas solicitan la moderación de contenidos. Entre enero y junio de 2024, Google recibió 97 solicitudes gubernamentales para eliminar contenido de sus productos, lo que afectó a 327 elementos. De estas solicitudes, 68 se debieron a cuestiones de derechos de autor, 11 a difamación, 10 a privacidad y seguridad, 2 a seguridad nacional, 1 a marcas registradas, y 5 por motivos no especificados.

- **Lucha contra la desinformación y la manipulación e interferencia informativa extranjera**

España carece actualmente de una estrategia nacional para combatir la desinformación. En 2020, el Consejo de Seguridad Nacional aprobó un procedimiento para abordar este fenómeno, asignando roles específicos a oficinas de la administración pública y a organizaciones de la sociedad civil. Uno de los elementos clave fue la creación de una Comisión Permanente contra la Desinformación, encargada de elaborar una estrategia nacional. Sin embargo, esta estrategia nunca se desarrolló. En septiembre de 2024, el Gobierno anunció un Plan de Acción para la Democracia, que incluye medidas de transparencia en los medios, financiación pública para medios informativos y protección de las fuentes periodísticas, pero no aborda la desinformación.

## PROTECCIÓN DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN

RIESGO MEDIO BAJO

Además, pese a la existencia de un conjunto de políticas destinadas a abordar la amenaza de manipulación e injerencia informativa extranjera, el aumento significativo de incidentes que afectaron a España en el último año sugiere que los medios destinados a combatir estas amenazas en el ámbito de la

ciberseguridad no son suficientemente eficaces. En España, el acceso a la información pública sigue siendo un problema importante. El Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) informó que más de un tercio de las solicitudes de información a nivel estatal y la mayoría a nivel autonómico no fueron respondidas en 2022, lo que generó situaciones de "silencio administrativo". El CTBG enfrenta dificultades para hacer cumplir la transparencia, y la ley de transparencia española ha sido criticada por permitir demasiadas excepciones y carecer de mecanismos efectivos de apelación. Además, aunque la Directiva (UE) 2019/1937 sobre protección de denunciantes fue incorporada al derecho español en 2023, organizaciones defensoras de derechos han expresado preocupación por su alcance limitado, la exclusión de ONG y medios de comunicación, así como por la falta de conocimiento sobre la norma, lo cual debilita su efectividad.

### **Cuestiones que requieren especial atención:**

- **Falta de transparencia en la administración pública**

El acceso a la información pública sigue siendo un problema importante en España, como lo subraya el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) en su informe anual de 2023 (*el informe de 2024 aún no está disponible*). El CTBG reveló que en 2022, más de un tercio de las solicitudes de información a nivel estatal y la mayoría a nivel autonómico no recibieron respuesta, lo que derivó en situaciones de "silencio administrativo" (CNMC, 2023). Esto implica que la ciudadanía no conoce las razones por las cuales se deniegan sus solicitudes. En una entrevista reciente concedida al diario *La Razón* el 30 de junio de 2024, José Luis Rodríguez Álvarez, presidente del CTBG, destacó el incumplimiento por parte de las administraciones públicas de las resoluciones del Consejo, señalando que una de cada diez resoluciones es ignorada. Además, criticó la falta de competencias sancionadoras del CTBG, lo que debilita su capacidad para garantizar la transparencia y exigir responsabilidades a las autoridades públicas (*La Razón*, 2024). Asimismo, la Ley de Transparencia española (Ley 19/2013) ha sido criticada por sus carencias (*Asociación de la Prensa de Madrid*, 2024a). La ley no contempla un mecanismo eficaz de apelación ante la denegación de información pública, y permite que ciertas instituciones de alto nivel, como la monarquía, el Senado y el Tribunal Constitucional, queden exentas del control del CTBG. Esta falta de transparencia socava la confianza ciudadana en las instituciones públicas y limita el acceso a información clave que podría alimentar el debate público.

- **Escasa protección a los denunciantes de corrupción**

La Directiva (UE) 2019/1937, relativa a la protección de los denunciantes, fue incorporada al ordenamiento jurídico español el 13 de marzo de 2023 mediante la Ley 2/2023. Sin embargo, varias organizaciones defensoras de derechos, como Xnet y Whistleblowing International Network, han manifestado su preocupación por las deficiencias de dicha ley (*Asociación de la Prensa de Madrid*, 2024b). Entre los principales problemas destacan: 1) Protección limitada: La ley solo ampara las denuncias de infracciones graves o muy graves, excluyendo las infracciones leves. 2) Exclusión de ONG y medios de comunicación: Solo protege a personas que trabajen en los sectores público o privado, dejando fuera a organizaciones no gubernamentales y medios de comunicación. 3) Discriminación de denunciantes anónimos: La ley discrimina a quienes denuncian de forma anónima, en contradicción con otras disposiciones. 4) Asistencia jurídica limitada: Solo tienen acceso a ayuda legal gratuita las personas con ingresos muy bajos. La eficacia de la ley aún está por evaluarse, ya que la Autoridad Independiente de Protección del Denunciante, creada en noviembre de 2024, todavía no ha iniciado sus operaciones. Además, el Gobierno no ha lanzado campañas de concienciación sobre la existencia y el alcance de la ley, por lo que gran parte de la población

la desconoce. Por estas razones, la ley se considera actualmente de riesgo medio-bajo.

## PROFESIÓN PERIODÍSTICA, ESTÁNDARES Y PROTECCIÓN

RIESGO MEDIO ALTO

En España, el acceso a la información pública sigue siendo un problema significativo, ya que el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (CTBG) informó que más de un tercio de las solicitudes de información a nivel estatal y la mayoría a nivel autonómico no recibieron respuesta en 2022, lo que resultó en un "silencio administrativo". El CTBG enfrenta dificultades para hacer cumplir la transparencia, y la ley de transparencia de España ha sido criticada por permitir excepciones y carecer de mecanismos efectivos de apelación. Además, aunque la Directiva de la UE 2019/1937 sobre la protección de los denunciantes fue incorporada al derecho español en 2023, grupos de defensa han expresado su preocupación por su alcance limitado, la exclusión de ONG y medios de comunicación, y la falta de concienciación, lo que socava su efectividad potencial.

### Cuestiones que requieren especial atención:

- **Independencia y condiciones laborales de los periodistas**

El informe de 2024 de la Asociación de la Prensa de Madrid revela que los periodistas españoles enfrentan desafíos significativos, siendo la falta de independencia económica y política una preocupación principal (*Asociación de Prensa de Madrid, 2024*). Según el informe, el 46 % de los periodistas han sufrido presiones para alterar sus historias, principalmente por parte de editores que responden a intereses editoriales. Estas presiones, junto con el deterioro de las condiciones laborales, contribuyen a problemas de salud mental y a una reducción en la calidad del trabajo periodístico. Reporteros Sin Fronteras destaca la creciente polarización política en los medios españoles, que ha provocado un cambio de la información objetiva a contenidos de opinión, lo que incrementa la desconfianza pública. Además, los periodistas enfrentan condiciones laborales precarias, lo que dificulta que puedan resistir las presiones editoriales. Esto ha llevado a una disminución de la confianza ciudadana en los medios, con un 58 % de los españoles creyendo que los medios están influenciados por presiones políticas o comerciales, una cifra superior al promedio europeo del 53 %.

- **La seguridad física y en línea de los periodistas está cada vez más amenazada**

Las preocupaciones sobre la seguridad de los periodistas también han aumentado. El sitio web Mapping Media Freedom y la plataforma del Consejo de Europa para la protección del periodismo y la seguridad de los periodistas reportaron 13 ataques y amenazas físicas a periodistas durante 2024. La policía agredió físicamente a Fermín Grodira mientras cubría una protesta contra la gestión de la Generalitat durante la tormenta DANA. Un equipo de RTVE fue atacado durante una manifestación de agricultores. Figuras políticas y sus equipos realizaron campañas de difamación y amenazas en línea, como Miguel Ángel Rodríguez, que amenazó a periodistas de *eIDiario.es*. Empresarios como Daniel Esteve amenazaron e insultaron a periodistas de *La Sexta* en redes sociales. Grupos y seguidores de la extrema derecha lanzaron amenazas online contra periodistas como Silvia Intxaurrenondo tras expresar opiniones críticas. También se registraron ataques de individuos anónimos, como el ciberataque a los sitios web de *Mèdia.cat*. Estos ataques ocurrieron principalmente durante la cobertura de protestas, en el contexto de

investigaciones periodísticas, al informar sobre acciones de figuras políticas y tras la publicación de opiniones (*Media Mapping Freedom, 2024*). Los casos de amenazas online a periodistas han sido habituales en España a lo largo de 2024. Las periodistas mujeres tienden a experimentar un nivel más alto de amenazas que los hombres. Según los datos de MappingMediaFreedom.org, durante 2024 los periodistas sufrieron 10 amenazas en línea. La situación de las periodistas femeninas es especialmente preocupante. Según distintas organizaciones profesionales, “diferentes encuestas revelan que, en España, el 88 % de las periodistas mujeres dicen haber sufrido situaciones de acoso sexual en su trabajo y el 46,9 % aseguran haber sido objeto de algún tipo de acoso o ataque sexista” (*FESP, 2024*).

- **Protección de las fuentes periodísticas**

La Constitución española garantiza el derecho a comunicar y recibir información, incluyendo el derecho al secreto profesional. Mientras que la cláusula de conciencia para periodistas está definida, el secreto profesional carece de una regulación suficiente. Las asociaciones de periodistas han solicitado leyes específicas para protegerlo, pero no se ha aprobado ninguna hasta la fecha. En 2024, el Gobierno propuso medidas para salvaguardar la independencia de los medios y proteger las fuentes periodísticas, aunque los detalles aún están pendientes de discusión en el Parlamento (*Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, 2024*).

- **Vigilancia de periodistas**

España carece actualmente de leyes específicas que protejan a periodistas, profesionales de medios o personas vinculadas a estos frente a la vigilancia ilegal. Aunque el Parlamento Europeo pidió una reforma del Centro Nacional de Inteligencia (CNI) en junio de 2023, no se ha tomado ninguna acción legislativa sustancial (*El País, 2023*). Recientemente, *El País* informó que el Gobierno español está considerando cambios en el marco legal del CNI para reforzar las protecciones a la libertad de expresión y el derecho a la información, pero aún no se han implementado modificaciones. La urgencia de esta reforma ha aumentado tras el escándalo Pegasus, que reveló el espionaje a varios periodistas y políticos en España mediante este controvertido software de vigilancia.

**INDEPENDENCIA Y EFECTIVIDAD DE LA  
AUTORIDAD MEDIÁTICA**

**RIESGO BAJO**

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) es la autoridad reguladora de medios en España y el Coordinador Designado de Servicios Digitales. Creada bajo la Ley 3/2013 y reformada posteriormente por el Real Decreto-Ley 34/2024, la CNMC supervisa la implementación y el cumplimiento de la Ley de Servicios Digitales (DSA) en el país. Sus responsabilidades incluyen la supervisión de plataformas digitales, la aplicación de normativas sobre moderación de contenido, transparencia y protección de usuarios, así como la auditoría de datos y algoritmos de las plataformas. La CNMC evalúa los riesgos que representan las grandes plataformas online, colabora estrechamente con autoridades nacionales y europeas, y trabaja con la Junta Europea de Servicios Digitales para asegurar una regulación coherente en la UE. La CNMC desempeña un papel crucial en la defensa de los derechos de los usuarios y en fomentar la rendición de cuentas en el entorno digital. En España, el proceso de nombramiento de los miembros de la CNMC está supervisado por el Gobierno, y los candidatos son evaluados por el Congreso,

lo que otorga al partido gobernante una influencia considerable en los nombramientos, a menudo sin consenso político amplio. Aunque un voto de mayoría cualificada en el Parlamento podría fortalecer la independencia de la CNMC, esta cuestión sigue sin ser abordada. La CNMC tiene autoridad para imponer sanciones económicas por incumplimientos, pero estas multas suelen ser poco efectivas. Los operadores, especialmente en publicidad y programación de contenidos, pueden reducir sus sanciones admitiendo responsabilidad o pagando anticipadamente, lo que debilita el efecto disuasorio de las multas.

### **Cuestiones que requieren especial atención**

- **Procedimiento de nombramiento y eficacia de la autoridad mediática**

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en España es un organismo independiente, cuyos miembros, incluido el Presidente y el Vicepresidente, son nombrados por el Gobierno. Estos nombramientos están sujetos a un proceso de evaluación en el Congreso, donde los candidatos pueden ser vetados por mayoría absoluta. Los miembros de la CNMC son funcionarios a tiempo completo, sujetos a normas de incompatibilidad y perciben una compensación posterior al cese durante un período de hasta dos años.

Actualmente, es el Gobierno quien propone a los miembros de la CNMC y, aunque el Congreso puede vetar estos nombramientos, el proceso permite al partido en el poder realizar designaciones sin un consenso amplio. La exigencia de una mayoría cualificada en el Parlamento fortalecería la independencia de la CNMC, pero esta reforma aún no se ha abordado. El organismo regulador audiovisual español, en virtud de la Ley 13/2022, puede imponer sanciones por infracciones legales. Sin embargo, estas sanciones han demostrado ser poco eficaces para disuadir a los operadores audiovisuales, especialmente en áreas como la publicidad y la programación de contenidos. Las multas se reducen con frecuencia si los operadores reconocen su responsabilidad o realizan pagos anticipados, lo que debilita su efecto disuasorio. Casos recientes evidencian reducciones significativas: RTVE pagó 72.000 € en lugar de 120.000 € (CNMC, 2024a) y ATRESMEDIA pagó 347.624 € en lugar de 579.374 € (CNMC, 2024b). En general, las facultades sancionadoras del organismo regulador no son suficientemente efectivas. Los procedimientos para la asignación de recursos presupuestarios a la CNMC, definidos en los artículos 33 y 34 de la Ley 3/2013, tampoco son suficientemente claros. Si bien el artículo 33.2 enumera los tipos de recursos disponibles para la CNMC, como fondos procedentes del presupuesto general del Estado y sus propios activos, y el artículo 34.1 describe el proceso de elaboración y presentación del presupuesto, ninguno establece normas específicas sobre la asignación efectiva de estos fondos. Esta falta de directrices claras otorga al Gobierno un margen de discrecionalidad que podría traducirse en decisiones arbitrarias respecto al presupuesto de la CNMC.

## **Recomendaciones Protección Fundamental**

### **Recomendaciones al Gobierno:**

- Aprobar una legislación específica para prevenir las demandas estratégicas contra la participación pública (SLAPP), garantizando una mayor protección a periodistas y activistas frente a acciones legales abusivas o infundadas.
- Aclarar y reformar las leyes sobre difamación para alinearlas con la jurisprudencia del Tribunal

Europeo de Derechos Humanos, evitando su aplicación arbitraria que limite la libertad de expresión.

