



El estado de la libertad de prensa en España: 2015

[Informe de la misión internacional ■ Marzo de 2015]



International
Press
Institute

www.freemedia.at





El estado de la libertad de prensa en España: 2015

Informe de la misión internacional

Marzo de 2015

Participantes de la misión

Access Info Europe (AIE)
Comité para la Protección de Periodistas (CPJ)
Federación Europea de Periodistas (EFJ)
Fundación Open Society (OSF)
Instituto Internacional de la Prensa (IPI)
Reporteros sin Fronteras (RSF)

Edición

Scott Griffen y
Javier Luque Martínez

Traducción

Mariela Hoyer Guerrero y
Javier Luque Martínez



The production of this report was supported by a grant from the Foundation Open Society Institute in cooperation with the Program on Independent Journalism of the Open Society Foundations.

“El estado de la libertad de prensa en España: 2015” está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.



[Acerca de este informe]

Del 1 al 4 de diciembre de 2014, el Instituto Internacional de la Prensa (IPI, por sus siglas en inglés) encabezó una misión internacional a España con el objetivo de identificar los retos para la libertad de prensa en el país. La delegación estuvo compuesta por representantes de las organizaciones internacionales más prestigiosas en la lucha por la libertad de información, entre las que se encontraban: Access Info Europe (AIE), el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ, por sus siglas en inglés), la Federación Europea de Periodistas (EFJ, por sus siglas en inglés), Reporteros sin Fronteras (RSF, por sus siglas en francés) y la Fundación Open Society (OSF, por sus siglas en inglés).

La misión estuvo motivada por el interés de conocer el estado de la libertad de prensa en España en un momento de profunda transformación política, económica y social, cercana a la que pudo significar en su momento la transición democrática.

En medio de una crisis económica devastadora en la que se empieza a ver signos de una lenta recuperación, España ha sido testigo del surgimiento de nuevos partidos políticos como Podemos y el auge de formaciones, hasta ahora secundarias, como Ciudadanos que añaden un ingrediente más a la escena política de España. Por su lado, la sociedad civil se ha organizado en movimientos sociales en protesta de las políticas de moderación presupuestaria que las administraciones han aplicado sobre sectores fundamentales como la educación, la sanidad y la dependencia.

Gobiernos, partidos políticos y sociedad civil confluyen en la narrativa social de un 2015 transcendental, con hasta cinco comicios electorales: A finales de este año se deben celebrar las elecciones generales; en mayo, las autonómicas y municipales; y las dos comunidades autónomas más grandes en términos de población, Andalucía y Cataluña, han decidido adelantar las elecciones al parlamento autonómico.

La libertad de prensa en España es comparable a la que disfrutan sus vecinos europeos, pero en un momento tan crítico para el país, es esencial garantizar al máximo el flujo de la información. En este contexto, la misión internacional se marcó como objetivo identificar cualquier tipo de obstáculo a la libertad de prensa como, por ejemplo, aquellas medidas legales que pueden llegar a ser potencialmente restrictivas: la nueva ley de Seguridad Ciudadana; una supuesta falta de independencia

de los medios de titularidad pública; y la posibilidad de una creciente presión política y económica sobre los medios de información que ya de por sí están lidiando con los efectos de la crisis y adaptándose a la nueva realidad digital.

A lo largo de cuatro días, los delegados de la misión sostuvieron cerca de 30 reuniones con representantes de los medios de comunicación, la sociedad civil y el Gobierno, tanto en Madrid como en Barcelona. El objetivo de la delegación al establecer la agenda de reuniones no fue otro que el de escuchar a la mayor variedad de protagonistas, a fin de obtener una visión amplia y equilibrada de la situación actual de la libertad de prensa y la libertad de expresión en España. La lista completa de las reuniones está disponible en el anexo del informe.

El presente informe tiene una doble finalidad. Primero, identifica los problemas que la delegación considera que son más urgentes para fortalecer la libertad de prensa y la libertad de expresión en España. Para ello, tiene en cuenta tanto las conversaciones que tuvieron lugar durante la misión como los estándares internacionales relacionados con las temáticas que surgieron de dichas reuniones. En segundo lugar, los distintos capítulos que contiene este informe ofrecen antecedentes detallados sobre cada uno de los temas tratados, abarcando tanto las opiniones y la información que se obtuvieron durante la misión como la investigación realizada por miembros de la delegación y de las organizaciones que la conformaron.

Cada capítulo fue escrito por un miembro diferente de la misión y no refleja necesariamente la opinión unánime de las distintas organizaciones. Este informe también contiene un reportaje especial sobre los nuevos modelos de periodismo que han surgido en España, elaborado por el coordinador de medios digitales de IPI.

En último término, el objetivo es ser una guía para ayudar a los esfuerzos nacionales e internacionales de defensa y promoción de la libertad de prensa en España. De hecho, el IPI prevé que las conclusiones de este informe constituyan la base de una segunda misión de alto nivel a España a mediados de 2015 para instar al gobierno español y a los diversos partidos políticos a que dediquen una mayor atención a los temas relacionados con la libertad de prensa y que adopten las recomendaciones de este informe.



De izq. a dcha., el director de El Mundo, Casimiro García-Abadillo, la presidenta de RSF España, Malén Aznarez, Victoria Anderica (Access Info Europe), el subdirector de El Mundo, Antonio Rubio, Paco Audijs (EFJ), y la directora ejecutiva del IPI, Barbara Trionfi, charlan sobre el estado de la libertad de prensa en España en una reunión en las oficinas de El Mundo en Madrid, el pasado 1 de diciembre de 2014. *Antonio Heredia/El Mundo.*

[TABLA DE CONTENIDOS]

[Informe]

[1] Introducción	8
[2] Los obstáculos para una televisión pública libre y un organismo regulador independiente <i>Paco Audijs, Federación Europea de Periodistas (EFJ)</i>	14
[3] La transparencia en la adjudicación de la publicidad y las subvenciones institucionales: Un área a mejorar	18
[4] Una oportunidad perdida: La nueva ley de acceso a información <i>Access Info Europe</i>	22
[5] El fenómeno de las ruedas de prensa sin preguntas <i>Reporteros sin Fronteras (RSF) España</i>	26
[6] La ley de seguridad ciudadana y la libertad de prensa <i>Reporteros sin Fronteras (RSF) España</i>	28
[7] Las leyes de difamación españolas y su aplicación <i>Instituto Internacional de la Prensa (IPI)</i>	30

[Anexo]

(a) Reportaje especial: La innovación se sustenta en los orígenes del periodismo <i>Javier Luque Martínez, Coordinador de Medios Digitales del IPI</i>	35
[b] Listado de reuniones	42
[c] Notas al texto	43



Introducción

RESUMEN DE LOS HALLAZGOS

Tras las conversaciones que mantuvo la delegación con una amplia gama de representantes de los medios de comunicación, la sociedad civil y el Gobierno de España, así como la debida consideración a los estándares internacionales sobre libertad de expresión, se han identificado los siguientes desafíos para la libertad de prensa en España:

1. Desafíos para la independencia de la radiotelevisión pública de España.

La legislación española no incluye todos los elementos necesarios para salvaguardar la independencia de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE). Concretamente, los miembros del Consejo de Administración de la cadena pública -incluyendo el presidente del Consejo, quien, a su vez, nombra posiciones editoriales clave- son elegidos en el parlamento español por mayoría absoluta, después de que el actual Gobierno cambiara la ley que requería una mayoría de dos tercios. En opinión de los periodistas de RTVE que pertenecen al Consejo de Informativos (órgano de carácter consultivo) de la Corporación, en la práctica, este proceso de adjudicación de plazas está viciado y afecta negativamente a la independencia de la radiotelevisión.