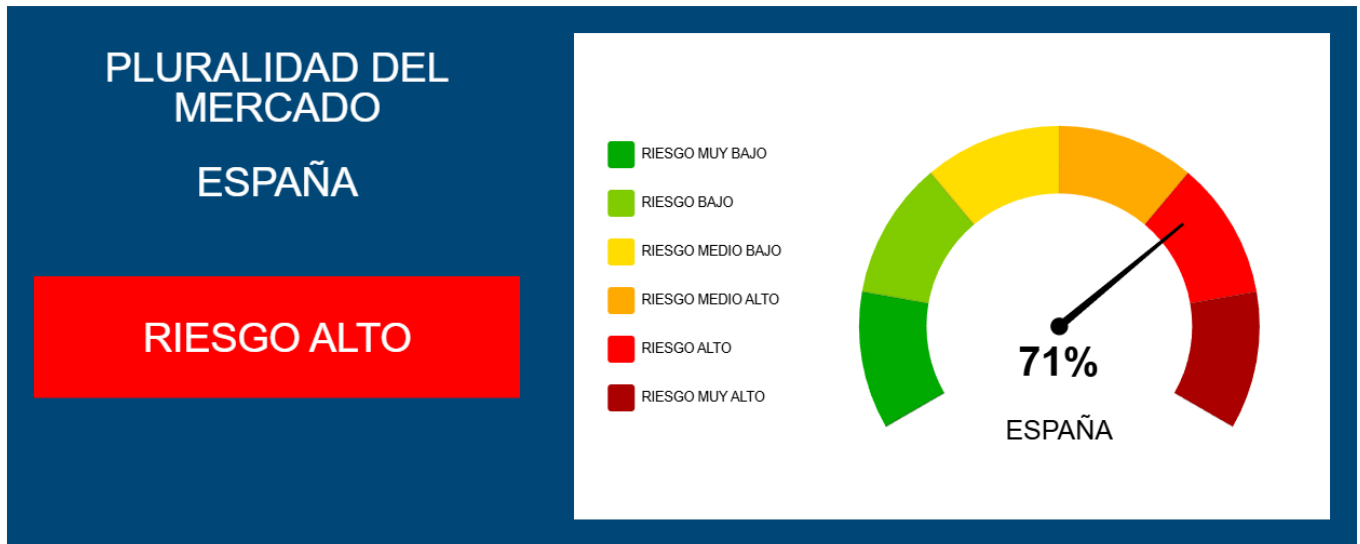
- Modificar la Ley Orgánica 4/2015 de Protección de la Seguridad Ciudadana (“Ley Mordaza”) para eliminar las restricciones impuestas a los periodistas, en particular la obligación de obtener autorización para publicar imágenes de agentes de policía en acto de servicio, garantizando así la independencia periodística.
- Reforzar las medidas de protección legal y psicológica para los periodistas, con especial atención a las mujeres periodistas, a fin de prevenir y responder eficazmente al acoso, las amenazas físicas y los ataques en línea.
- Diseñar e implementar una estrategia nacional de lucha contra la desinformación que incluya medidas para mejorar la alfabetización mediática y garantizar una mayor transparencia en la moderación de contenidos por parte de las plataformas en línea.
- Reformar la Ley de Transparencia para exigir respuestas en plazos razonables a las solicitudes de acceso a la información pública y eliminar las exenciones que actualmente benefician a instituciones de alto nivel como la monarquía.
- Reformar el proceso de nombramiento de los miembros de la CNMC para asegurar un mayor consenso político, reforzando así su independencia y capacidad para aplicar eficazmente la normativa en materia de medios de comunicación y servicios digitales.
- Promover una cultura política que valore y respete la labor de los periodistas.

#### **Recomendaciones para los periodistas:**

- Promover de manera colectiva la aprobación de una legislación específica contra las demandas estratégicas contra la participación pública (SLAPP) en España, destacando cómo estas acciones legales constituyen una amenaza directa a la libertad de expresión. La colaboración con sindicatos y organizaciones internacionales puede fortalecer la concienciación pública y proporcionar respaldo jurídico.
- Investigar y denunciar de forma sistemática la falta de transparencia por parte de las autoridades públicas, en particular en lo relativo a la moderación de contenidos en línea y al acceso a la información pública. Una cobertura persistente puede ejercer presión sobre las instituciones para que adopten prácticas más abiertas y responsables.
- Las asociaciones profesionales deben coordinarse para defender la independencia editorial y resistir las presiones políticas y comerciales. Asimismo, es esencial exigir mayores garantías frente al acoso y trabajar activamente para mejorar las condiciones laborales, especialmente en el caso de las mujeres periodistas.

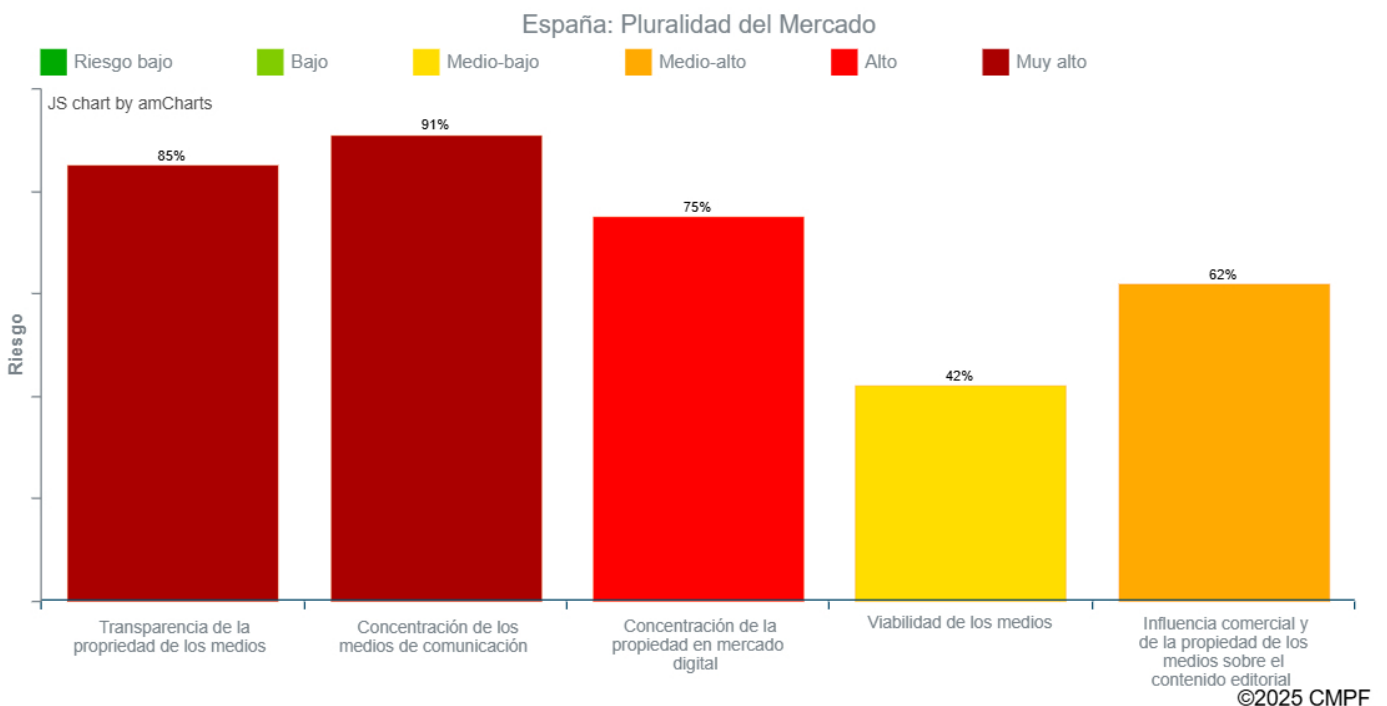
### 3.2. Pluralidad de mercado

El área de **Pluralidad de Mercado** considera los factores económicos que inciden en la pluralidad de la oferta mediática, evaluando los riesgos derivados de la falta de transparencia y de una alta concentración de la propiedad de los medios, la sostenibilidad económica del sector, así como la influencia indebida de intereses comerciales y propietarios sobre las decisiones editoriales. Asimismo, se evalúan los riesgos asociados a la alta concentración de los mercados digitales y la dependencia de los medios respecto de los intermediarios en línea.



©2025 CMPF

Como en años anteriores, el área de Pluralidad de Mercado sigue siendo la de mayor riesgo en España. Dos de sus indicadores, Transparencia de la Propiedad de los Medios y Pluralidad de Proveedores de Medios, presentan un nivel de riesgo muy alto. El indicador de Pluralidad en los Mercados Digitales también ha empeorado este año, mientras que los dos indicadores restantes, Viabilidad de los Medios e Independencia Editorial de la Influencia Comercial y de los Propietarios, muestran una ligera mejora.



©2025 CMPF

Este indicador se mantiene en un nivel de riesgo Muy Alto un año más, e incluso ha empeorado. El principal problema radica en que el único sector de los medios de comunicación obligado a proporcionar información sobre la propiedad es el audiovisual, según lo establecido por la Ley 13/2022. Esta ley solo exige a los prestadores del servicio público audiovisual informar sobre su situación económico-financiera, ya sea a nivel estatal o autonómico. Para ello, se ha creado un Registro Estatal, de acceso público, en el que las empresas audiovisuales deben inscribirse obligatoriamente. Al resto de los sectores de los medios de comunicación se les aplica la legislación general, lo que supone una gran dificultad para acceder a la información sobre estas empresas, ya sea a través del Registro Mercantil o a partir de la escasa información que las empresas deciden publicar libremente.

### Asuntos que requieren un análisis específico

- **Anuncio de medidas para promover la transparencia de los medios de comunicación**

La persistente falta de transparencia en la propiedad de los medios de comunicación se ha convertido en un tema de debate político en 2024, como demuestra el anuncio por parte del Gobierno, en septiembre de 2024, de un "Plan de Acción para la Democracia", con 31 medidas, entre ellas la creación de un registro de medios de comunicación con información sobre la propiedad y la inversión publicitaria que reciben<sup>[1]</sup>. Este Plan se presentó como una aplicación del Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento y del Consejo, de 11 de abril de 2024, que entró en vigor en España en mayo de 2024. Queda por ver la concreción de las medidas anunciadas por el Gobierno, en particular en lo que respecta a la creación de un registro obligatorio de medios de comunicación, que será gestionado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNCM), y al régimen de sanciones en caso de incumplimiento.

- **Falta de definición de un sector digital específico**

La falta de información es especialmente preocupante en el sector digital, agravada por el hecho de que ni siquiera está definido como sector específico: el Real Decreto-ley 444/2024, que crea el Registro Estatal de Servicios de Comunicación Audiovisual, no incluye el sector de los medios digitales, sino únicamente los servicios digitales de los prestadores de servicios audiovisuales. Sin una definición clara del sector digital, no es posible conocer su tamaño real, su grado de concentración y su situación económico-financiera, ni siquiera definir qué es un medio digital y qué no lo es.

- **No existe obligación de declarar a los propietarios finales.**

El Registro Estatal de Servicios de Comunicación Audiovisual vigente incluye información básica sobre la participación significativa de los propietarios, pero no sobre los propietarios finales de los medios. El anuncio del Gobierno sobre el "Plan de Acción para la Democracia" propone la creación de un registro obligatorio para todos los medios. Pero en el debate público posterior a este anuncio no se abordó la

inclusión de la cuestión de los propietarios finales como información esencial para determinar la propiedad real de los medios, lo que genera temores de que el nuevo registro de medios, como ocurre con el registro de medios audiovisuales, tampoco incluya esta información.

## CONCENTRACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**RIESGO MUY ALTO**

Los niveles de concentración de audiencia se mantienen en un 75% o más en televisión, radio y medios impresos. Lo mismo ocurre con la cuota de mercado de la radio y los medios impresos (este año no disponemos de datos fiables sobre el sector televisivo). Aún no hay información sobre el sector digital. El Gobierno, en su anuncio de un «Plan de Acción para la Democracia» en septiembre de 2024, indicó que este plan prevé una «revisión del marco regulatorio para garantizar el pluralismo evitando la concentración de medios». Esta declaración reconoce la existencia de un problema de concentración de medios, pero no ha habido hasta ahora ninguna propuesta específica sobre las medidas que se pretenden adoptar para combatirla.

### Asuntos que requieren un análisis especial

- **Falta de datos oficiales**

Este año, una vez más, se ha constatado la falta de datos oficiales sobre audiencias y niveles de concentración por medios y empresas. Esta falta dificulta enormemente la obtención de datos fiables y series homogéneas que permitan estudiar las tendencias y la evolución del mercado. Los únicos datos oficiales son los publicados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en sus informes anuales, que incluyen tanto información sobre medios audiovisuales como, sobre todo, información sobre el sector de las telecomunicaciones (telefonía, internet, infraestructuras, etc.). Estos informes rara vez ofrecen información específica sobre empresas, sino que suele ser genérica para todo el sector audiovisual.

- **Concentración horizontal de medios**

Los altos niveles de concentración de medios en España, superiores al 75% en todos los casos excepto en el sector digital, se deben a la existencia de unos pocos grupos mediáticos que, en conjunto, ostentan una posición dominante en sus respectivos sectores: Atresmedia y Mediaset, además de las cadenas públicas en televisión; PRISA, COPE y Onda Cero en radio; y Vocento, Unidad Editorial y PRISA en prensa escrita. Sin embargo, se trata de concentraciones horizontales por sector, no de concentración transversal, ya que ninguno de estos grupos ostenta una posición dominante en más de dos sectores simultáneamente. Esto es lo que ocurre en los casos del grupo Planeta (televisión y radio), PRISA (prensa escrita y radio) y el Grupo Godó (prensa escrita y radio). En el resto de los casos, los grupos se centran fundamentalmente en un solo sector: Mediaset en televisión, COPE en radio y Unidad Editorial y Vocento en prensa escrita.

- **Ausencia de regulación específica sobre la concentración de medios**

Si bien existe un organismo oficial para controlar los procesos de concentración y la competencia en los mercados, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), de acuerdo con la Ley 3/2013, de creación de la CNMC, y la Ley 13/2022 del sector audiovisual, en la práctica, este organismo apenas ha actuado en cuestiones relacionadas con la competencia en los medios, y en sus escasas actuaciones se ha enfrentado a decisiones judiciales que, en algunos casos, han revocado sus sanciones <sup>[2]</sup>. Esta situación se debe, en gran medida, a que la Ley 13/2022, en su régimen sancionador, no especifica ninguna conducta sancionable relacionada con la concentración de medios. Por lo tanto, la única legislación aplicable es la general para todos los sectores económicos, la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

## CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD EN MERCADO DIGITAL

**RIESGO ALTO**

La falta de eficacia de las medidas contra el dominio del mercado por parte de las plataformas online, especialmente en lo que respecta a la distribución de los ingresos publicitarios, ha contribuido a aumentar el riesgo para este indicador. Sin embargo, el principal problema sigue siendo la falta de datos sobre el mercado de la publicidad digital y sus principales actores (Google y Meta), lo que lo convierte en un mercado muy opaco e imposibilita un análisis riguroso. El uso de diferentes medidores de audiencia (EGM, por un lado, y Gfk DAM, por otro) aumenta la confusión sobre este sector.

### Asuntos que requieren un análisis especial

- **Procedimientos judiciales contra plataformas online**

En 2024, continuaron los procedimientos judiciales contra empresas como Google y Meta por posiciones dominantes en el mercado digital, sin que se haya dictado aún ninguna sentencia. Se trata del caso abierto en 2023 por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) contra Google por imponer condiciones desleales a editoriales y agencias de noticias en el mercado español al acordar el uso de contenidos. Se desconocen los términos de los acuerdos firmados por los principales grupos editoriales españoles con las plataformas online. Las principales organizaciones editoriales se han sumado a esta demanda. Una de ellas, la Asociación de Medios de Información (AMI), también presentó una denuncia contra Meta en diciembre de 2023 por competencia desleal, al considerar que esta empresa utilizaba datos personales de Facebook, WhatsApp e Instagram para ofrecer anuncios personalizados. Las principales asociaciones de televisión y radio se sumaron a esta denuncia en 2024: la Unión de Televisiones en Abierto (UTECA) y la Asociación de Radio Comercial (AERC Radio Value) <sup>[3]</sup>.

- **Preocupación política por el desequilibrio en la relación entre medios de comunicación y plataformas en línea**

Las acciones legales contra las plataformas en línea, junto con el refuerzo de las funciones supervisoras de la CNMC aprobado en 2023, demuestran una creciente preocupación, tanto de la sociedad civil como de la Administración pública, por el desequilibrio en la relación entre medios de comunicación y plataformas en

línea. Estas plataformas representan una parte sustancial de los ingresos por publicidad digital, aunque no proporcionan datos sobre sus ingresos, por lo que no es posible conocer el tamaño real del mercado publicitario digital. El Parlamento español aprobó finalmente en 2024 la transposición de la Directiva (UE) 2022/2523, tras superar el plazo límite de diciembre de 2023. Esta directiva garantiza un tipo impositivo mínimo del 15 % para las empresas multinacionales con una facturación de al menos 750 millones de euros anuales, lo que podría afectar a las plataformas en línea.

- **Acuerdos opacos entre medios de comunicación y empresas tecnológicas**

A los acuerdos firmados desde 2022 entre los principales grupos editoriales y Google para el uso de contenido informativo se suman ahora los primeros acuerdos entre editores y proveedores de IA Generativa, como el firmado en marzo de 2024 entre PRISA y OpenAI. Sin embargo, en ambos casos, se desconoce el contenido de estos acuerdos, así como la cantidad que recibirán los medios por su contenido, lo que contribuye a la opacidad del sector de los medios digitales.

VIABILIDAD DE LOS MEDIOS

RIESGO MEDIO BAJO

Los ingresos publicitarios continuaron disminuyendo en los sectores de televisión y prensa escrita. El crecimiento de los ingresos provenientes de fuentes alternativas (como los servicios de televisión de pago y las suscripciones a la prensa escrita) aún no compensa la continua disminución de los ingresos publicitarios en medios que se ha registrado durante más de una década<sup>[4]</sup>. La excepción fue el sector de la radio, que en 2024 consolidó la tendencia de crecimiento de sus ingresos publicitarios iniciada en 2021. Esto, junto con el enorme crecimiento del consumo de podcasts, del cual la radio se beneficia, ha significado que el sector de la radio haya sido el que más ha crecido en 2024, por encima del crecimiento del PIB (3,4 % en el tercer trimestre de 2024) y del aumento de la inflación (1,5 % en septiembre de 2024). En el caso de los medios digitales, no se dispone de suficiente información, debido a la opacidad del sector y a que aún no se ha definido un sector específico de medios digitales, ya que los medios híbridos no separan su facturación en el caso de sus ediciones digitales, y no existen datos específicos sobre los medios nativos digitales.

### **Asuntos que requieren un análisis especial**

- **Anuncio de cambios en la política de publicidad institucional**

El apoyo financiero de las administraciones públicas (publicidad institucional y subvenciones directas a los medios de comunicación) ha seguido rodeado de controversia debido a las acusaciones de discrecionalidad en las subvenciones y a la ausencia de una política definida de apoyo a los medios de comunicación. Entre las medidas del "Plan de Acción para la Democracia", anunciado por el Gobierno en septiembre de 2024, se encuentra la reforma de la Ley de Publicidad Institucional para introducir criterios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación, con el fin de "hacer más justo el sistema de distribución de la publicidad institucional", según el ministro de Cultura, Ernest Urtasun. De esta forma, todas las administraciones públicas estarán obligadas a ofrecer información sobre su inversión publicitaria,

y los medios de comunicación deberán informar sobre los ingresos obtenidos por esta vía. Sin embargo, este anuncio aún no se ha concretado en medidas concretas.

- **Mejora la situación laboral de los periodistas**

En 2024, se registró un descenso del 4,8% en el número de periodistas desempleados, según el “Informe Anual de la Profesión Periodística 2024”, publicado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM)<sup>[6]</sup>, tras el aumento del paro en la profesión periodística en 2023. A esta cifra hay que sumar la firma, en junio de 2024, del VII Convenio Colectivo Estatal de Prensa Diaria, un acuerdo que sirve de orientación para la profesión, que establece un incremento salarial del 3% para 2023 (con carácter retroactivo), y aumentos del 2% para 2024 y del 3% para 2025.

- **Los periodistas freelance siguen en una situación precaria**

Por el contrario, un año más continuaron las malas condiciones laborales de los periodistas freelance, según un informe del sindicato Comisiones Obreras<sup>[6]</sup>: el 88 % mantiene salarios similares o inferiores a los de 2021, y casi la mitad de los periodistas freelance no gana más de 1.500 euros brutos al mes. En este sentido, destaca la ausencia de políticas específicas para abordar la situación laboral de los periodistas freelance, a pesar de que estos periodistas llevan años exigiéndolas.

**INFLUENCIA COMERCIAL Y DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS SOBRE EL CONTENIDO EDITORIAL**

**RIESGO MEDIO ALTO**

La falta de independencia de los periodistas frente a las presiones políticas y económicas sigue siendo una de las principales preocupaciones de los propios periodistas, según el último informe de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Sin embargo, algunos estudios, como el Eurobarómetro presentado en diciembre de 2024, muestran una cierta recuperación de la confianza de los españoles en los medios de comunicación (del 46% al 57%), aunque todavía lejos de la media europea (69%). El principal instrumento para combatir la falta de independencia es la autorregulación, salvo un par de excepciones. La Ley Orgánica 2/1997 regula el derecho a la cláusula de conciencia, pero se ha aplicado en muy pocos casos desde su aprobación. Por el contrario, la regulación que exige una clara separación entre periodismo y publicidad es eficaz, basándose en leyes generales (Ley 34/1988, General de Publicidad; y Ley 3/1991, de Competencia Desleal), y leyes específicas para los medios de comunicación, como la Ley 13/2022, General de la Comunicación Audiovisual. La autorregulación también se aplica a través de Autocontrol, organismo que aplica el Código de Conducta Publicitaria y cuyas resoluciones suelen respetarse. En el resto de los casos, el único instrumento contra la presión sobre los periodistas es la autorregulación, que resulta muy ineficaz, ya que se limita a declaraciones de intenciones sin concreción ni sanciones, como ocurre con el Código Ético de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), en su artículo II.2. Tampoco existe ninguna ley ni autorregulación que separe claramente la actividad comercial de los periodistas en los medios de comunicación.

### **Asuntos que requieren un análisis específico**

- **Regulación de la actividad de los influencers**

En abril de 2024, el Gobierno aprobó el Real Decreto 444/2024, destinado a regular la actividad de los creadores de contenido en redes sociales (como los influencers), considerados "usuarios de especial relevancia" por sus ingresos y el tamaño de sus audiencias. Estos usuarios, equiparados a los prestadores de servicios audiovisuales, están sujetos a los requisitos de la Ley 13/2022, incluyendo la obligación de identificar claramente la publicidad, la prohibición de la publicidad encubierta y subliminal, y la obligación de inscribirse en un registro de creadores de contenido. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), organismo responsable de la supervisión de los prestadores de servicios audiovisuales, acordó trasladar las reclamaciones relacionadas con estos "usuarios de especial relevancia" a Autocontrol, organismo de autorregulación publicitaria, si bien la decisión final sobre las sanciones seguirá en manos de la CNMC. Sin embargo, a finales de 2024, solo unos 70 influencers se habían inscrito en el registro obligatorio de los 1.360 influencers con más de un millón de seguidores que se estima que existen en España, según datos de la consultora de estrategia digital 2btube, a pesar de que, según el Real Decreto 444/2024, disponían de dos meses para registrarse <sup>[7]</sup>.

- **El riesgo de conflicto de intereses en los medios de comunicación**

Los principales grupos mediáticos españoles centran su actividad en el sector de los medios de comunicación, aunque dos de ellos, Planeta y PRISA, tienen importantes intereses en el sector editorial. Los medios de comunicación de propiedad extranjera también pertenecen a grupos internacionales centrados en el negocio de los medios de comunicación (es el caso de Unidad Editorial y RCS MediaGroup, y de Mediaset en el caso de MFE MediaForEurope). En cuanto a la composición de la propiedad de los medios de comunicación, encontramos accionistas con intereses económicos ajenos al negocio de los medios de comunicación, como es el caso de PRISA (el fondo de inversión Amber Media y el empresario mexicano Carlos Slim, por ejemplo) y, en menor medida, de Vocento (Francisco García Paramés, la empresa Mezouna o el holding Onchena). En el resto de los casos, siguen existiendo importantes grupos propiedad de familias (Planeta, Godó, Prensa Ibérica) e incluso de la Iglesia católica (Ábside Media, accionista mayoritario de la COPE). A pesar de este riesgo relativamente bajo de conflicto de intereses, actualmente no existe ninguna ley que obligue a las empresas a informar de posibles conflictos de intereses ni a la Administración ni al público en general.

- **Aumento de la inversión publicitaria en Branded Content**

El informe sobre la profesión periodística de 2024, elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), indica que solo el 0,8% de los periodistas afirman trabajar como redactores de contenido patrocinado en periódicos y agencias, el 0,6% en medios audiovisuales y ninguno en medios digitales. Por otro lado, las cifras de inversión publicitaria en Branded Content se han disparado en los últimos años: el crecimiento en 2023 fue del 21,3% en comparación con 2022, según datos de Infoadex, y el informe de iabSpain del primer semestre de 2024 predijo un crecimiento de entre el 3% y el 5% en la inversión publicitaria en Branded Content en 2024 <sup>[8]</sup>.

## Recomendaciones para Pluralidad de Mercado

### Recomendaciones para el Gobierno:

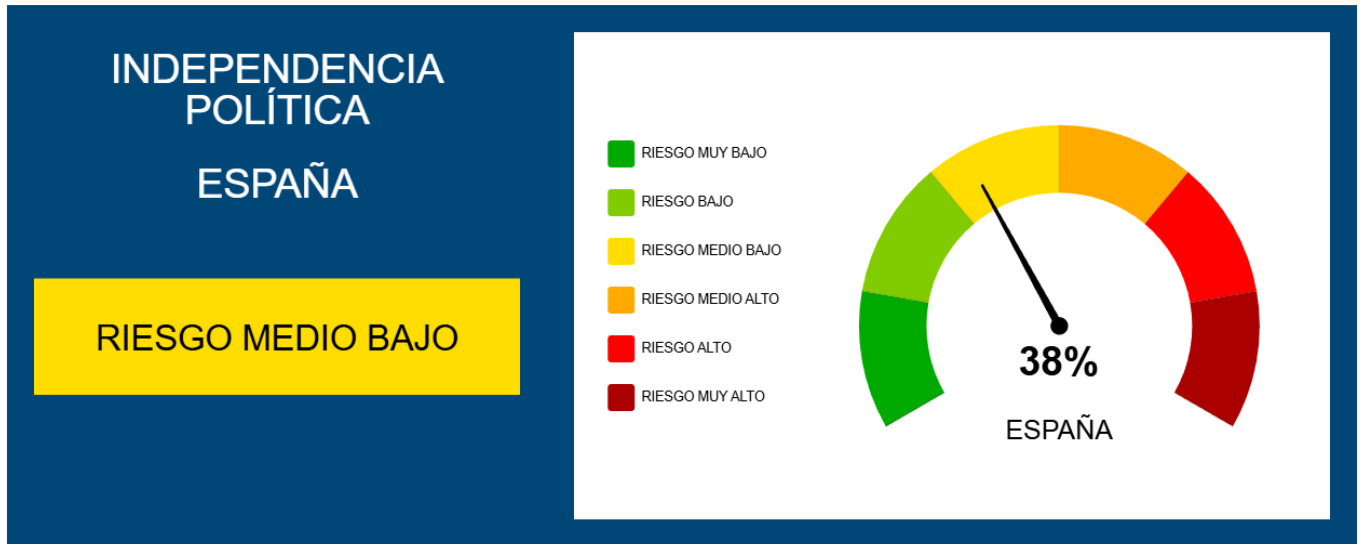
- Garantizar la plena transparencia de la propiedad de los medios de comunicación, exigiendo a todos los medios, incluidos los digitales, que registren a los titulares reales finales y divulguen los ingresos publicitarios, de conformidad con el Reglamento (UE) 2024/1083.
- Implementar el Artículo 22 de la Ley Europea de Libertad de Prensa (EMFA), que entró en vigor en noviembre de 2024, para crear un sistema eficaz de seguimiento de los procesos de concentración de medios que puedan afectar al pluralismo mediático, facultando a la CNMC para actuar eficazmente con conductas sancionables definidas y umbrales mensurables.
- Exigir la publicación periódica de datos desagregados sobre cuotas de audiencia, concentración de la propiedad e ingresos por publicidad digital, para permitir evaluaciones independientes del pluralismo mediático en todas las plataformas.
- Reformar la legislación sobre publicidad institucional para garantizar la transparencia, la proporcionalidad y la no discriminación en la financiación pública a los medios, beneficiando especialmente a los medios más pequeños, independientes y regionales.