2. Garantías insuficientes de independencia en la regulación y otorgamiento de licencias para la radiodifusión.

En contraste con la normativa europea, España carece de un organismo regulador independiente de carácter nacional y especializado en la radiodifusión, todo ello, a pesar de contar con una ley aprobada en 2010 que prevé, precisamente, la constitución de dicho órgano. Actualmente, la regulación de la radiodifusión es competencia de un “superregulador” nacional, la Comisión de los Mercados y de la Competencia, cuyos miembros son nombrados por el Gobierno sin que el Parlamento tenga que aprobar su elección. Además, las licencias para la radiodifusión son asignadas directamente por el Gobierno.

La reciente aprobación de la primera ley de transparencia y acceso a la información de España es de por sí un logro importante [...] no alcanza los estándares europeos e internacionales que existen respecto a esta materia.

3. Falta de transparencia en la asignación de la publicidad institucional.

Durante la visita de la delegación se plantearon con frecuencia cuestiones relacionadas con la imparcialidad de los mecanismos con los que se otorga la publicidad oficial a los medios de comunicación. La falta de datos sobre los criterios utilizados para las asignaciones dificulta el análisis de estas prácticas. La escasa cantidad de información obtenida de determinados gobiernos regionales y ministerios sugiere que, al menos en algunos casos, estas asignaciones no se conceden teniendo en cuenta las cifras de circulación de cada uno de los medios de comunicación. Según algunos observadores de la sociedad civil, la reciente decisión del Gobierno de subcontratar agencias de publicidad privadas que gestionan el proceso de asignación amenaza con incrementar su opacidad, ya que tales agencias no están sujetas a los requisitos de la nueva ley española de transparencia y acceso a la información.

4. La legislación de transparencia no cumple con los estándares internacionales.

Aunque la reciente aprobación de la primera ley de transparencia y acceso a la información de España es de por sí un logro importante, la medida ha sido criticada por grupos de la sociedad civil ya que no alcanza los estándares europeos e internacionales que existen respecto a esta materia. En concreto, estos grupos critican el alcance limitado de la ley y su incapacidad para garantizar la independencia del órgano encargado de vigilar el cumplimiento de la misma.



Miembros de la delegación internacional se reunieron con periodistas catalanes en las oficinas de la Open Society Initiative for Europe el 3 de diciembre de 2014, en Barcelona. Foto: IPI.

5. Nuevas normas jurídicas potencialmente restrictivas, en particular, la Ley de Seguridad Ciudadana.

La nueva Ley de Seguridad Ciudadana de España ha sido objeto de fuertes críticas tanto a nivel nacional como internacional, entre otros motivos, por penalizar el uso no autorizado de imágenes de las fuerzas de seguridad que puedan representar una falta de respeto a los mismos. En el momento de elaborar este informe, el proyecto de ley ya ha sido aprobado en la cámara Baja (diciembre de 2014) y en el Senado (marzo de 2015; aunque esta última versión incluye algunas modificaciones), y está a la espera del visto bueno final en el Congreso de los Diputados.

6. La tendencia de algunos representantes del Gobierno a convocar “ruedas de prensa sin preguntas”.

Muchos periodistas y editores que se reunieron con la delegación expresaron su frustración por la práctica extendida entre algunos representantes políticos y del Gobierno, incluyendo al actual presidente, Mariano Rajoy, de convocar conferencias de prensa sin aceptar preguntas de los periodistas.

7. La legislación española que regula la difamación y su aplicación.

La mayoría de los actores que se reunieron con la delegación sugirieron que las leyes de difamación no eran una amenaza importante para la libertad de prensa. Sin embargo, las leyes de injurias y calumnias de España no cumplen con los estándares internacionales sobre libertad de expresión. Además, a la delegación le preocupa el uso de este tipo de leyes contra periodistas que carecen de los recursos legales y financieros que poseen los grandes medios de comunicación, así como el uso de abogados del estado por parte de representantes públicos para interponer demandas por injurias y calumnias.

Estos temas serán abordados con mayor detalle en cada uno de los capítulos de este informe.

En general, la misión observó que las libertades de expresión y de prensa disfrutaban de una protección generalizada en España. Sin embargo, la delegación considera que estas libertades, y el libre flujo de información que de ellas se deriva, se fortalecerían aún más si se trataran de solucionar las cuestiones antes mencionadas.

11,875

*Puestos perdidos
en los medios
(2008 - 2014)*

2,412

*Puestos perdidos
sólo en 2014 (20%)*

25%

*Disminución de
periodistas en activo
desde 2008*

CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Más allá de los retos relacionados directamente con la libertad de prensa y que se mencionan anteriormente, en las conversaciones que la delegación mantuvo en su visita también se plantearon con frecuencia otros temas de carácter más general relacionados con el ejercicio del periodismo en España. La delegación considera que es importante describir brevemente estas cuestiones a fin de contextualizar adecuadamente el panorama mediático español y su posible efecto sobre la libertad de prensa en el país.

a. Crisis económica

El IPI llegó a España en un momento en el que el sector de los medios de comunicación sigue sufriendo las consecuencias de lo que un periodista destacado, llamó un “tsunami” combinado con un “terremoto”. El primero se refiere a cambios radicales en

los hábitos de consumo a consecuencia del auge de Internet, los cuales han supuesto un desafío para los modelos tradicionales de medios de toda Europa occidental. El “terremoto” hace referencia a la crisis económica mundial que ha tenido un impacto particularmente devastador en España.

La combinación de estas dos crisis ha causado estragos en la profesión periodística en España. Según un informe¹ de diciembre de 2014 publicado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), en colaboración con la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE), el Colegio de Periodistas de Cataluña y el Sindicato de Periodistas de Cataluña, entre los años 2008 y 2014 se perdieron cerca de 11.875 puestos de trabajo en los medios de comunicación. De todos ellos, 2.412 despidos, es decir, el 20% se ejecutaron en 2014. Por otra parte, en una encuesta a más de 2.000 periodistas que se realizó para ese informe, el 85% aseguró que en ese mismo año se habían producido recortes salariales en su medio de comunicación.

Según los últimos datos que ha publicado el Instituto Nacional de Estadística (INE), en España hay un total de 82.545 personas que trabajan como periodistas, un 25% menos que al inicio de la crisis económica en 2008. La tendencia parece haberse estabilizado desde febrero de 2014, con un ligero aumento de aproximadamente 1.000 periodistas más registrados a finales de ese año.