### Recomendaciones para los medios de comunicación:

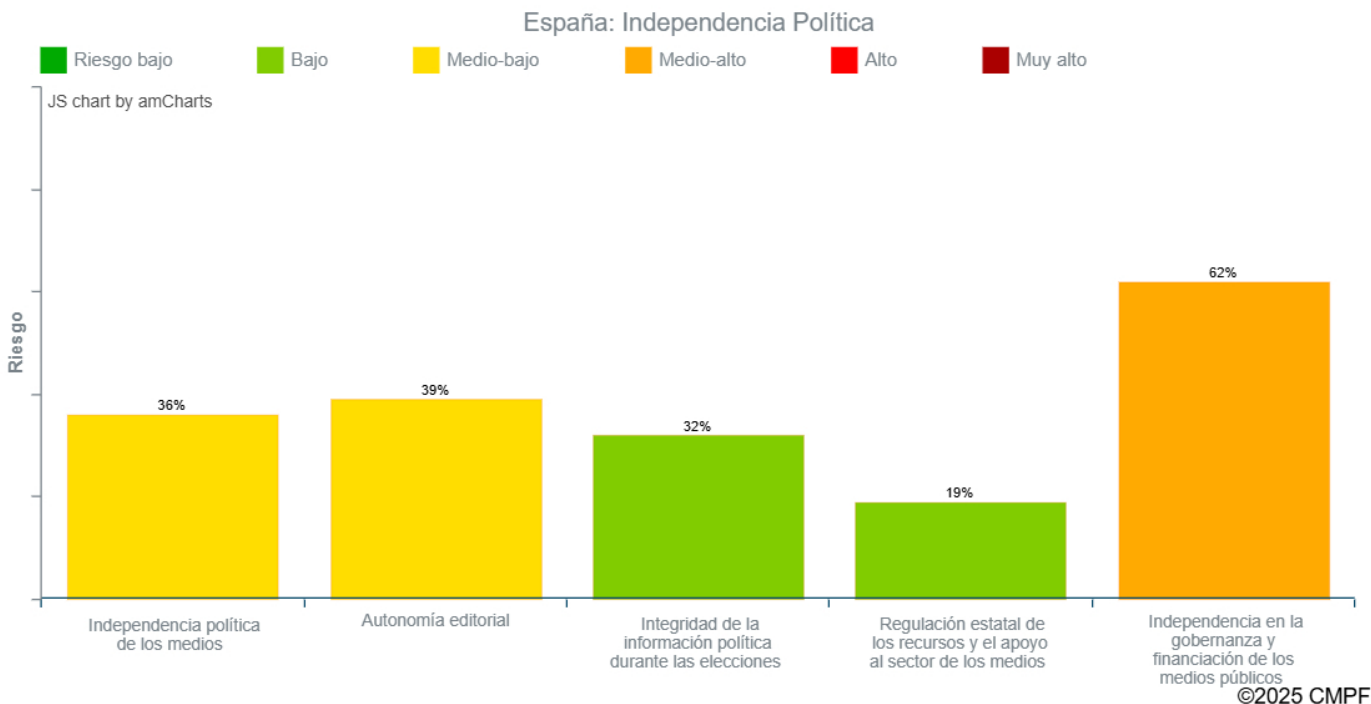
- Los periodistas y las asociaciones de prensa deben promover el acceso a los datos de propiedad y la divulgación de los contratos con plataformas digitales y proveedores de inteligencia artificial, lo que mejora la rendición de cuentas y la confianza pública.
- Fomentar la colaboración con medios de comunicación independientes, locales o cooperativos, o su creación, para diversificar el panorama mediático y contrarrestar a los actores dominantes.
- Desarrollar códigos éticos sólidos y de obligado cumplimiento, así como declaraciones de conflicto de intereses dentro de los medios de comunicación, para defender la independencia editorial frente a las presiones comerciales y la influencia política.

### 3.3. Independencia política

Los indicadores de **Independencia Política** evalúan la existencia y efectividad de salvaguardias regulatorias y autorregulatorias frente a sesgos e influencias políticas en la producción, distribución y acceso a las noticias. En concreto, esta área busca valorar la influencia del Estado y del poder político sobre el funcionamiento del mercado mediático y la independencia de los medios de servicio público. Además, se examina la existencia y efectividad de mecanismos (auto)regulatorios que garanticen la independencia editorial y la disponibilidad de información y opiniones políticas plurales, en particular durante los períodos electorales.



©2025 CMPF



El área de **Independencia Política** registra un riesgo medio-bajo. Se detectan principales preocupaciones en el indicador de **Independencia de los medios de comunicación públicos** (riesgo medio-alto), lo que indica deficiencias persistentes en cuanto a la gobernanza y financiación de RTVE, a pesar de las recientes novedades legislativas. El indicador **Independencia política de los medios** (riesgo medio-bajo) señala lagunas legales significativas en materia de transparencia sobre la propiedad de los medios, junto con inquietudes sobre la dependencia de EFE respecto al gobierno. Aunque en España existen mecanismos de

autorregulación interna y externa, su eficacia es limitada, tal y como refleja el indicador **Autonomía editorial** (riesgo medio-bajo). Si bien presenta un nivel de riesgo bajo, el indicador **Integridad de la información política durante las elecciones** señala una notable carencia de datos sobre la cobertura política durante el periodo electoral, así como la ausencia de regulación sobre la igualdad de oportunidades y la transparencia de la publicidad política en el ámbito digital. Por último, el indicador **Regulación estatal de recursos y apoyo al sector mediático** (riesgo bajo) detecta problemas importantes en relación con la distribución de la publicidad institucional.

## INDEPENDENCIA POLÍTICA DE LOS MEDIOS

RIESGO MEDIO BAJO

La Ley 53/1984 regula la incompatibilidad de los funcionarios públicos para ocupar cargos privados que puedan comprometer su independencia, aunque no menciona explícitamente a las empresas mediáticas y se aplica únicamente al personal al servicio de las Administraciones Públicas, excluyendo así a los cargos políticos que no desempeñan funciones en la Administración del Estado o en Organismos Públicos. La Ley 3/2015 refuerza estas restricciones para los altos cargos, prohibiéndoles el ejercicio de actividades profesionales en entidades privadas vinculadas a sus decisiones durante un periodo de dos años. Todo el régimen de incompatibilidades y posibles conflictos de intereses entre el personal de la Administración del Estado —incluidos los altos cargos— y las empresas privadas, incluidas las del sector mediático, está bajo la supervisión de la Oficina de Conflictos de Intereses. La Ley 13/2022 también asigna a la CNMC la supervisión del sector mediático, aunque no aborda la influencia política. No existe ninguna ley que limite dicho control por parte de actores políticos no gubernamentales, ni que obligue a los medios de comunicación a revelar sus intereses económicos o políticos.

### Cuestiones que requieren especial atención

- **Ausencia de legislación sobre control y transparencia en la titularidad de los medios**

Debido a la falta de transparencia en la propiedad de los medios de comunicación, resulta difícil determinar si existen conflictos de intereses o si políticos, partidos o grupos partidistas no pertenecientes al gobierno ejercen un control directo y/o indirecto en el sector audiovisual. No obstante, se observan relaciones indirectas entre actores políticos y grupos de interés, lo que implica la participación de intermediarios o personas cercanas a los partidos, o con cargos previos en el gobierno que ahora trabajan en empresas privadas (puertas giratorias) que adquieren participaciones en corporaciones o conglomerados mediáticos que poseen medios audiovisuales, radios y periódicos. En cuanto a los actores políticos que se encuentran en el gobierno y que poseen y/o controlan medios de comunicación privados, es poco habitual encontrar casos reconocidos. Esta situación se mantiene de forma coherente a nivel nacional, regional y local.

- **Otros mecanismos de influencia política**

Las campañas institucionales y las subvenciones se consideran una forma indirecta de control de los medios por parte de los actores políticos en el gobierno[NOTA\_7117]. Además, la influencia política puede ejercerse en el proceso de concesión de licencias de televisión.

- **Influencia sobre la Agencia EFE**

Cabe hacer una mención especial a la Agencia EFE, que es una agencia pública de noticias que no está sujeta al control parlamentario y cuya financiación y dirección dependen del Gobierno[NOTA\_7118].

## AUTONOMÍA EDITORIAL

## RIESGO MEDIO BAJO

Aunque la Ley 13/2022 establece principios de independencia de los medios de comunicación, carece de disposiciones específicas sobre la interferencia política. En su lugar, el pluralismo mediático se protege mediante la autorregulación, basada en los Códigos Deontológicos adoptados por las asociaciones de periodistas desde 1992. Estos códigos promueven la imparcialidad y la independencia, prohibiendo los conflictos de intereses. Sin embargo, su aplicación depende de la integridad moral de los periodistas, ya que los órganos reguladores, como la Comisión de Arbitraje, únicamente emiten recomendaciones no vinculantes.

El primer código deontológico fue aprobado en noviembre de 1992 por el Colegio de Periodistas de Cataluña. En 1993, fue la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) la que aprobó un Código Deontológico para el ejercicio del periodismo. En Andalucía, también existe un código similar para los periodistas que trabajan en esa Comunidad Autónoma. Posteriormente, en el año 2000, fueron los profesionales del periodismo en Madrid quienes firmaron un Código Deontológico a través del Sindicato de Periodistas de Madrid. Estos códigos tienen como objetivo implicar a todos los periodistas y profesionales de la comunicación, estableciendo principios y pautas de conducta como la independencia, el pluralismo y la veracidad.

El organismo más relevante es la “Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo”, que forma parte de la Alianza de Consejos de Prensa Independientes de Europa y se define a sí misma como un “órgano arbitral entre la profesión y los ciudadanos que se sientan afectados por determinadas informaciones”.

Además, los medios de comunicación españoles disponen de sus propios códigos éticos o estatutos de redacción, que incluyen una serie de artículos con medidas de autorregulación para garantizar la independencia editorial. En esta misma línea, existen otros órganos de autorregulación que operan a nivel regional. Por ejemplo, el “Consell de la Informació de Catalunya” es el organismo encargado de supervisar el cumplimiento del Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña. En Andalucía, la “Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía” se encarga de velar por el cumplimiento tanto del código de la FAPE como del Código Deontológico Europeo del Consejo de Europa.

Todos estos organismos ofrecen la posibilidad a los ciudadanos y organizaciones de presentar una queja si consideran que un periodista o medio ha incurrido en una vulneración de la ética periodística. Una vez recibida la queja, suelen emitir dictámenes o pronunciamientos a través de órganos colegiados que incluyen representantes del periodismo, de los medios y de la ciudadanía.

Además de lo anterior, los dos principales periódicos españoles, El País (del grupo PRISA) y El Mundo, cuentan con estatutos de redacción que hacen referencia a la independencia editorial del medio.

En cuanto a la televisión, las dos principales cadenas son privadas: Antena 3 y Telecinco. En el caso de Antena 3, que pertenece al Grupo Atresmedia, sus servicios informativos se rigen por el Código de Conducta de los Servicios Informativos de Antena 3 TV, que incluye una mención específica a la información independiente.

Respecto a las emisoras de radio, Cadena SER y Onda Cero son las dos principales del país. Cadena SER

forma parte del grupo empresarial PRISA, y el Código Ético del grupo se aplica a todas las empresas que lo integran. La emisora Onda Cero, por su parte, pertenece al grupo Atresmedia, y el Código de Conducta del grupo es aplicable también a esta estación de radio.

## **Cuestiones que requieren especial atención**

- **Aplicación y eficacia de la autorregulación**

Como se ha señalado, los principales grupos mediáticos cuentan con mecanismos internos de cumplimiento. Sin embargo, dada la ausencia de poderes coercitivos estrictos, la influencia política sigue siendo una preocupación relevante. Según el Informe Anual de la Profesión Periodística 2023 [NOTA\_7119] de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), tanto los medios públicos como los privados en España están sujetos a influencias políticas. El informe sitúa la falta de independencia política o económica de los medios como uno de los principales problemas, solo por detrás de las condiciones laborales (salarios y falta de estabilidad), como ya se había observado en años anteriores.

Esto guarda relación con la limitada independencia que los periodistas tienen en su trabajo y con el bajo nivel de confianza pública en los periodistas y en los medios. El informe también destaca un descenso en la autoevaluación que los propios periodistas hacen de su situación profesional, mientras que la confianza pública ha experimentado un ligero aumento. Sin embargo, estos niveles siguen considerándose preocupantemente bajos. De hecho, el Reuters Institute Report señala que el 40% de las personas desconfían de las noticias, frente al 33% que afirma confiar habitualmente en ellas. El informe indica que las circunstancias son especialmente difíciles para los medios digitales.

- **Ausencia de garantías que impidan la influencia política en los nombramientos y destituciones de los redactores jefes**

En los medios privados, los nombramientos editoriales quedan a discreción de los consejos de administración de las empresas, lo que los hace susceptibles a presiones tanto políticas como económicas.

**INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN  
POLÍTICA DURANTE LAS ELECCIONES**

**RIESGO BAJO**

La integridad de la información política durante las elecciones en España está regulada por diversas normativas, principalmente por la Ley Orgánica 5/1985, conocida como LOREG, que regula la asignación de tiempos de emisión para los partidos políticos durante las campañas electorales. La Junta Electoral Central (JEC) es la encargada de velar por el cumplimiento de estas normas, que incluyen la obligación de que los medios de comunicación públicos ofrezcan una información igualitaria, proporcional y neutral.

La ley establece que los medios deben respetar el pluralismo político y garantiza el acceso de los partidos políticos a los tiempos de emisión, con normas específicas sobre la propaganda electoral recogidas en los artículos 66 y 67 de la LOREG. La Constitución Española (artículo 20.3) y la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) refuerzan esta exigencia de imparcialidad en la cobertura informativa de los medios.

## **Cuestiones que requieren especial atención**

- **Imparcialidad en la cobertura electoral**

A pesar del marco legal existente, persisten preocupaciones sobre posibles sesgos y parcialidad en la cobertura informativa durante los periodos electorales. Algunos críticos sostienen que el reparto de tiempos de propaganda electoral basado en fórmulas preestablecidas socava la independencia editorial y vulnera el derecho de los ciudadanos a recibir información imparcial.

- **Ausencia de datos**

No existe una autoridad reguladora nacional que realice estudios sobre la cobertura electoral de los medios privados o de los servicios públicos de comunicación (PSM) durante los comicios, lo que implica una carencia de datos. Esta falta se ve parcialmente compensada por los estudios elaborados por la autoridad reguladora catalana (CAC).

- **Transparencia en las campañas en línea**

La LOREG no garantiza la igualdad de oportunidades entre los candidatos electorales en el contexto de las campañas digitales. La legislación vigente no asegura condiciones equitativas ni transparencia en lo relativo a la publicidad política en línea durante los periodos electorales.

La ley no establece límites a la publicidad política digital, ni impone obligaciones a los partidos políticos respecto a la divulgación de los gastos asociados a dicha publicidad. Además, tampoco se contemplan restricciones sobre la recopilación de datos personales por parte de los partidos políticos.

- **Proactividad de la Agencia Española de Protección de Datos**

Más allá de la Circular 1/2019 y de la medida cautelar contra META (empresa privada) en el marco de las elecciones europeas de 2024, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) no ha mostrado voluntad de auditar a los partidos políticos ni de supervisar la aplicación de dicha Circular. Tampoco se han elaborado informes tras las distintas elecciones celebradas en España para verificar si los partidos políticos han actuado conforme a la ley y a la mencionada Circular, como señala el informe de 2024.

**REGULACIÓN ESTATAL DE LOS  
RECURSOS Y EL APOYO AL SECTOR DE  
LOS MEDIOS**

**RIESGO BAJO**

### **Regulación estatal de recursos y apoyo al sector mediático**

La Ley 13/2022 regula la concesión de licencias para servicios audiovisuales que requieren espectro radioeléctrico, y garantiza el acceso a medios diversos, asegurando el derecho a una comunicación audiovisual que refleje la diversidad ideológica, política y cultural de la sociedad a través de medios públicos, comerciales y comunitarios.

Por su parte, la Ley 29/2005 establece el marco jurídico para la publicidad institucional por parte de la Administración General del Estado y otras entidades del sector público. La Ley 29/1984, de 2 de agosto, regula la concesión de ayudas a empresas de medios de comunicación. Las subvenciones directas del Estado se distribuyen más a nivel autonómico que nacional. Los criterios para la asignación de estos recursos dependen de la comunidad autónoma y de la convocatoria correspondiente. Aun así, los recursos

más importantes se destinan a regiones con lenguas cooficiales. Normalmente, los importes asignados guardan relación con la audiencia.

## Cuestiones que requieren especial atención

- **Distribución de la publicidad institucional**

La asignación de publicidad institucional en España ha generado preocupaciones en torno al posible favoritismo y la influencia política. Existe una falta de claridad sobre el uso de fondos públicos con este fin, lo que ha incrementado las inquietudes respecto a la transparencia y la posibilidad de prácticas discrecionales en el proceso de asignación.

El Observatorio de Medios de España publicó un informe sobre los contratos de publicidad institucional, en el que se confirman las preocupaciones relativas a la falta de transparencia y al favoritismo partidista en la distribución de los fondos públicos destinados a publicidad.

## INDEPENDENCIA EN LA GOBERNANZA Y FINANCIACIÓN DE LOS MEDIOS PÚBLICOS

RIESGO MEDIO ALTO

El artículo 20.3 de la Constitución Española establece que la ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación públicos o controlados por el Estado, garantizando el acceso de los principales grupos sociales y políticos, y respetando el pluralismo de la sociedad y la diversidad lingüística de España.

La Ley 13/2022 dispone que los informativos y los programas de actualidad deben elaborarse conforme al derecho de los ciudadanos a recibir información veraz y con la diligencia profesional necesaria en la verificación de los hechos. Esta ley hace hincapié en la necesidad de ofrecer una información de calidad, objetiva, imparcial y que distinga claramente entre hechos y opiniones. Asimismo, promueve el pluralismo político, social y cultural, fomentando la libre formación de la opinión pública, y considera la autorregulación como un instrumento clave para garantizar estos principios.

Además, la Ley 17/2006 establece que RTVE debe asegurar una información objetiva, veraz y plural, ajustada a criterios de independencia profesional y pluralismo político, social e ideológico.

## Cuestiones que requieren especial atención

- **Influencia política e independencia en la gobernanza de RTVE**

Partidos políticos, sindicatos y el Consejo de Informativos de RTVE han denunciado problemas persistentes de parcialidad, censura y prácticas poco éticas en los informativos de la Corporación. En 2024, el gobierno aprobó un Real Decreto-ley que reforma el consejo de administración de RTVE, modificando la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de titularidad estatal.

La reforma mantiene la exigencia de una mayoría de dos tercios para los nombramientos iniciales del consejo, pero permite una segunda votación con mayoría simple (176 votos). Asimismo, amplía el número de miembros del consejo de 10 a 15: 11 serán designados por el Congreso —donde el gobierno ostenta la mayoría— y 4 por el Senado, dominado por la oposición.

Otro cambio importante es la eliminación del sistema de renovación escalonada, lo que implica que todos

los miembros del consejo serán nombrados y cesados al mismo tiempo, lo que podría provocar cambios bruscos en la gobernanza. Además, se introduce la dedicación exclusiva de los consejeros, sustituyendo el sistema anterior de servicio a tiempo parcial con dietas.

Los consejos internos de informativos de TVE y RNE han criticado duramente esta reforma, alertando de que la rebaja en los umbrales para los nombramientos pone en peligro la independencia de RTVE. Han reclamado acuerdos entre partidos y un proceso de selección basado en el mérito para garantizar que los miembros del consejo sean competentes, imparciales y representativos. La reforma ha suscitado preocupaciones sobre un posible aumento de la influencia política en los medios de comunicación públicos en España.

## **Recomendaciones para Independencia Política**

### **Recomendaciones para el Gobierno:**

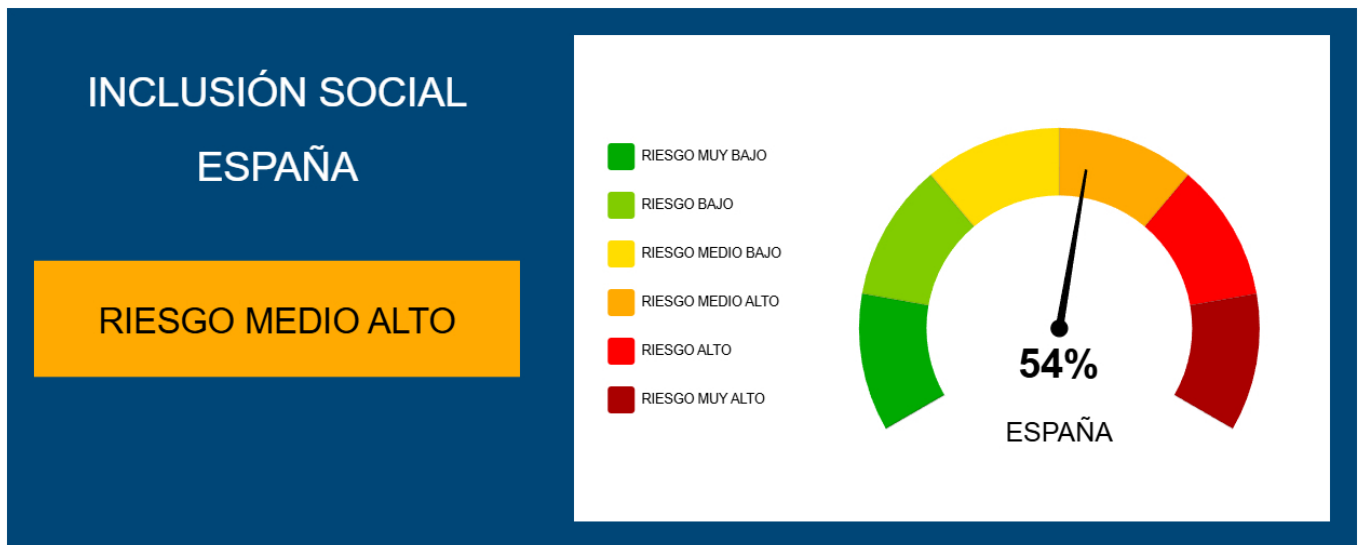
- Garantizar la transparencia en la propiedad de los medios. Exigir la divulgación de los intereses económicos y políticos en las empresas de medios privados para evitar interferencias políticas y cumplir con el nuevo marco normativo europeo sobre transparencia en los medios.
- Asegurar que las inversiones en publicidad institucional se asignen a través de una entidad que garantice supervisión imparcial, rendición de cuentas y una distribución equitativa.
- Introducir legislación que limite el control político indirecto sobre los medios mediante la publicidad institucional, las subvenciones o la asignación de licencias de televisión.
- Actualizar la legislación para garantizar una mayor transparencia en la publicidad política durante las campañas digitales, en consonancia con las nuevas normas del Parlamento Europeo.
- Asegurar que la Agencia EFE y otros medios públicos estén sometidos a control parlamentario, en lugar de depender directamente del Gobierno.
- Establecer una estructura de gobernanza independiente para la financiación y gestión de los medios de comunicación públicos, con el fin de prevenir la interferencia política.

### **Recomendaciones para las organizaciones mediáticas y los periodistas:**

- Reforzar los mecanismos de autorregulación mediante marcos de cumplimiento obligatorio para las empresas de medios, con el objetivo de evitar la injerencia política.
- Aumentar la transparencia en el nombramiento de cargos editoriales y directivos, especialmente en los medios de comunicación de servicio público.

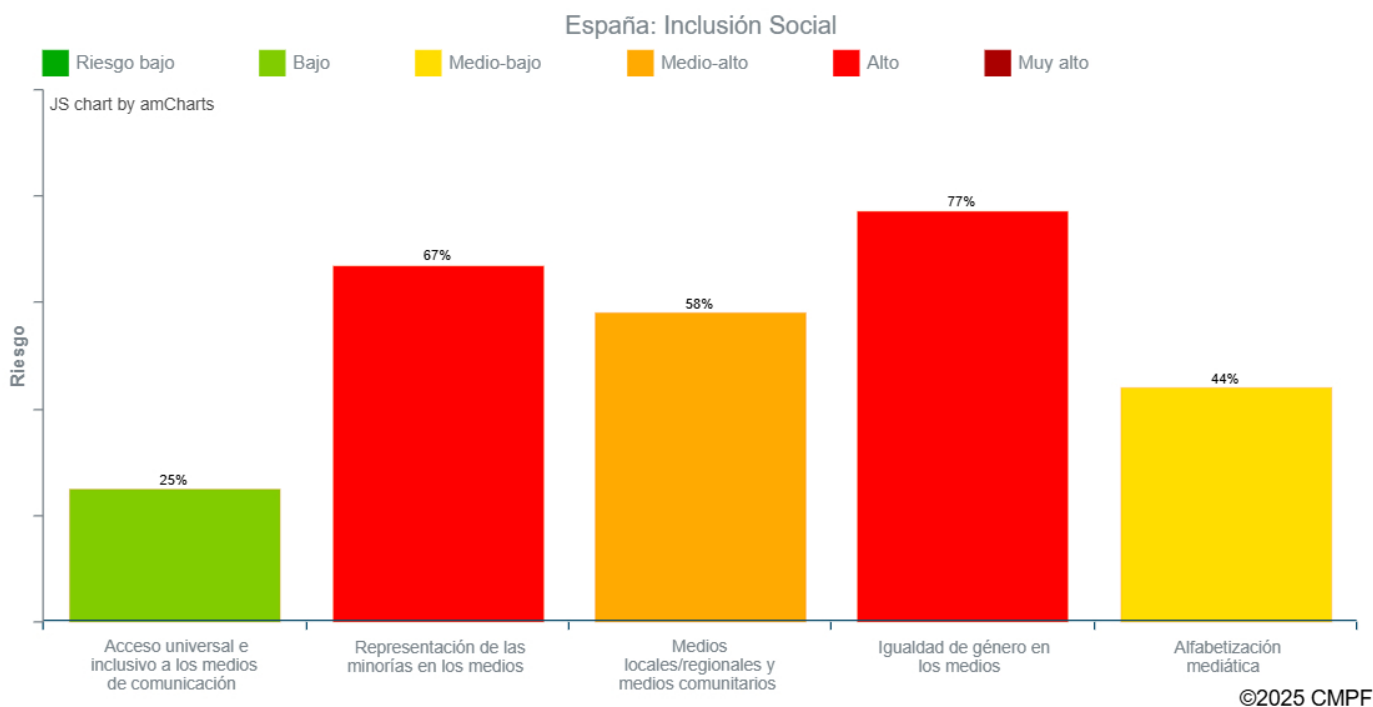
### 3.4. Inclusión social

El área de **Inclusión Social** se centra en el acceso universal, inclusivo y seguro a los medios de comunicación, especialmente por parte de ciertos grupos sociales: minorías, comunidades marginadas, comunidades locales y regionales, mujeres y personas con discapacidad. También se analiza el entorno de alfabetización mediática, considerado una condición previa esencial para la inclusión.



©2025 CMPF

El área de Inclusividad Social permanece asociada con un riesgo medio-alto. Las causas principales de estos resultados se encuentran en la representación de la comunidad marginada en contenido mediático; la implementación de alfabetización mediática; la correcta (y tardía) aplicación de la ley en términos de medios comunitarios; y la representación de las mujeres y la igualdad de género en los medios.



©2025 CMPF

El único indicador que muestra un cambio de riesgo es Medios Locales/Regionales y Comunitarios, que está asociado con un nivel medio-alto. El resto de los indicadores permanecen estables. Tanto la Igualdad de género en los medios como la representación de las minorías en los medios están asociadas con un nivel alto de riesgo. Un nuevo indicador, Acceso universal e inclusivo a los medios, se estima en un nivel

bajo de riesgo.

## ACCESO UNIVERSAL E INCLUSIVO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RIESGO BAJO

Entre las disposiciones de la Ley 17/2006, de 5 de junio de 2006<sup>[9]</sup>, sobre la radio y la televisión de titularidad estatal, el artículo 2.3 establece que las emisiones estatales deberán aspirar a lograr una cobertura universal. RTVE tiene centros territoriales en todas las comunidades autónomas, lo que significa que todo el territorio está cubierto por señal de los MSP. Sin embargo, aunque el artículo 20 de la Constitución Española<sup>[10]</sup>, que garantiza los valores de pluralismo, veracidad y accesibilidad en los MSP, debe tenerse en cuenta, no siempre es posible corroborar qué medidas se han tomado para asegurar la adecuada prominencia del contenido de interés público producido por los MSP en España. Esta misma idea también se refleja en la política sobre accesibilidad a los medios para las personas con discapacidad en este país. En cuanto a la Neutralidad de la Red, la ley española 11/2022, de 28 de junio<sup>[11]</sup> General de Telecomunicaciones, en su artículo 76.9 establece que el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital es responsable de supervisar la aplicación del reglamento de la UE relativo al acceso abierto a Internet y la neutralidad de la red. En este sentido, existen garantías regulatorias respecto a la neutralidad de la red en España y, además, se implementan en la práctica.

### Cuestiones que requieren un escrutinio particular.

- **Accesibilidad en los medios**

El gobierno español aprobó el II Plan Nacional de Accesibilidad Universal<sup>[13]</sup> para el periodo 2023-2032 el 19 de julio de 2023. En este ambicioso plan, todas las personas tendrán igual acceso a las oportunidades y estarán totalmente incluidas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas. En este sentido, a pesar de las mejoras, no siempre se ha logrado el cumplimiento total de los requisitos de los servicios de accesibilidad. Un punto importante a destacar es el retraso en la publicación de los informes de la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia). Uno de los principales problemas es que no hay una mejora o cambio evidente respecto al año pasado en esta área. Además, existe una gran diferencia entre los medios públicos y privados, así como entre los medios grandes y pequeños. Según nuestra experta entrevistada Estel·la Oncins, miembro del grupo de investigación TransMedia Catalonia de la UAB, quien tiene una larga experiencia en accesibilidad, los medios públicos son los más avanzados en términos de accesibilidad, mientras que los medios privados están adoptando gradualmente una política de accesibilidad. Algunos medios, como la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals<sup>[14]</sup> y RTVE, tienen departamentos internos que coordinan la accesibilidad y están desarrollando planes de accesibilidad.

## REPRESENTACIÓN DE LAS MINORÍAS EN LOS MEDIOS

RIESGO ALTO

El Gobierno español niega explícitamente la existencia de cualquier minoría nacional en España. El artículo 20.3 de la Constitución Española establece directrices para la organización y supervisión de los medios de

comunicación dependientes del Estado o de titularidad pública, garantizando que los grupos sociales y políticos significativos puedan acceder a estos medios, respetando la diversidad y la pluralidad de la sociedad. Sin embargo, las lenguas minoritarias y las comunidades marginadas presentan un alto riesgo en cuanto a una representación equitativa o no estereotipada.