Las cifras anteriores ofrecen una situación poco esperanzadora. En una reunión con la delegación liderada por el IPI, los representantes de la APM y la FAPE aseguraron que el desafío



Miembros de la delegación internacional se reunieron con representantes de la FAPE y la APM en Madrid.
Pablo Vazquez/APM.

En una reunión con la delegación liderada por el IPI, los representantes de la APM y la FAPE aseguraron que el desafío más importante para el ejercicio del periodismo en España es la crisis económica y, sobre todo, las “precarias” condiciones de empleo a las que se enfrentan los periodistas.

más importante para el ejercicio del periodismo en España es la crisis económica y, sobre todo, las “precarias” condiciones de empleo a las que se enfrentan los periodistas. Esta opinión está apoyada por los resultados de la encuesta antes mencionada, en la que dos tercios de los entrevistados identificaron el desempleo y la precariedad laboral como la mayor amenaza a la profesión periodística.

Son evidentes las posibles consecuencias de estos desafíos para el sector y sobre la capacidad de los medios para cumplir con su función de vigilancia. “Sin duda, la debilidad de los medios de comunicación y de los periodistas, en general, como consecuencia de la crisis económica, nos ha hecho más vulnerables ante los poderes políticos o económicos”, aseguró la presidenta de la FAPE, Elsa González, al periodista español Javier Sierra en un informe sobre la libertad de expresión en España publicado el año pasado.² “También se ha resentido la calidad de la información y eso genera un cierto deterioro de la libertad de prensa”, agregó.

Dichas estadísticas coinciden con un fenómeno que la delegación observó de primera mano durante su visita a España en diciembre: La proliferación de nuevos medios de comunicación, la gran mayoría sólo en versión online, que tienen como objetivo aprovechar el potencial de la revolución tecnológica y las redes sociales, y cuya supervivencia, paradójicamente, está estrechamente vinculada a la crisis económica y al descontento social. En entrevistas con la delegación, los editores de buena parte de estos medios explicaron que la pervivencia del proyecto se basa en su independencia editorial y en que la audiencia los perciba como tal. De ahí, que algunos de ellos limiten la entrada de dividendos a través de la publicidad de aquellas marcas e instituciones que la población asocia a los intereses políticos y económicos. En este sentido, y tal y como la presidenta de la FAPE predijo, la delegación se encontró con la percepción en cierto sector de la población española de que los intereses económicos –bancos y corporaciones, tanto públicos como privados, fueron citados frecuentemente a este respecto– ejercen una presión cada vez mayor sobre los medios de co-

El informe de la APM también destacó que en plena crisis económica, entre 2008 y 2014, se cerraron al menos 364 medios de comunicación. Sin embargo, el informe señala que durante el mismo periodo se crearon aproximadamente 450 nuevos medios de información la mayoría impulsados por periodistas, el 93% de los cuales son digitales.

Varios editores señalaron que el número de funcionarios y/o departamentos de prensa pertenecientes a partidos políticos y organismos públicos ha aumentado en los últimos años a la par que las redacciones siguen reduciéndose. Para algunos, esto merma la capacidad de la prensa para contrarrestar “el peso de la comunicación institucional”, tal y cómo lo denominó Gonzalo Boye, editor de la revista satírica Mongolia.

b. Panorama mediático: Adaptación y resiliencia

El informe de la APM también destacó que en plena crisis económica, entre 2008 y 2014, se cerraron al menos 364 medios de comunicación. Sin embargo, el informe señala que durante el mismo periodo se crearon aproximadamente 450 nuevos medios de información la mayoría impulsados por periodistas, el 93% de los cuales son digitales.

municación debido a las grandes deudas que estos tienen que hacer frente a consecuencia de la crisis económica. Los editores de muchos de los nuevos medios de comunicación, así como algunos observadores de la sociedad civil, fueron un paso más allá al sugerir que dicha percepción ha contribuido a la creación de nuevos medios de información que dieran respuesta a una parte de la sociedad española.

Al mismo tiempo, los grandes medios de comunicación de España han vivido una exitosa transformación digital y continúan dominando el mercado. De hecho, como el reportaje especial de este informe señala, los sitios web de El País, El Mundo y ABC mantienen un liderazgo saludable sobre sus competidores en cuanto al tráfico de visitas, según las cifras comScore. Por otra parte, la Asociación de Editores de Diarios de España (AEDE) sugirió en un informe de diciembre de 2014 que la situación

financiera de los medios impresos había empezado a estabilizarse. En un comunicado, el secretario general de la AEDE, José Gabriel González Arias, indicó que los periódicos de España “están consiguiendo salir de la crisis, y pronto estarán en condiciones de volver a crear empleo y generar riqueza”, así como, subrayaba, los periódicos impresos y sus ediciones digitales son “cada vez más complementarios”.³ Por último, la delegación observó cómo los grandes medios de información han sido los que han liderado frecuentemente el periodismo de investigación en el país y han terminado destapando graves casos de corrupción, a pesar de las dificultades económicas de últimos años.

En líneas generales, la delegación interpreta el crecimiento de nuevos medios de comunicación y la adaptación y resistencia de los medios de comunicación más establecidos como un signo alentador de que el sector mediático español sigue siendo robusto y capaz de reinventarse para cumplir con la función social que conlleva la democracia.

c. Panorama general de la libertad de prensa

Es importante, sin duda, ubicar la situación de la libertad de prensa en España en un contexto global. Desde el inicio de la transición a la democracia en la década de 1970, España se ha puesto al mismo nivel que sus vecinos europeos al demostrar su compromiso con la libertad de expresión, tanto en la teoría como en la práctica, sobre todo si lo comparamos en relación al resto de la comunidad internacional. Así lo confirman los

rankings internacionales de libertad de prensa: España ocupó el puesto 33 entre 180 países en la edición 2015 de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa de RSF, por debajo de otros 17 miembros de la UE, pero por encima de Francia, Japón y Estados Unidos.⁴ Según la clasificación de Freedom House de 2014, España también estaba dentro de los países que respetaban la libertad de prensa pero al mismo nivel que Ghana y las Islas Salomón, en la posición 53.⁵

Bieito Rubido, director del diario ABC, dijo a la delegación que “no hay problemas con la libertad de expresión” en España y calificó al gobierno actual como “el Gobierno más liberal en cuanto a los medios de comunicación”. Aunque Rubido expresó la idea en términos absolutos, otros editores de medios impresos y digitales con los que se reunió la delegación confirmaron, en líneas generales, la ausencia de lo que entienden como serias interferencias por parte del poder político en su trabajo, aunque no apoyan necesariamente la postura relacionada con los medios de comunicación que ha adoptado la administración de Rajoy.

Además de los temas concretos que se identificaron en la visita y que son abordados en este informe, así como los efectos de la crisis económica y la transición tecnológica, la delegación asegura que deben hacerse otras dos advertencias.

En primer lugar, la ausencia de una recopilación sistemática de datos y una monitorización constante de los casos dificulta los

Bieito Rubido, director del diario ABC, dijo a la delegación que “no hay problemas con la libertad de expresión” en España y calificó al gobierno actual como “el Gobierno más liberal en cuanto a los medios de comunicación”. Aunque Rubido expresó la idea en términos absolutos, otros editores de medios impresos y digitales con los que se reunió la delegación confirmaron, en líneas generales, la ausencia de lo que entienden como serias interferencias por parte del poder político en su trabajo, aunque no apoyan necesariamente la postura relacionada con los medios de comunicación que ha adoptado la administración de Rajoy.

esfuerzos para obtener un cuadro completo de la situación de la libertad de prensa. En algunos casos, esta falta se debe a una insuficiente transparencia gubernamental. Por ejemplo, debido a la ausencia de información necesaria sobre la asignación de la publicidad oficial, no es posible determinar qué criterios -si los hay- se utilizan y, en consecuencia, si existen prácticas de “censura indirecta” en España. En otros casos, aunque hay una monitorización exhaustiva de la situación laboral y una serie de organizaciones, incluyendo a la FAPE y la APM, que responden a amenazas puntuales a la libertad de prensa, no parece haber un registro sistemático por parte la sociedad civil de los ataques a la libertad de expresión, incluyendo los casos de acoso físico o legal (por ejemplo, interponer, o amenazar con hacerlo, denuncias por injurias y calumnias) contra periodistas, blogueros o activistas.

En segundo lugar, algunos de los hallazgos de la misión apuntan a que existen diferencias importantes en el panorama mediático de las distintas regiones de España. En un momento en el cual el sector mediático se ha diversificado y en el que el número de periodistas “a la pieza”, blogueros, periodistas ciudadanos y activistas de la información ha crecido debido a los cambios sociales y tecnológicos. En este sentido, la delegación considera que es necesaria una monitorización global y sistemática de todas las amenazas contra la libertad de expresión a nivel estatal. Por ejemplo, aunque muchos interlocutores insistieron que las denuncias por injurias y calumnias no eran un problema para el libre ejercicio de los periodistas, la situación parece ser dis-

tinta para aquellos casos en los que los informadores carecen de los recursos legales y financieros de los grandes medios de comunicación ya que trabajan fuera de estas grandes estructuras mediáticas.

Ante esta situación, la delegación considera alentador el reciente lanzamiento de la Plataforma en Defensa de la Libertad de Expresión (PDLI), que ha unido a un variado grupo de periodistas, activistas, abogados, académicos y defensores de los consumidores para monitorizar y contrarrestar las amenazas percibidas contra la libertad de expresión en España. En marzo de 2015, la plataforma presentó su informe “Límites y amenazas al ejercicio de las libertades de expresión e información en España”⁶ y lanzó su mapa online para monitorizar las amenazas a la libertad de expresión en el país.⁷

Afortunadamente, la libertad de prensa en España goza de una buena salud en el contexto internacional. Sin embargo, eso no significa que los desafíos a los que se enfrenta este derecho universal en España sean menos urgentes y no merezcan una mayor atención y escrutinio. Por un lado, cualquier Estado debería garantizar que los derechos sean plenamente respetados en su territorio, independientemente de las actuaciones de sus vecinos. Por el otro, países con un peso internacional, como es el caso de España, deberían armarse con leyes y mejores prácticas en materia de libertad de información que sirvan como modelo para otros estados. La delegación cree que dichas políticas en España deben tender a lo óptimo.

Virginia P. Alonso (izq), presidenta de la nueva Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI) y subdirectora de 20 Minutos, en el lanzamiento de la Plataforma, el pasado 2 de diciembre de 2014, en Madrid. A su lado (izq) le acompañaba Sonia Gumpert, decada del Colegio de Abogados de Madrid y vicepresidenta de la Plataforma, y Yolanda Quintana, secretaria general de la misma. Foto: IPI.



[2]

Los obstáculos para una televisión pública libre y un organismo regulador independiente

Paco Audié, Federación Europea de Periodistas (EFJ)

LA RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA

En España, la radiotelevisión pública está constituida, principalmente, por dos sistemas distintos: la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) y las radiotelevisiónes autonómicas (o regionales) que son independientes, entre sí y de RTVE. Éstas últimas, en su mayoría, mantienen una cierta cooperación a través de la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos). La más importante entre las entidades agrupadas en la FORTA es la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (TV3, Catalunya Ràdio, etcétera).

En distinta medida, tanto RTVE como las cadenas agrupadas en la FORTA sufren de dos males principales: exceso de **cercanía al poder político**, que decide sus presupuestos, y **financiación insuficiente**.

La misión del IPI desplazada a España llegó a Madrid justo tras una protesta interna de los periodistas y empleados de RTVE contra los recientes nombramientos internos, profesionales de la propia plantilla de RTVE, como nuevos jefes de área (o sección) de la redacción de TVE.

En el encuentro que mantuvimos con el representante de la dirección de RTVE no fue posible obtener respuestas a los interrogantes planteados. Tampoco hubo un mínimo diálogo, quizá porque las numerosas críticas públicas, internas y externas, impulsan una postura muy defensiva entre la dirección de RTVE.

Por el contrario, las personas elegidas por los profesionales de RTVE para representarles en los Consejos de Informativos de

las distintas sociedades que componen RTVE, como “órganos internos de participación de los profesionales de RTVE para velar por su independencia”, expusieron los siguientes problemas que, entre otros, dicen, impiden a la televisión pública cumplir con su función de servicio a la ciudadanía:

- El Presidente de la Corporación RTVE y los otros ocho miembros del Consejo de Administración, el principal órgano de gobierno de la Corporación, se eligen por mayoría absoluta en el Congreso de los Diputados, otorgando a la mayoría parlamentaria del momento una excesiva influencia sobre la composición del propio Consejo.⁸ A partir de ese nombramiento que se vincula a la mayoría parlamentaria del momento, la jerarquía de cuadros ejecutivos y editores de la información sigue esa misma lógica política, contraria a las exigencias del equilibrio requerido en una radiotelevisión pública europea.
- No hay un desarrollo lógico, ni legal, de la carrera profesional en RTVE, lo que produce una separación y desconfianza entre la redacción y las personas contratadas externamente, es decir, profesionales que hasta ese momento ejercían su actividad en otro medio. En opinión de los miembros del Consejo de Informativos, tanto el actual Presidente de la Corporación RTVE como su Jefe de Informativos (que proviene de un diario, La Razón) son ajenos a los compromisos que exige el servicio público audiovisual y refieren su autoridad sólo al poder político que los nombró.

El Presidente de la Corporación RTVE y los otros ocho miembros del Consejo de Administración, el principal órgano de gobierno de la aDiputados, otorgando a la mayoría parlamentaria del momento una excesiva influencia sobre la composición del propio Consejo. A partir de ese nombramiento que se vincula a la mayoría parlamentaria del momento, la jerarquía de cuadros ejecutivos y editores de la información sigue esa misma lógica política, contraria a las exigencias del equilibrio requerido en una radiotelevisión pública europea.