## Cuestiones que requieren un escrutinio particular

- **Lenguas minoritarias**

La Ley 17/2006 de 5 de junio establece la estructura de RTVE, garantizando la representación lingüística regional en las comunidades autónomas con lengua propia, tal como se estipula en el artículo 7.4. De acuerdo con la Ley 7/2010<sup>[15]</sup> de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los operadores de medios son responsables de promover la comprensión de las lenguas oficiales y las expresiones culturales. Sin embargo, se ha observado que existen deficiencias en la disponibilidad de programas en lenguas minoritarias, como lo han confirmado expertos de la Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias<sup>[16]</sup>.

- **Ausencia de una política de diversidad y de representación de comunidades marginadas en los medios públicos**

A pesar de que los medios públicos deben ser accesibles para los principales grupos sociales conforme a la Constitución Española y la Ley de Radiodifusión Pública, y de acuerdo con el artículo 20.3 de la Constitución Española, que señala que RTVE está facultada para promover el pluralismo mediante el ejercicio de su derecho de acceso, existen algunos grupos, como el pueblo gitano, que están subrepresentados y tienen una visibilidad mínima en los medios de comunicación. En este sentido, al igual que con el Acceso Universal, resulta especialmente interesante destacar que persisten problemas similares a los del año pasado.

- **Protección contra el discurso de odio**

El principal problema respecto a esta cuestión en España es que, aunque existe un marco normativo, presenta algunas deficiencias. Por ejemplo, la Oficina Nacional de Lucha contra los Delitos de Odio (ONDOD) en España está actualmente implementando el II Plan de Acción contra los Delitos de Odio (2022-2024)<sup>[17]</sup>. Sin embargo, este plan aún se encuentra en fase de implementación y no todas sus acciones se han completado. Por lo tanto, existe una dificultad para aplicar soluciones a nivel nacional, local y en los distintos estratos sociales, así como para seguir el impacto y la evolución de dichas soluciones.

**MEDIOS LOCALES/REGIONALES Y  
MEDIOS COMUNITARIOS**

**RIESGO MEDIO ALTO**

El gobierno es responsable de la gobernanza del espectro radioeléctrico, un recurso de propiedad pública, de acuerdo con el artículo 43 de la Ley 32/2003<sup>[18]</sup> General de Telecomunicaciones. La gestión del espectro

en España cumple con esta ley. Las Comunidades Autónomas españolas son responsables de desarrollar políticas de apoyo a los medios regionales y locales. No obstante, el Estado también concede determinadas subvenciones, como las ofrecidas por el Ministerio de Cultura para revistas de arte y cultura. Un total de 700.000 euros se asigna a empresas en 2024, así como 300.000 euros a organizaciones sin ánimo de lucro que publican revistas. Las bases reguladoras de esta ayuda fueron establecidas por la Orden CUL/2912/2010<sup>[19]</sup>, de 10 de noviembre de 2010, y publicadas en el BOE número 275, de fecha 13 de noviembre de 2010. Para reforzar la transparencia, el pluralismo y el derecho a la información, el Gobierno presentó el Plan de Acción para la Democracia en septiembre de 2024<sup>[20]</sup>. Será crucial realizar un análisis en profundidad sobre cómo se implementa este plan en los próximos años.

## Cuestiones que requieren un escrutinio particular

### • Disponibilidad de programas informativos locales

RTVE y FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos) firmaron el 19 de julio de 2021 un acuerdo de colaboración, llamado “Convenio Compostela”<sup>[21]</sup>. Con este acuerdo, RTVE y FORTA buscaron fortalecer el posicionamiento de los servicios audiovisuales públicos a nivel nacional, europeo e internacional, en un mercado cada vez más global. FORTA es una asociación de 12 emisoras públicas de radio y televisión de las comunidades autónomas de España y su colaboración con RTVE, la radiotelevisión pública española, sirve para fortalecer y visibilizar el papel de los medios a nivel regional. Sin embargo, algunas de ellas están más consolidadas o tienen más fuerza que otras. El tiempo de establecimiento en el territorio es un factor clave, pero también existen otras dificultades en la emisión que hacen que no siempre se alcance a todas las audiencias potenciales.

### • Medios comunitarios en limbo

En España, el reconocimiento de este tipo de medios se estableció desde la ley de 2010 y fue reafirmado posteriormente en la ley de 2019. Sin embargo, algunos aspectos fundamentales no se han implementado. Por un lado, se garantiza el acceso a licencias, una disposición que ya estaba incluida en la ley de 2010 sin que se haya tomado ninguna acción concreta. De manera similar, en la ley de 2019 se introdujo una disposición transitoria, pero no llega a reservar espacio radioeléctrico para la radio comunitaria, lo que implica el incumplimiento de esta medida. Por otro lado, la promoción económica de estos medios tampoco se ha realizado. En España no existe un mecanismo específico para su financiación. Aunque puede ser posible el acceso a ciertos proyectos o subvenciones ocasionales, no se ha establecido un sistema de apoyo dedicado para este sector. Desde un punto de vista legal, esta situación genera un estado de incertidumbre. Las administraciones reconocen la existencia de estos medios y los incluyen en sus registros para una posible concesión de licencia futura. Sin embargo, en la práctica, mientras no se libere el espacio radioeléctrico necesario y no se desarrolle un plan técnico que los reconozca formalmente, estos medios permanecen en un estado de limbo legal. Esta falta de seguridad regulatoria los coloca en una posición vulnerable, ya que su continuidad depende únicamente de la buena voluntad de las administraciones. En septiembre de 2024 se presentó el primer “Mapa de la Comunicación Rural”<sup>[22]</sup> en España, elaborado por la Cátedra de Desafío Demográfico y Despoblación de Next Educación, que cuenta con un total de 2682 medios locales, todos ellos revisados y validados por la Red de Periodistas Rurales. En general, según David Gallego, presidente de la ReMC, en España el problema es que los medios comunitarios, además de ser locales, a veces son incluso medios de barrio, y su potencia de emisión es baja. Y además, a los medios comunitarios se suman emisoras locales o comerciales o, en ocasiones,

piratas, que emiten con mucha más potencia de la que deberían, ahogando en algunos casos el espacio de los medios comunitarios. En definitiva, el marco legal existente no se cumple plenamente, ya que aún no garantiza un espacio reservado para los medios comunitarios.

## IGUALDAD DE GÉNERO EN LOS MEDIOS

RIESGO ALTO

En España, la Constitución de 1978 proclama la igualdad de mujeres y hombres. Desde la publicación de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, se han multiplicado las medidas de acción positiva destinadas a eliminar las desigualdades estructurales y persistentes, también en el ámbito de los medios de comunicación. La ley obliga a los medios a respetar la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación. En el caso de los medios públicos, también les obliga a asegurar la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres, y a promover el conocimiento y la difusión del principio de igualdad. A nivel empresarial, se deben cumplir las normas que garantizan el equilibrio de género y el trato igualitario en todos los puestos profesionales. A pesar de ello, persisten desequilibrios y las mejoras se han ralentizado en los últimos años. En un contexto en el que los derechos de las mujeres están gravemente amenazados debido al auge de la extrema derecha, el incumplimiento de deberes por parte de los medios sitúa a España en una posición de alto riesgo.

### **Cuestiones que requieren un escrutinio particular**

- **Planes de igualdad y manuales de estilo**

En diciembre de 2024, no todas las emisoras de radio y televisión públicas o financiadas con fondos públicos habían firmado planes de igualdad (obligatorios desde 2007 para empresas con más de 250 empleados y desde 2019 para empresas con más de 50 empleados). Las referencias a la igualdad de género en los manuales de estilo o documentos similares tienden a ser muy genéricas. En muchos casos, los registros no se han actualizado a lo largo de los años. Se puede sugerir que el objetivo es más cumplir con la normativa sobre el papel que aplicar efectivamente una perspectiva de género en la información y otros contenidos.

- **Mujeres en puestos de dirección**

Hay una falta de mujeres en puestos de dirección (juntas directivas, cargos ejecutivos, directoras) tanto en medios públicos como privados. Para responder a las preguntas de si las mujeres están representadas en programas de noticias y actualidad de manera proporcional y libre de estereotipos, y si participan como expertas en programas y artículos informativos y políticos en la misma medida que los hombres, solo hemos podido acceder a informes de dos de las trece organizaciones de radio y televisión públicas o financiadas con fondos públicos. La presencia de mujeres nunca alcanza el 50%, y en muchos casos ni siquiera llega al 40%. Además, la falta de información es un problema en sí mismo. La cuestión es si este problema debe considerarse como un signo de desinterés por parte de los responsables de los medios o, más radicalmente, como un signo de resistencia al avance de las mujeres.

En España, la ley educativa vigente es la LOMLOE (Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica de Educación de 2006<sup>[23]</sup>). En esta ley ya se incluye la educación mediática, así como algunas competencias relacionadas con la educación mediática, pero no se conoce bien cómo debe aplicarse o desplegarse esta ley. En ese sentido, en los últimos años ha habido algunos avances en términos de educación mediática, pero no se ha definido ni incorporado de manera sistemática. Al mismo tiempo, podríamos decir que existe una financiación estable para la alfabetización mediática, pero no es suficiente o está basada en proyectos. Un punto positivo es que el gobierno español está desarrollando actualmente un Plan de Alfabetización Mediática que se implementará en varias asignaturas desde la educación primaria hasta la educación superior. En esta iniciativa, se enseñará a los estudiantes cómo evitar la desinformación en Internet y cómo navegar de forma segura por las redes sociales.

### **Cuestiones que requieren un escrutinio particular**

- **Alfabetización mediática para educadores en alfabetización mediática**

Actualmente, los educadores solo reciben formación esporádica en alfabetización mediática. En diciembre de 2020 se sancionó una nueva legislación educativa, conocida como Ley Orgánica 3/2020, que afecta tanto a la educación primaria como a la educación secundaria obligatoria. A fecha de marzo de 2022, solo se habían ratificado los Reales Decretos destinados a aclarar y establecer los requisitos estructurales y esenciales educativos para la Educación Primaria y la Educación Secundaria Obligatoria (Reales Decretos 157/2022, de 1 de marzo de 2022, y 217/2022, de 29 de marzo de 2022). Como resultado de los cambios iniciados, algunas partes ya se implementaron durante el curso académico 2022-2023 y el resto de los cambios se implementaron a lo largo del curso académico 2023-2024. Una resolución emitida por la Dirección General de Evaluación y Cooperación Territorial el 4 de mayo de 2022, que difunde el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Educación sobre la revisión del marco de referencia para la competencia digital docente, fue publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el 16 de mayo de 2023. Como resultado de este marco de referencia contemporáneo, se ha revisado y revitalizado el acuerdo establecido en la Conferencia Sectorial de Educación (Resolución de 2 de julio de 2020, de la Dirección General de Evaluación y Cooperación Territorial, BOE de 13 de julio de 2020) dos años antes. A pesar de los cambios introducidos a través de nuevas normativas y políticas, mantenemos el optimismo sobre el futuro y anticipamos avances sustanciales en los próximos años. Sin embargo, el tiempo limitado entre la propuesta de nuevas medidas y la formulación de este informe limita el alcance con el que se pueden evaluar los posibles cambios.

## Recomendaciones para Inclusión Social

### Recomendaciones para el Gobierno:

- Implementar completamente las leyes existentes reservando espectro radioeléctrico para los medios comunitarios y estableciendo un mecanismo de financiación dedicado y estable que apoye su sostenibilidad, asegurando que estas voces locales no sean silenciadas por emisoras comerciales o piratas.
- Hacer cumplir las normativas vigentes sobre igualdad de género, exigiendo a todos los medios públicos y financiados con fondos públicos que implementen, actualicen y publiquen informes sobre planes de igualdad, incluyendo medidas para aumentar la representación de mujeres en puestos de liderazgo y en los contenidos.
- Crear políticas nacionales claras que obliguen a la inclusión de voces, lenguas y culturas minoritarias en la programación de los medios de servicio público. Asegurar mecanismos de monitoreo e incentivos para que los medios privados promuevan estándares similares.
- Acelerar el despliegue del Plan de Alfabetización Mediática de España, garantizando que la formación docente sea sistemática, bien financiada y obligatoria. Desarrollar estrategias a largo plazo más allá de proyectos piloto para integrar la alfabetización mediática en todos los niveles educativos.
- Implementar y ampliar plenamente el Plan de Acción Contra los Delitos de Odio, asegurando la coordinación entre reguladores de medios, sociedad civil y fuerzas de seguridad para rastrear contenidos de odio y mejorar las campañas de sensibilización pública.

### Recomendaciones para las organizaciones mediáticas:

- Los medios de comunicación deberían publicar de forma proactiva estadísticas sobre la representación de género y minorías —tanto en puestos de liderazgo como en el contenido informativo— y comprometerse a realizar auditorías regulares e informes de progreso para mejorar la rendición de cuentas.
- Desarrollar e implementar políticas en las redacciones sobre comunicación accesible (por ejemplo, lengua de signos, subtítulos, lectores de pantalla), lenguaje inclusivo y cobertura culturalmente sensible. Nombrar responsables o comités de diversidad para supervisar el progreso.
- Establecer alianzas con organizaciones de base, comunidades minoritarias y medios locales para coproducir contenidos que reflejen perspectivas infrarrepresentadas. Esto no solo mejora la representación, sino que también fortalece la confianza y el alcance de la audiencia.

## 4. Observatorio EMFA – Año 1: Antes de la implementación

En esta sección, evaluamos el estado de la cuestión de la EMFA antes de su entrada en pleno vigor, basándonos en temas específicos supervisados por el cuestionario del MPM.

### PROTECCIÓN FUNDAMENTAL

#### Moderación del contenido de los medios por parte de las plataformas

Las plataformas en línea no informan sobre las acciones de moderación de contenidos de una manera transparente ni significativa. A pesar de haber publicado los informes de la DSA, las grandes plataformas se limitan a divulgar información general sobre el número y el tipo de solicitudes de las autoridades nacionales, pero no proporcionan ninguna información que pueda ayudar a comprender la legitimidad de las medidas adoptadas. Mientras que las plataformas en línea y los motores de búsqueda no ofrecen información suficiente para evaluar sus acciones de moderación de contenidos, el monitor del Mecanismo de Respuesta Rápida para la Libertad de los Medios de Comunicación informa sobre varios casos relacionados con periodistas que trabajan en España que sugieren que las plataformas en línea, al menos en ocasiones, no moderan los contenidos de manera diligente, objetiva y proporcionada, vulnerando así los derechos a la libertad de expresión.