- Existe una pelea diaria entre los profesionales y los editores nombrados por la dirección, “que lleva a disputas diarias sobre cada titular”, en temas polémicos como el desempleo o el ascenso de nuevos actores políticos como el partido Podemos. A pesar de su notoriedad y presencia en los demás medios, TVE esquivó entrevistar al líder de Podemos, Pablo Iglesias, durante meses. La cadena entrevistó finalmente a Iglesias el 5 de diciembre de 2014, pocos días después de que la misión del IPI finalizara. La entrevista generó una oleada de indignación al interpretarse que ésta había carecido de equilibrio informativo.
- Diversos acontecimientos (movimiento independentista en Cataluña, acciones o protestas sociales contra la crisis) son, desde el punto de vista del Consejo de Informativos, sistemáticamente rebajados en su importancia o, sencillamente, ignorados por los responsables de la información en RTVE.

Diversos medios y el propio Consejo de Informativos de TVE han criticado que, en enero de 2015, la dirección de RTVE obligara a su representante, Asunción Gómez, a dimitir como directora del Comité de Coordinación Informativa de la Unión Europea de Radiodifusión (UER/EBU, European Broadcasting Union), que agrupa a todas las radiotelevisiónes públicas de Europa y a algunos de sus operadores privados. Gómez había sido elegida para el puesto en 2011 por los propios miembros de la UER, y reelegida posteriormente en 2013. El País publicó un artículo en el que se explicaba que esta decisión buscaba substituir a Gómez por alguien “cercano” al presidente de

la Corporación, José Antonio Sánchez.⁹ El Mundo también se hizo eco de este caso y observó que el sucesor no podría asumir la presidencia del Comité Informativo de la UER, ya que es un puesto elegido por los miembros de este organismo, y provocar, así, que RTVE “pierda un cargo de liderazgo, con capacidad de toma de decisiones para todo el continente”.¹⁰

Gómez dijo a El País que con esa decisión “la independencia está castigada”.

Sobre la financiación, se maneja la idea de un retorno de la publicidad a TVE (que existió como método de financiación parcial hasta 2006). Eso cuestionaría la aportación anual que las cadenas privadas están obligadas por ley a hacer a RTVE (a cambio de su mayor participación en la tarta publicitaria, tras la retirada de la Corporación).¹¹ Hay que tener en cuenta que en España no hay tradición de pago de una tasa ciudadana por el uso de la radiotelevisión pública (al modo británico del licence fee o de la redevance en Francia). Por eso, los expertos privilegian un sistema de financiación preferente a través de los presupuestos generales del Estado, que complementen los montantes que aportan las cadenas comerciales (que se benefician así de la parte del mercado publicitario abandonado por TVE) y las empresas de telefonía (en este caso sólo están afectadas las que distribuyan contenidos audiovisuales), así como un posible incremento de los ingresos derivados de la venta de productos propios de la radiotelevisión pública (aquí se incluyen los patrocinios de programas, por ejemplo).

En cuanto a las recomendaciones para mejorar el sistema público audiovisual de España y mejorar su función de servicio público, queda claro que:

- **La vuelta al nombramiento del Presidente de la Corporación por una mayoría parlamentaria cualificada** (2/3, anteriormente) mejoraría las posibilidades de equilibrio político, social e informativo dentro de RTVE. El pluralismo quedaría reforzado. Es vital también volver al sistema anterior de consejeros del Consejo de Administración con dedicación exclusiva y respetar las condiciones de cualificación y experiencia profesional exigidas por la ley para ser miembro del Consejo pero, aparentemente, ignoradas en la práctica.
- También el predominio de una **relación reforzada de los directores y editores con los profesionales de RTVE y su representación legal (Consejos de Informativos)** debería servir para que el servicio público audiovisual en España estuviera más atento a los equilibrios informativos y a las necesidades sociales. La carrera profesional debiera institucionalizarse, tal y como está previsto por el propio Estatuto de Informativos.
- Deberían propiciarse mecanismos, incluso legales, para **una mayor participación de la sociedad civil**.

En general, esas mismas demandas deberían exigirse a las cadenas de radiotelevisión integradas en la FORTA (donde las mayorías políticas pueden ser otras, pero los métodos son igualmente inadecuados y la manipulación política muy similar, si no idéntica).

Otros problemas que inciden en la libertad de información y en la reducción del pluralismo audiovisual tienen que ver con la **creciente concentración mediática** y el control del mercado publicitario. Sería prolijo desmenuzar aquí las propiedades cruzadas, no sólo de los medios audiovisuales comerciales sino también digitales e impresos, que limitan el pluralismo y las posibilidades de desarrollo de nuevos medios audiovisuales: grupos internacionales como Mediaset, RTL /Berstelmann, Atresmedia, aparecen en la propiedad de medios muy diversos y aparentemente desconectados. Puede comprobarse en el estudio de Luis Palacio (director del “Informe Anual de la Profesión Periodística” que publica la Asociación de la Prensa de Madrid).¹² Tal y como dicho informe señala, en el sector estrictamente televisivo, la laxa regulación realizada por la Ley General de la Comunicación Audiovisual ha propiciado un oligopolio constituido por Atresmedia y Mediaset, que concentra el 60% de la audiencia y el 90% de la publicidad.

LA REGULACIÓN AUDIOVISUAL

A diferencia de países similares de la Unión Europea, España carece de un Consejo Público Audiovisual propiamente dicho, a nivel del Estado. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), previsto por la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010,¹³ nunca llegó a constituirse. Parte de lo que serían sus funciones son asumidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC (por parte de su Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual), que en la práctica carece de mecanismos que velen por su independencia. Los diez miembros que componen la CNMC han sido escogidos por el Gobierno, sin consulta previa en el Parlamento.¹⁴

No obstante, hay que citar al Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) y al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), previsto por la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010, nunca llegó a constituirse. Parte de lo que serían sus funciones son asumidos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC, (por parte de su Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual), que en la práctica carece de mecanismos que velen por su independencia. Los diez miembros que componen la CNMC han sido escogidos por el Gobierno, sin consulta previa en el Parlamento.

como dos ejemplos en los que esa carencia ha sido evitada (parcialmente) por parte de dos muy significadas comunidades autónomas (regiones autónomas) de España.

La misión del IPI se entrevistó con representantes de la CNMC (en Madrid) y del CAC (en Barcelona). Éste último fue creado en 1997 pero actúa como una autoridad independiente desde el año 2000, su funcionamiento fue posteriormente modificado en 2005 y 2012. Los responsables del CAC nos señalaron que revisan todas las emisiones que alcanzan su territorio, pero si se refieren, por ejemplo, a una cadena privada que incumple la normativa sobre la infancia, sus dictámenes deben referirse a la CNMC o a las autoridades ministeriales.

Las experiencias del CAC y CAA pueden ser válidas para un posible Consejo Audiovisual de España, que vigilara cuestiones como la protección de los menores, la publicidad, los pluralismos de todo tipo, social, político y religioso, las campañas electorales, el tratamiento de las imágenes durante las catástrofes o los conflictos armados, etcétera. Por parte, los representantes del CAC, apuntan asimismo a un deseable equilibrio lingüístico en los medios de comunicación de titularidad pública.

Durante este encuentro en Barcelona se aludió también a protestas internas de algunos profesionales de TV3 por presuntos desequilibrios que ha habido al ofrecer información referida a la actualidad política catalana.

Otro elemento que incide directamente en estos temas es la **confusión de las formas de atribución de las frecuencias por parte de las autoridades**. Ésta ha conducido a anulaciones por parte de los tribunales y al cierre de algunos medios que se demostraron luego inviables, por uno u otro motivo.

Se hace necesario precisar que, a nivel nacional, la asignación de las frecuencias las realiza directamente el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en lugar de un organismo regulador independiente. (En España, las autoridades estatales gestionan habitualmente las licencias de televisión, mientras que las licencias de radio están en manos, principalmente, de los gobiernos autonómicos y regionales). Además, las atribuciones de frecuencias han sido consideradas, excepto en algunos casos, oscuras y no fácilmente explicables salvo por motivos de proximidad política de los beneficiarios.

La supuesta falta de transparencia en cuanto a la asignación de frecuencias representa una muestra más de la interconexión poder-político/medios-audiovisuales que puede minar la credibilidad de la comunicación audiovisual en España y disminuir los equilibrios informativos.

[3]

La transparencia en la adjudicación de la publicidad y las subvenciones: Un área a mejorar

RESUMEN EJECUTIVO

- En España existen leyes para impedir el uso de la publicidad oficial y las subvenciones con fines políticos.
- Sin embargo, la legislación y las prácticas relacionadas con la publicidad institucional y las subvenciones son diferentes a nivel regional y local. Este hecho, así como los diferentes enfoques en materia de transparencia de las diferentes regiones de España, constituyen un reto para el análisis de los criterios utilizados para asignar dinero público al sector de los medios.
- La falta de datos sobre la cantidad de publicidad que reciben los medios de comunicación de campañas de publicidad oficial a todos los niveles dificulta un mayor conocimiento sobre la equidad del proceso de asignación, así como una evaluación informada sobre la existencia de prácticas de censura indirecta.
- El desglose de las asignaciones proporcionado por algunas comunidades autónomas y por determinados ministerios indica que, en ciertos casos, el gasto no se distribuye de acuerdo a cifras de circulación, número de lectores, o de acuerdo a ningún criterio claro.
- Una mayor transparencia en los criterios de asignación y en el desglose de las cuantías que recibe cada medio sería necesaria para garantizar que las prácticas de censura indirecta no estén distorsionando la competencia justa e impidiendo una mayor libertad de prensa.
- Respecto a las subvenciones, si bien existe transparencia en cuanto a los destinatarios finales, la independencia de los organismos adjudicadores y la equidad de las asignaciones de los gobiernos regionales todavía han de garantizarse.

LA CUESTIÓN DE LA CENSURA INDIRECTA EN ESPAÑA

Prácticas de censura indirecta relacionadas con la asignación de publicidad institucional y subvenciones estuvieron entre las supuestas amenazas a la libertad de prensa mencionadas durante las reuniones de la delegación con algunos representantes de medios de comunicación.

La censura indirecta es la práctica de influir en la cobertura de noticias a través de la asignación o retención del gasto público en medios de comunicación (subvenciones, publicidad y otras formas de asistencia a los medios). Se puede aplicar también a la concesión selectiva de licencias, permisos o regulaciones para moldear el panorama mediático y promover o disminuir la viabilidad económica de determinados medios de comunicación. Cuando existen tales prácticas, éstas no sólo representan una amenaza para la independencia de los medios, sino que también socavan la libre competencia en la industria mediática.

El alcance de la censura indirecta en España es difícil de analizar por varias razones. En primer lugar, los informes públicos sobre el gasto en publicidad, con la excepción de algunas comunidades autónomas como el País Vasco, no incluyen el desglose final de las asignaciones a los diferentes medios. Además, según varios investigadores,¹⁵ las solicitudes de información sobre este tema con frecuencia no son respondidas en su totalidad por las instituciones públicas a las que han sido dirigidas. En segundo lugar, los gobiernos autonómicos y las administraciones locales se rigen por leyes diferentes, siguen criterios distintos y actúan de forma independiente, lo que dificulta el reconocimiento de tendencias generales en cuanto a la asignación de dinero público a los medios de comunicación. Además, no existen cifras centralizadas que revelen cuánto dinero de los contribuyentes españoles se asigna a los medios.

También es importante destacar que la crisis económica ha implicado importantes recortes en las transferencias de fondos

públicos para el sector de los medios en España. Un informe oficial reciente muestra que el gasto total del gobierno central, ministerios y entidades públicas asociadas en publicidad ha disminuido de 313 M€ en 2006 a 116 M€ en 2013.¹⁶

Aunque en términos financieros la influencia de la publicidad oficial puede que no sea tan relevante como en décadas anteriores, la Asociación Española de Publicaciones Periódicas (AEEPP) declaró en 2013 que la ley en materia de publicidad institucional estaba siendo “violada sistemáticamente por ministerios, ayuntamientos o municipios, gobernados por diferentes partidos”.¹⁷ Después de presentar una queja oficial ante el Gobierno en marzo de 2013,¹⁸ y de crear un observatorio para informar de casos específicos,¹⁹ la AEEPP pidió a todos los grupos parlamentarios que incluyeran la publicidad institucional en la nueva ley de transparencia²⁰ que se estaba examinando en ese momento. El Partido Socialista Obrero Español (PSOE), principal partido de oposición, presentó una enmienda sobre el tema, pero el Parlamento, controlado por el Partido Popular (PP), la rechazó con la ayuda de los votos de los partidos Convergencia y Unión, de Cataluña, y el Partido Nacionalista Vasco.²¹

Un mayor esfuerzo en transparencia por parte del gobierno central y de todas las administraciones autonómicas y locales sería un paso positivo para evitar el uso de la publicidad oficial y las subvenciones como incentivos financieros sobre los medios de comunicación.

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Con relación a la publicidad institucional, la Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional²² prohíbe específicamente el uso de la publicidad oficial para destacar “logros de gestión”. También prohíbe la publicidad institucional durante los periodos electorales. La ley pretende expresamente promover la transparencia a través de “la habilitación de fórmulas

que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades que le están adscritas”.