#### Vigilancia de periodistas y protección de las fuentes

Actualmente, España carece de leyes específicas para prevenir la vigilancia ilegal de periodistas, profesionales de los medios o personas con vínculos regulares o profesionales con los medios de comunicación. A pesar del llamamiento del Parlamento Europeo en junio de 2023 instando a España a reformar el marco regulatorio del Centro Nacional de Inteligencia (CNI), no se ha tomado ninguna medida legislativa concreta. *El País* informó recientemente de que el Gobierno español está considerando revisar el marco legal del CNI para fortalecer la protección del derecho a la información y la libertad de expresión, pero estos cambios aún no se han materializado. La necesidad de reforma se ha vuelto más urgente tras el escándalo Pegasus, que reveló que varios periodistas y políticos en España fueron objetivo del controvertido software de vigilancia.

#### Autoridades Regulatoras Nacionales

El Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) es la autoridad reguladora independiente de España para el sector audiovisual. La CNMC opera bajo la Ley 3/2013, de 4 de junio, que establece su marco legal. En última instancia, es el Ejecutivo el responsable de nombrar a los miembros del Consejo de la CNMC. Si bien el Congreso de los Diputados tiene la facultad de vetar estos nombramientos, para ello requiere el apoyo de una mayoría absoluta de los diputados. En la práctica, esto significa que el partido o la coalición gobernante puede nombrar a personas sin necesidad de un amplio consenso ni de negociar con los partidos de la oposición. La situación relativa a la autonomía e independencia de la autoridad mediática española no ha cambiado significativamente desde el año pasado. Las fuentes consultadas para evaluar el trabajo de la CNMC no muestran ninguna evidencia que ponga en duda la independencia de sus decisiones. La autoridad mediática española nunca ha sido condenada tras una investigación por parte de organismos anticorrupción. La CNMC

cumple con lo mencionado en el artículo 7.3 de la EMFA, en el sentido de que dispone de recursos financieros, humanos y técnicos adecuados para llevar a cabo sus tareas.

## PLURALIDAD DEL MERCADO

### Transparencia de la propiedad de los medios

La obligación legal de informar públicamente sobre la propiedad de los medios solo se aplicaba al sector audiovisual. Pero según el Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento y del Consejo de 11 de abril de 2024, en el mercado de los medios digitales, los proveedores de plataformas de intercambio de vídeos o los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño podrían encajar en la definición de proveedor de servicios de comunicación social. Tal y como se anunció en el Plan de Acción para la Democracia en septiembre de 2024, el Gobierno tiene la intención de dotar de mayor transparencia al ecosistema de medios para garantizar una información veraz enmarcada en el Plan de Acción para la Democracia Europea, aprobado por la Comisión Europea en 2020, y el Reglamento (UE) 2024/1083, sobre la libertad de los medios de comunicación, que entró en vigor en España en mayo de 2024. Hasta que se cree el nuevo registro de medios, solo los proveedores de servicios audiovisuales están obligados a presentar esta información, no todos los medios de comunicación. Por lo tanto, la EMFA aún no está plenamente implementada.

### Concentraciones del mercado de los medios

España carece actualmente de un marco legal que evalúe explícitamente el impacto de la concentración de medios en el pluralismo y la independencia editorial, como exige el artículo 22 del Reglamento (UE) 2024/1083. La Ley General de Comunicación Audiovisual se refiere al pluralismo en el contexto de la limitación de la propiedad en los mercados de televisión y radio por ondas hercianas, pero estas disposiciones se centran en evitar una concentración empresarial excesiva en lugar de salvaguardar la independencia editorial. Por ejemplo, el artículo 35.2 establece un límite del 27 % de cuota de audiencia para adquirir participaciones en múltiples proveedores de televisión de ámbito nacional, pero la base de este umbral no está clara. Del mismo modo, el artículo 78 aplica límites de propiedad en el sector de la radio sin justificar cómo estos contribuyen al pluralismo. Si bien la ley se refiere a la promoción de la "pluralidad de la comunicación audiovisual" (artículo 5), lo hace solo de manera genérica, basándose en la autorregulación voluntaria y los códigos de conducta. Este enfoque fragmentado y vago no logra garantizar un pluralismo mediático y una independencia editorial significativos en la práctica.

### Independencia editorial (económica)

El informe de 2023 de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) destaca las persistentes preocupaciones de los periodistas españoles sobre las presiones políticas y económicas, situadas justo por detrás de la precariedad laboral y los bajos salarios. Solo el 24 % de los periodistas contratados y el 34 % de los autónomos declararon no haber recibido nunca presiones para alterar contenidos, mientras que el 66 % de los empleados experimentaron dichas presiones de forma repetida. De manera alarmante, el 71 % admitió haber cedido, principalmente por miedo a represalias o por alinearse con las políticas de la empresa. Las presiones a menudo provienen de intereses empresariales (40-50 %) y de agendas políticas o económicas. Un tercio de los periodistas admitió haber aceptado coberturas

favorables a cambio de publicidad, lo que contribuye a la disminución de la confianza pública. El índice de 2024 de Reporteros Sin Fronteras muestra una ligera mejora en la clasificación de independencia económica de España, pero el 58 % de los españoles sigue creyendo que el contenido de los medios está influenciado política o comercialmente. En respuesta, el gobierno introdujo un "Plan de Acción para la Democracia" con medidas como un registro de propiedad y financiación de los medios. También persisten las preocupaciones sobre la dependencia de los medios digitales del "clickbait", lo que ha llevado a Google a revisar su algoritmo y al gobierno a lanzar un paquete de ayudas de 124,5 millones de euros para frenar tales prácticas. Además, el Real Decreto 444/2024 tiene como objetivo regular a los *influencers*, aunque el cumplimiento sigue siendo bajo. En general, si bien las presiones persisten, no son totalmente sistemáticas, pero la influencia comercial, especialmente en los medios digitales, sigue siendo un problema clave.

## INDEPENDENCIA POLÍTICA

### Independencia editorial (política)

Existen códigos de conducta que abordan la independencia del periodista —entendida como la prohibición de la influencia política— y mecanismos de autorregulación que salvaguardan esta independencia a través de quejas, gestionadas de forma no punitiva. Por esta razón, solo sirven parcialmente para prevenir la influencia política, ya que el resultado final depende de la integridad moral del periodista. Es cierto que los mecanismos de autorregulación son más comunes y reconocidos hoy en día, sin embargo, la implementación de estos mecanismos es algo que depende principalmente de la buena voluntad de cada periodista. Algunos autores afirman que dichos Colegios deberían tener el poder de imponer medidas más coercitivas, pero la verdad es que en España hay nueve colegios profesionales de periodistas que forman parte de una red establecida en 2018 (Andalucía, Asturias, Castilla y León, Cataluña, Galicia, La Rioja, Murcia, Navarra y el País Vasco). Estas asociaciones también tienen una función reguladora, asegurando el cumplimiento de las normas éticas y profesionales definidas por códigos como el mencionado anteriormente de la FAPE. Sin embargo, no poseen un poder sancionador directo en el sentido legal o administrativo. En su lugar, su función se centra en tramitar las quejas a través de comisiones de ética y arbitraje específicas.

### Publicidad institucional

La Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional establece el régimen jurídico de las campañas de publicidad y comunicación institucional promovidas o contratadas por la Administración General del Estado. La ley prohíbe el uso de la publicidad oficial para promover "logros de gestión" y también prohíbe la publicidad gubernamental durante los períodos electorales. El artículo 14 establece la obligación del Gobierno de elaborar un informe anual de publicidad y comunicación que incluya todas las campañas institucionales realizadas, su importe, los adjudicatarios de los contratos y, en el caso de las campañas publicitarias, los correspondientes planes de medios. La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece una estructura que promueve la transparencia y la equidad en la distribución de los fondos publicitarios a los medios. Sin embargo, la Ley 19/2014, de Transparencia y Buen Gobierno, no aborda específicamente la publicidad institucional. Como resultado, existe una falta de claridad sobre el uso de los fondos públicos para este fin, y han surgido preocupaciones sobre la transparencia y las posibles prácticas discrecionales en la asignación de estos

fondos. La publicidad institucional es utilizada con frecuencia por los partidos políticos, especialmente los que ocupan posiciones de poder, como un medio para influir en los medios de comunicación.

### **Independencia de los medios de comunicación públicos**

El Gobierno español ha aprobado un real decreto que modifica el proceso de nombramiento de los miembros del consejo de administración del ente público RTVE. Si bien la primera votación todavía requiere una mayoría de dos tercios del parlamento, una segunda votación puede ahora confirmar los nombramientos con una mayoría absoluta simple (176 votos). Los críticos argumentan que este cambio reduce la necesidad de un amplio consenso político y amenaza con socavar el pluralismo. El decreto también amplía el consejo de 10 a 15 miembros: 11 nombrados por el Congreso, donde el gobierno tiene mayoría, y 4 por el Senado, dominado por la oposición. Además, se elimina el sistema de renovaciones escalonadas, lo que significa que todos los miembros del consejo serán ahora nombrados y reemplazados al mismo tiempo, lo que podría provocar cambios bruscos en la gobernanza. Otro cambio introduce la dedicación a tiempo completo para los miembros del consejo, reemplazando el sistema anterior de servicio a tiempo parcial con dietas. Los consejos de informativos internos de RTVE (TVE y RNE) han criticado la reforma, advirtiendo que la rebaja de los umbrales de nombramiento pone en peligro la independencia del ente público. Piden acuerdos entre partidos y un proceso de selección basado en el mérito para garantizar que los miembros del consejo sean competentes, imparciales y representativos. La reforma suscita preocupación por un aumento de la influencia política sobre los medios de comunicación públicos en España.

## 5. Referencias

- II Plan Accesibilidad Universal <https://www.rpdiscapacidad.gob.es/estudios-publicaciones/PlanNacionalAccesibilidad.pdf> <https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/Delitos-de-odio/descargas/>
- II de Acción contra los Delitos de Odio (2022-2024) <https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/Delitos-de-odio/descargas/IIPLAN-DE-ACCION-DE-LUCHA-CONTRA-LOS-DELITOS-DE-ODIO-english-version-copy-00001.pdf>
- Anteproyecto de Ley de Información Clasificada- Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. <https://www.mpr.gob.es/servicios/participacion/audienciapublica/Documents/VSGT%202022/2022-0510%20APL%20Informaci%C3%B3n%20Clasificada/APL%20Informacio%CC%81n%20Clasificada.pdf>
- Asociación de la Prensa de Madrid. (2024a, June 30). Organizaciones protransparencia: "La Ley de Secretos Oficiales no garantiza el equilibrio entre clasificación de información y libertad de información". Asociación de la Prensa de Madrid. <https://www.apmadrid.es/organizaciones-protransparencia-la-ley-desecretos-oficiales-no-garantiza-el-equilibrio-entre-clasificacion-de-informacion-y-libertad-de-informacion/>
- Asociación de la Prensa de Madrid. (2024b, June 30). Organizaciones de la sociedad civil instan al Senado español a modificar el proyecto de ley de protección de los informantes. Asociación de la Prensa de Madrid. <https://www.apmadrid.es/organizaciones-de-la-sociedad-civil-istan-al-senado-espanol-a-modificar-elproyecto-de-ley-de-proteccion-de-los-informantes/>
- CNCM (2023) Anual. Memoria [https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor\\_contenidos/CNMC/Memorias/Memoria%20CNMC\\_2023.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/CNMC/Memorias/Memoria%20CNMC_2023.pdf)
- CNMC (2024) Telecomunicaciones y audiovisual. Informe económico-sectorial 2023. ESTAD/CNMC/004/24. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5410607.pdf>
- CNMC (2024a) Resolución del procedimiento sancionador incoado a corporación de radio y televisión española s.a. por el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 122.3 de la ley 13/2022. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5401506.pdf>
- CNMC (2024b) Resolución del procedimiento sancionador incoado a atresmedia corporación de medios de comunicación s.a. por el incumplimiento de lo dispuesto en los artículos 122.3 y 123.4 de la ley 13/2022. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5546086.pdf>
- Constitución Española (BOE núm. 311, de 29/12/1978). [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con)
- Diario Red. (2024, December 17). Diario Red gana en tribunales al vicepresidente de la Asamblea de Extremadura, que ofreció puesto de chófer a cambio de echar polvo. Diario Red. <https://www.diario-red.com/articulo/medios/diario-red-gana-tribunales-vicepresidente-asamblea-extremadura-que-ofrecio-puestochofer-cambio-echar-polvo/20241217193146040045.html>
- eldiario.es. (2024, December 9). At the request of corrupt judge, magistrate sends Spanish journalist to the dock. eldiario.es. [https://www.eldiario.es/politica/at-the-request-of-corrupt-judge-magistrate-sends-spanish-journalist-to-the-dock\\_1\\_10916679.html](https://www.eldiario.es/politica/at-the-request-of-corrupt-judge-magistrate-sends-spanish-journalist-to-the-dock_1_10916679.html)
- El Nacional. (2024, December 9). Vox pide 2 años de prisión para el periodista Jair Domínguez por delito de odio. El Nacional. [https://www.elnacional.cat/es/politica/vox-pide-2-anos-prision-periodista-jairdominguez-delito-odio\\_1293645\\_102.html](https://www.elnacional.cat/es/politica/vox-pide-2-anos-prision-periodista-jairdominguez-delito-odio_1293645_102.html)
- El País. (2023, June 15). La Eurocámara pide a España que investigue a fondo el espionaje con software Pegasus. El País. <https://elpais.com/espana/2023-06-15/la-eurocamara-pide-a-espana-que-investigue-a-fondo-el-espionajecon-software-pegasus.html>
- El País. (2024, September 24). El PSOE hace un guiño al PNV y da luz verde a su propuesta para reformar el servicio secreto. El País. <https://elpais.com/espana/2024-09-24/el-psoe-hace-un-guino-al-pnv-y-da-luzverde-a-su-propuesta-para-reformar-el-servicio-secreto.html>

European Commission (2024) Rule of Law Report Spain.