Aunque la ley está alineada con los estándares internacionales,²³ académicos, empresas de medios y partidos de oposición a nivel nacional, regional y local han denunciado problemas en materia de transparencia y presuntas prácticas de asignación arbitraria. Asimismo, en un análisis de la publicidad institucional de los ayuntamientos, el Tribunal de Cuentas reveló que en algunas comunidades autónomas la legislación no distingue claramente entre información y propaganda. El análisis indicó que, en tales casos, la publicidad institucional corre el riesgo de ser utilizada para enfatizar éxitos gubernamentales, lo cual claramente contradice la ley nacional, así como los estándares internacionales.²⁴

A nivel nacional, el gobierno español publica su gasto publicitario en los Informes de Publicidad y Comunicación anuales.²⁵ En ellos se especifica la cantidad gastada por cada ministerio a través de cada campaña, así como el tipo de medio de comunicación (prensa, radio, TV, Internet, etc.) al que se asigna la publicidad. Sin embargo, no se ofrece información sobre cuánto de cada campaña recibe cada medio de comunicación o grupos de medios.²⁶ Por lo tanto, es difícil evaluar si existe una relación directa entre el número de lectores y la distribución geográfica de esos medios, y su uso como vehículo para la publicidad institucional.

Una respuesta a una pregunta parlamentaria formulada en 2013 sugiere que no siempre se utilizan los criterios de circulación y número de lectores. Una campaña del Ministerio de Sanidad y Asuntos Sociales de España contra la violencia de género en diciembre de 2012 fue fuertemente criticada por parlamentarios de la oposición, debido a la aplicación de criterios no relacionados con la circulación o distribución sino con “otros objetivos no relacionados con la campaña”.²⁷ Un análisis

La gráfica a la derecha muestra la distribución de las inversiones en una campaña de publicidad del Ministerio de Sanidad en 2012. La asignación a cada uno de los periódicos no parece estar en consonancia con el número de lectores del mismo. Comparemos, por ejemplo, la diferencia en la inversión para publicidad que se asignó a El País y La Razón. Fuente: www.eldiario.es.²⁹

REPARTO EN PRENSA DE LA CAMPAÑA 'HAY SALIDA'

PERIÓDICO	INVERSIÓN DE LA CAMPAÑA	NÚMERO DE LECTORES*	INVERSIÓN MEDIA POR CADA 1.000 LECTORES
La Razón	73.103,36 €	276.000	264,87 €
ABC	57.351,10 €	641.000	89,47 €
El Mundo	53.578,80 €	1.219.000	43,95 €
La Gaceta	36.543,94 €	177.000	206,46 €
El País	33.889,68 €	1.899.000	17,85 €
El Periódico de Catalunya	22.361,76 €	608.000	36,78 €
La Vanguardia	18.179,04 €	816.000	22,28 €
20minutos	11.116,87 €	1.986.000	5,60 €

FUENTE: Segunda ola anual móvil del Estudio General de Medios y Congreso de los Diputados.
* Según datos del EGM vigentes en la fecha de adjudicación de la campaña de Sanidad (26 de noviembre de 2012).

sis de la campaña señaló, por ejemplo, que El País, el segundo periódico de España en términos de circulación según los datos disponibles en ese momento,²⁸ recibió publicidad por valor de 34.000 €, mientras que La Razón, diario que ocupa el octavo lugar, recibió 73.000 €. De la misma manera, La Gaceta recibió más publicidad (36.554 €) que 20 Minutos (11.116 €) a pesar de tener 18 veces menos lectores. El análisis, con información de la Encuesta General de Medios, reveló que El País había recibido 18 € por cada 1.000 lectores; La Razón, 265; y La Gaceta, 206.²⁹

Tampoco se utilizaron criterios de circulación en una campaña para la promoción de las Fuerzas Armadas en 2014.³¹ El Ministerio de Defensa decidió poner la misma cantidad de publicidad en todos los diarios de ámbito nacional, como se especifica en el contrato de asignación.³² Aunque este hecho no implica necesariamente la existencia de irregularidades, la falta de información sobre los criterios utilizados para la asignación imposibilita la realización de una evaluación exhaustiva.

En 2014, el gobierno español puso en manos de un grupo de máximo cinco agencias publicitarias la asignación de la publicidad institucional por un período de dos años. Esta medida, según la orden de modificación, haría el proceso de asignación más eficiente y menos costoso.³³ Aunque el uso de agencias de publicidad para determinar dónde y por qué poner publicidad es una práctica internacional estándar, algunas asociaciones de publicidad criticaron la decisión de limitar a cinco el número de agencias, por considerar que iba en contra de la libre competencia.³⁴ Organizaciones de la sociedad civil, por su parte, consideraron que el nuevo acuerdo hacía aún más opaco el sistema de publicidad institucional, ya que permitiría que detalles clave como la identidad de los medios de comunicación que reciben publicidad oficial, así como detalles sobre el objetivo de la campaña, costo total, medios de comunicación preferidos, etc., fueran publicados sólo cuando se estime “oportuno” (Artículo 198 de la Ley de Contratos del Sector Público).³⁵ Según un experto en publicidad institucional,³⁶ la nueva ley española

de transparencia y acceso a la información obliga a las instituciones públicas a hacer públicos todos los contratos de publicidad, independientemente de su tamaño. Sin embargo, cuando los contratos se adjudican a través de agencias de publicidad contratadas por el Estado, la información sobre cómo éstas asignan la publicidad oficial no está sometida a la nueva ley.

A niveles regional y local, varios casos han salido a la luz a través de solicitudes de información o gracias a una mayor transparencia de algunos gobiernos autonómicos, como el del País Vasco.

En respuesta a una solicitud de información, el gobierno catalán especificó los medios de comunicación impresos y en línea donde se anunciaba precisamente la existencia de un nuevo portal web de transparencia.³⁷ A pesar de que la respuesta no incluyó el porcentaje que cada medio recibió del total de 620.849 €, la lista de los destinatarios fue, en sí misma, suficiente para determinar que los criterios de asignación no estuvieron relacionados con cifras de circulación o número de lectores. Por ejemplo, los periódicos 20 Minutos y El País, a pesar de ocupar, respectivamente, el tercer y quinto lugar en cuanto a circulación en Cataluña,³⁸ no estuvieron entre los 19 medios impresos que recibieron publicidad de la campaña. De nuevo, aunque estos hechos no necesariamente indican malas prácticas, la falta de información adicional con relación a los criterios utilizados para las asignaciones hace imposible la realización de una evaluación exhaustiva.

El gobierno del País Vasco fue criticado después de publicar su informe anual sobre Publicidad y Comunicación Institucional en 2013, por, supuestamente, favorecer a ciertos medios de comunicación y grupos de medios. El informe incluye un desglose de la cantidad asignada a cada medio de comunicación y, por tanto, es un ejemplo positivo en términos de transparencia.³⁹ Al comparar el desglose con los datos de circulación disponibles, un análisis realizado por los partidos de la oposición

En España, como en muchos otros países, la falta de datos relacionados con el desglose de la publicidad oficial en los diferentes medios de comunicación dificulta el análisis de las prácticas de censura indirecta.

encontró que los medios pertenecientes a Grupo Noticias (supuestamente cercano al partido gobernante local, PNV) había obtenido 2.7 € por lector, en contraste con lo que recibieron aquellos pertenecientes a Vocento (1,3 €), El País (1,3 €), Gara (1,2 €) y Berria (1.1 €).⁴⁰

SUBVENCIONES

España, desde la década de los 90, es el único país europeo en el que los gobiernos autonómicos han sido responsables exclusivos de las políticas directas de subsidio a la prensa. Como resultado, los temas relacionados con las subvenciones varían considerablemente de una parte del país a otra. En 2012, las subvenciones se continuaban otorgando en seis de las 17 comunidades autónomas de España: Andalucía, Asturias, País Vasco, Cataluña, Galicia y Valencia, según las últimas investigaciones.⁴¹ Un estudio de 2005 encontró prácticas de subvención en nueve comunidades.⁴²

Cinco de estos esquemas actuales de subvenciones a la prensa se basan esencialmente, aunque no exclusivamente, en la lengua, enfocándose principalmente en la promoción de periódicos que publican en los respectivos idiomas locales. La excepción es Andalucía, una región monolingüe donde las subvenciones se otorgan principalmente para fomentar la lectura.