[https://commission.europa.eu/document/download/2bd09a6fef56-494a-8303-e0de808ee981\\_en?filename=23\\_1\\_58063\\_coun\\_chap\\_spain\\_en\\_0.pdf](https://commission.europa.eu/document/download/2bd09a6fef56-494a-8303-e0de808ee981_en?filename=23_1_58063_coun_chap_spain_en_0.pdf)

FESP(2024,November25).25N:Eshoradeacabarconlaviolenciacontralasperiodistas.Federaciónde AsociacionesdePeriodistasdeEspaña.<https://fesperiodistas.org/25n-es-hora-de-acabar-con-la-violenciacontra-las-periodistas/>

FAPE (2017) Código Deontológico. <https://fape.es/home/codigo-deontologico-1/> Gobierno de España (2024). Plan de Acción para la Democracia. [https://www.mpr.gob.es/prencom/notas/Documents/2024/2024-3002\\_Plan\\_de\\_accion.pdf](https://www.mpr.gob.es/prencom/notas/Documents/2024/2024-3002_Plan_de_accion.pdf)

INFOADEX (2024) Estudio de la inversión publicitaria en España 2024. <https://www.infoadex.es/wpcontent/uploads/2024/02/Estudio-InfoAdex-2024-Resumen.pdf>

Informe sobre supervisión en España de normativa europea en materia de acceso a una Internet abierta [https://avance.digital.gob.es/bandaancha/Informesneutralidadred/NN\\_informe\\_ESPA%C3%91A\\_2023.pdf](https://avance.digital.gob.es/bandaancha/Informesneutralidadred/NN_informe_ESPA%C3%91A_2023.pdf)

LaRazón. (2024, June30). JoséLuisRodríguez, presidentedeTransparencia: "Es legítimoque las administracionesincumplan nuestras resoluciones".LaRazón.[https://www.larazon.es/espana/jose-luis-rodriguez-presidente-transparencia-legitimo-que-administraciones-incumplan-nuestras-resoluciones\\_2024063066815494ab9b48000141c56e.html](https://www.larazon.es/espana/jose-luis-rodriguez-presidente-transparencia-legitimo-que-administraciones-incumplan-nuestras-resoluciones_2024063066815494ab9b48000141c56e.html)

LaVanguardia. (2024,December9). LaparejadeAyusodemandaaXabierFortesyEnricJulianapor referirse a él como "defraudador confeso". La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/politica/20241209/10185030/pareja-ayuso-demanda-xabier-fortes-enricjuliana-referirse-defraudador-confeso.html>

Ley53/1984,de26dediciembre,delncompatibilidadesdel personal al serviciode lasAdministraciones Públicas (BOE núm. 4, de 04/01/1985). <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOEA-1985-151-consolidado.pdf>

Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20253>

Ley17/2006,de5dejunio,delaradioylatelevisióndetitularidadestatal (BOEnúm.134,de06/06/2006). <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-9958-consolidado.pdf>

Ley29/2005,de29dediciembre,dePublicidadyComunicaciónInstitucional (BOEnúm.312,de30dediciembre de 2005). <https://www.boe.es/boe/dias/2005/12/30/pdfs/A42902-42905.pdf>

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf>

Ley3/2013,de4dejunio,decreaciónde la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (BOE núm. 134, de 05/06/2013). <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/06/04/3/con>

Ley19/2013,de9dediciembre,de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. (BOE núm. 295, de 10/12/2013). <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/12/09/19/con>

Ley3/2015,de30demarzo,reguladoradelejerciciodelaltocargodelaAdministraciónGeneraldelEstado (BOE núm. 77, de 31/03/2015). <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-3444-consolidado.pdf>

LeyOrgánica3/2018,de5dediciembre,deProteccióndeDatosPersonalesygarantíadelosderechos digitales (BOE núm. 294, de 06/12/2018). <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3/con>

Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2022-10757>

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (BOEnúm. 163, de 08/07/2022). <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>

Ley Órgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (BOE núm. 147, de 20/06/1985). <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-11672-consolidado.pdf>

Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal (BOE núm. 311, de 29/12/1978). [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con)

Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana (BOE núm. 77, de 31 de marzo de 2015). <https://www.boe.es/eli/es/lo/2015/03/30/4>

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (BOE núm. 294, de 06/12/2018). <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3/con>

MaltaToday. (2024, December 9). Steward threatens €25,000 SLAPP against MaltaToday. MaltaToday. [https://www.maltatoday.com.mt/news/national/126999/steward\\_threaten\\_25000\\_slapp\\_against\\_maltatoday](https://www.maltatoday.com.mt/news/national/126999/steward_threaten_25000_slapp_against_maltatoday)

Martín Cavanna, J., & Ladrón de Guevara, Á. L. (2024). Ranking de transparencia de la publicidad institucional de las CCAA. Observatorio de medios. <https://observatoriodemedios.org/wp-content/uploads/2024/07/Informe-transparencia-2024.pdf>

Mapping Media Freedom (2024) <https://www.mappingmediafreedom.org/>

Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes (2024) El Gobierno presenta el Plan de Acción por la Democracia para reforzar la transparencia, el pluralismo y el derecho a la información. <https://www.mjusticia.gob.es/es/institucional/gabinete-comunicacion/noticiasministerio/170924-gobierno-presenta-plan-accion-democracia>

Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática (2022) Anteproyecto de Ley de Información Clasificada. <https://www.mpr.gob.es/servicios/participacion/audienciapublica/Documents/VSGT%202022/2022-0510%20APL%20Informaci%C3%B3n%20Clasificada/APL%20Informacio%CC%81n%20Clasificada.pdf>

Orden CUL/2912/2010, de 10 de noviembre, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas en régimen de concurrencia competitiva del Ministerio de Cultura y de sus organismos públicos. [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-17455](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-17455)

Parrilla Guix, R., Rodríguez-Martínez, R., Mauri-Ríos, M., & Pérez-Al, L. (2022). Euromedia Ownership Monitor. News media outlets and owners. Country report 2022. <https://mediaownership.eu/findings/countries/spain/>

Plan 2024. de Acción por la Democracia. Septiembre <https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/councilministers/Paginas/2024/20240917-councilpress-conference.aspx>

Público. (2024, December 9). La Audiencia de Madrid confirma la absolución del periodista José Manzaneda por delito de odio, injurias y calumnias. Público. <https://www.publico.es/politica/audienciamadrid-confirma-absolucion-periodista-jose-manzaneda-delito-odio-injurias-calumnias.html>

Real Decreto 1150/2021, de 28 de diciembre, por el que se aprueba la Estrategia de Seguridad Nacional 2021. (BOE núm. 314, de 31 de diciembre de 2021) <https://www.boe.es/eli/es/rd/2021/12/28/1150>

Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. (BOE núm. 106, de 01/05/2024). <https://www.boe.es/boe/dias/2024/05/01/pdfs/BOE-A-2024-8716.pdf>

Real Decreto-ley 34/2020, de 17 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético, y en materia tributaria. <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2020/11/17/34/con>

Regulation (EU) 2024/1083 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 establishing a common framework for media services in the internal market and amending Directive 2010/13/EU (OJ L, 2024/1083, 17.4.2024). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj>

## 6. Notas

- [1] Consejo de Ministros (2024) *El Gobierno presenta el Plan de Acción por la Democracia para reforzar la transparencia, el pluralismo y el derecho a la información*. La Moncloa. <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/paginas/2024/170924-rueda-de-prensa-ministros.aspx>
- [2] Sánchez, A. (2024) *La Audiencia Nacional anula una multa de la CNMC a la SGAE*. El País. <https://elpais.com/economia/2024-01-25/la-audiencia-nacional-anula-una-multa-de-la-cnmc-a-la-sgae.html>
- [3] De Frutos, A. (2024) *Meta se enfrenta a una demanda de más de 80 medios españoles por valor de 551 millones de euros. ¿Qué ha pasado?* CincoDías. <https://cincodias.elpais.com/smartlife/lifestyle/2024-12-02/meta-demanda-551-millones-espana.html>
- [4] PRISA (2024) *Enero-Septiembre 2024 Informe de Resultados*. <https://www.prisa.com/uploads/2024/11/la-sociedad-remite-la-nota-de-resultados-correspondiente-al-tercer-trimestre-2024.pdf>
- [5] García, M. J. (2024) *El informe de la APM de 2024 constata la precariedad, bajos salarios, presiones y polarización de la profesión periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid. <https://www.apmadrid.es/comunicado/el-informe-de-la-apm-de-2024-constata-precariedad-bajos-salarios-presiones-y-polarizacion-en-la-profesion-periodistica/>
- [6] Comisiones Obreras (2024) *En precario y con escasa protección: el trabajo freelance en los medios de comunicación*. <https://fsc.ccoo.es/7e85cb5b6eae4039d295d9a23acca61c000050.pdf>
- [7] Marketing Digital (2024) *El registro obligatorio de influencers alcanza menos de 70 inscritos sin sanciones del Gobierno*. Dircomfidencial. <https://dircomfidencial.com/marketing-digital/el-registro-obligatorio-de-influencers-alcanza-menos-de-70-inscritos-sin-sanciones-del-gobierno-20241122-0404>
- [8] iabSpain (2024) *iabSpain presenta la 2ª ola del estudio de inversión publicitaria en medios digitales 2024*. <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-la-2a-ola-del-estudio-de-inversion-publicitaria-en-medios-digitales-2024/>
- [9] Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal - [link](#)
- [10] Constitución Española - [link](#)
- [11] Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones - [link](#)
- [12] Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal - [link](#)
- [13] II Plan Nacional de Accesibilidad Universal - [link](#)
- [14] Declaració d'accessibilitat - [link](#)
- [15] Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual - [link](#)
- [16] Committee of Experts of the European Charter for Regional or Minority Languages - [link](#)
- [17] Plan de Acción Contra los Delitos de Odio - [link](#)
- [18] Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones - [link](#)
- [19] Orden CUL/2912/2010, de 10 de noviembre, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas en régimen de concurrencia competitiva del Ministerio de Cultura y de sus organismos públicos - [link](#)
- [20] Action Plan for Democracy to strengthen transparency, pluralism and the right to information - [link](#)
- [21] Convenio de RTVE y FORTA - [link](#)
- [22] Mapa de la Comunicación Rural en España - [link](#)
- [23] Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación - [link](#)

## 7. Metodología del MPM

El Media Pluralism Monitor (MPM) es una herramienta de investigación diseñada para identificar los posibles riesgos al pluralismo mediático en los Estados miembros de la Unión Europea y en los países candidatos. Consiste en un cuestionario compuesto por 200 variables, divididas en cuatro áreas temáticas principales —Protección Fundamental, Pluralidad del Mercado, Independencia Política e Inclusión Social— y 20 indicadores. (véase la Tabla 1).

Protección Fundamental	Pluralidad del Mercado	Independencia Política	Inclusión Social
Protección de la libertad de expresión	Transparencia de la propiedad de los medios	Independencia política de los medios	Alcance universal e inclusivo a los medios de comunicación
Protección de la integridad de la información	Concentración de los medios de comunicación	Autonomía editorial	Representación de las minorías en los medios
Protección del derecho a la información	Concentración de la propiedad en mercado digital	Regulación estatal de los recursos y apoyo al sector mediático	Medios locales, regionales y comunitarios
Profesión periodística, estándares y protección	Viabilidad de los medios	Independencia en la gobernanza y financiación de los medios públicos	Igualdad de género en los medios
Independencia y efectividad de la autoridad mediática	Influencia comercial y de la propiedad de los medios sobre el contenido editorial	Integridad de la información política durante las elecciones	Alfabetización mediática

Tabla 1: Áreas e Indicadores del Media Pluralism Monitor

Los resultados de cada área temática e indicador se presentan en una escala de 0 a 100 % y según un sistema de seis niveles, de la siguiente manera: (1) Riesgo muy bajo (puntuación redondeada entre 0 % y 16 %, inclusive), (2) Riesgo bajo (puntuación redondeada entre 17 % y 33 %, inclusive), (3) Riesgo medio-bajo (puntuación redondeada entre 34 % y 50 %, inclusive), (4) Riesgo medio-alto (puntuación redondeada entre 51 % y 66 %, inclusive), (5) Riesgo alto (puntuación redondeada entre 67 % y 83 %, inclusive), (6) Riesgo muy alto (puntuación redondeada entre 84 % y 100 %, inclusive). En lo que respecta a los indicadores, las puntuaciones de 0 se califican por defecto como 3 %, mientras que las puntuaciones de 100 se califican como 97 %, con el fin de evitar una evaluación que indique una ausencia total o certeza absoluta del riesgo.

Para llevar a cabo la recolección de datos a nivel nacional, el Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación (CMPF) colabora con investigadores nacionales independientes y con experiencia (véase el Anexo I). Estos investigadores responden y califican las variables incluidas en el cuestionario elaborado por el CMPF, y redactan los informes narrativos correspondientes.

El equipo del CMPF revisa el trabajo de los expertos nacionales en cada etapa de la implementación del MPM, incluida la recopilación de datos y la elaboración del informe nacional. Además, para garantizar la

precisión y fiabilidad de los resultados, un grupo de expertos nacionales en cada país revisó las respuestas a las preguntas de carácter especialmente evaluativo (véase el Anexo II para la lista de expertos). En una selección de países, el informe final fue también revisado por pares por un experto nacional independiente.

Este informe narrativo ha sido elaborado sobre la base de la implementación del MPM llevada a cabo en 2024. Dicha implementación se realizó en los 27 Estados miembros de la Unión Europea, así como en Albania, Montenegro, la República de Macedonia del Norte, Serbia y Turquía. Este año, una parte del MPM también se implementó en Bosnia y Herzegovina y Moldavia.

Este proyecto, en el marco de una acción preparatoria del Parlamento Europeo, fue financiado mediante una subvención otorgada por la Comisión Europea al Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación (CMPF) del Instituto Universitario Europeo.

**Para cada edición del MPM, el Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación (CMPF) actualiza y ajusta el cuestionario, basándose en la evaluación de la herramienta tras su implementación, en los resultados de las recopilaciones de datos anteriores y en la disponibilidad de nuevos datos.**

**Por lo tanto, los resultados obtenidos para estos indicadores no son estrictamente comparables con los de la edición anterior del MPM.**

**Los cambios metodológicos se explican en el sitio web del CMPF:**

<http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>

## APÉNDICE I. EQUIPO PAÍS

Nombre	Apellido	Posición	Institución	MPM2025 CT Líder
<i>Jaume</i>	<i>Suau Martinez</i>	<i>Profesor</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	X
<i>Pablo</i>	<i>Capilla García</i>	<i>Researcher</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	
<i>David</i>	<i>Puertas Graell</i>	<i>Researcher</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	
<i>Lidia</i>	<i>Cordero Triay</i>	<i>Investigadora</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	
<i>Elena</i>	<i>Yeste Piquer</i>	<i>Researcher</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	
<i>Miguel</i>	<i>F. Santos Silva</i>	<i>Researcher</i>	<i>Blanquerna School of Communication and International Relations. Ramon Llull University (URL)</i>	
<i>Nuria</i>	<i>Hernández-García</i>	<i>Researcher</i>	<i>Departamento de Ciencias Políticas, Ética y Sociología Universidad CEU Cardenal Herrera</i>	

## APÉNDICE II. GRUPO DE EXPERTOS

El Grupo de Expertos está compuesto por especialistas con un conocimiento profundo y una amplia experiencia en el ámbito de los medios de comunicación. Su función consistió en revisar especialmente aquellas evaluaciones sensibles o de carácter subjetivo elaboradas por el Equipo Nacional, con el fin de maximizar la objetividad de las respuestas proporcionadas y garantizar la precisión de los resultados finales.

Nombre	Apellido	Posición	Institución
<i>Joan</i>	<i>Barata</i>	<i>Researcher</i>	<i>Senior Legal Fellow, Future of Free Speech Project at Vanderbilt University</i>

<i>Luisa del Carmen</i>	<i>García</i>	<i>Professor and Researcher</i>	<i>Universitat Autònoma de Barcelona</i>
<i>Maria Ángeles</i>	<i>Samperio</i>	<i>Journalist</i>	<i>President of the Gender Council of the International Federation of Journalists</i>
<i>Consell de la Informació de Catalunya</i>	<i>(CIC)</i>	<i>Regulatory Authority</i>	<i>(CIC)</i>

# Informe del proyecto de investigación

Publicación -  
Julio 2025



Publications Office  
of the European Union