Aunque la existencia de subvenciones puede ser positiva para el sector de los medios de comunicación y el pluralismo en general, los estándares internacionales exigen que se garanticen la transparencia y la equidad en la asignación.⁴³ La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa ha pedido a los Estados que traten “con justicia y neutralidad” a los medios de comunicación que reciben subvenciones directas o indirectas.⁴⁴ Así, los criterios según los cuales se distribuyen los subsidios deben estar desvinculados del contenido o la ideología política del periódico. Asimismo, organizaciones de la sociedad civil tales como Artículo 19 subrayan el hecho de que el organismo responsable de la asignación de las subvenciones debe ser completamente independiente del Gobierno y que todo organismo que distribuya dinero público debe ser sometido a auditorías anuales.

Investigadores conocedores del caso catalán consideran por ejemplo que, aunque los criterios de subvenciones son públicos, el Gobierno todavía tiene un margen considerable de arbitrariedad. Un alto volumen de las subvenciones es otorgado supuestamente sin ningún tipo de convocatoria pública.⁴⁵ Un análisis comparativo realizado en 2007 informó sobre asigna

ciones arbitrarias similares, así como de la percepción de una falta de independencia en los organismos que hacen las asignaciones, en las otras ocho comunidades autónomas en las que se daban subvenciones.

CONCLUSIÓN

En España, como en muchos otros países, la falta de datos relacionados con el desglose de la publicidad oficial en los diferentes medios de comunicación dificulta el análisis de las prácticas de censura indirecta. Mientras que algunas comunidades autónomas como el País Vasco especifican estos datos en los informes anuales de publicidad institucional, el gobierno central, y la mayoría de las regiones y municipios, no publica activamente estos datos y no responde adecuadamente a las solicitudes de información.

Varios casos en los que el desglose entre los diferentes medios ha salido a la luz pública indican que se necesita una mayor transparencia, en todos los niveles, en cuanto a la asignación de dinero público a los medios de comunicación para garantizar la libertad de prensa y la competencia justa entre los medios.

En cuanto a las subvenciones, aunque los criterios de concesión y las cantidades asignadas son públicos, las posibilidades de asignación arbitraria y la falta de independencia de los organismos de asignación regional son claras áreas de mejora.

La asignación justa de dinero público al sector de los medios beneficia a los ciudadanos, medios de comunicación, periodistas y a las propias instituciones. Un informe de 2014 que recopila ejemplos de censura indirecta en más de 30 países en todo el mundo llegó a la conclusión de que el primer paso en la batalla contra esta práctica es el reconocimiento y la exposición de su existencia.⁴⁶ Los hallazgos de este informe están siendo utilizados para abogar por una total transparencia y equidad en la asignación de fondos públicos para la publicidad y el apoyo a los medios, con la intención de promover los más altos estándares éticos y profesionales en las relaciones de los medios con los gobiernos de todos los niveles.

[4]

Una oportunidad perdida: La nueva ley de acceso a información

Access Info Europe

En cualquier país, la capacidad de los medios de comunicación para acceder a la información relativa a las actividades del gobierno es esencial para reforzar su función de control sobre el poder y, en consecuencia, hacerle responsable de su gestión. En España, el acceso a dicha información sigue siendo, todavía, uno de los grandes desafíos para los medios de comunicación.

De hecho, éste era uno de los pocos países en Europa, junto a Chipre y Luxemburgo, que carecían de una ley de transparencia. Un vacío que el Gobierno ha intentado llenar hace más de un año con la Ley 19/2013 de transparencia, acceso a la información y buen gobierno.⁴⁷ Un proceso, eso sí, no exento de polémica. La norma fue aprobada por el Congreso de los Diputados en noviembre 2013, pero sólo entró en vigor el Título segundo relativo al buen gobierno.

Los artículos de la transparencia y el acceso a la información no entraron en vigor hasta el pasado 10 de diciembre (2014), y sólo parcialmente, ya que únicamente se aplica a las administraciones de ámbito estatal, dejando a un lado los gobiernos autonómicos y municipales, los cuales tendrán un plazo de dos años para adaptarse a las obligaciones contenidas en dicha ley.

A pesar de que la entrada en vigor de ambos artículos sea, evidentemente, una buena noticia, la norma contiene numerosas deficiencias, tanto en su redactado como en su implementación. De hecho, expertos nacionales⁴⁸ e internacionales⁴⁹ aseguran que ésta no alcanza los estándares internacionales y tampoco integra los Diez Principios de la Coalición Pro Acceso, una plataforma que conforman más de 60 organizaciones de la sociedad civil española y que promueve desde 2006 la aprobación de una ley de acceso a la información en el país.

Desde que el Gobierno presentó los primeros borradores, los expertos coinciden en destacar su baja calidad y, sobre todo, la

poca ambición de la misma. La Organización Access Info Europe, junto con el Centre for Law and Democracy, ha analizado todas las leyes de acceso a la información del mundo y sitúa a España en la posición 68 de 101 países, con una puntuación de 73 sobre 150.

UNA LEY QUE NACE VIEJA

Todas las críticas apuntaban a que esta ley no estaba a la altura de los estándares de transparencia más vanguardistas y que ya nacía vieja a pesar de haber sido redactada y aprobada en 2013.

Entre las principales deficiencias de esta norma destacamos:

1. No reconoce el derecho de acceso a la información como un derecho fundamental.

El derecho de acceso a la información ha sido reconocido como un derecho fundamental, entre otros, por el Comité de Derechos Humanos de las Naciones Unidas;⁵⁰ por el Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión de las Naciones Unidas y los relatores de libertad de expresión de la Organización de Estados Americanos y de la Organización por la Seguridad y la Cooperación en Europa;⁵¹ por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos;⁵² por la Corte Interamericana de derechos humanos;⁵³ y, recientemente, en España, por el Consejo General del Poder Judicial.⁵⁴

2. La ley de transparencia no incluye a todas las instituciones públicas. La norma excluye al poder judicial al completo (excepto al Consejo General del Poder Judicial, CGPJ).

Para el resto de instituciones, esta ley sólo afecta a la información sujeta a derecho administrativo. Las empresas privadas que gestionan servicios públicos no tienen las mismas obliga-

Una ley que nace vieja (del año 2013)

La Organización Access Info Europe, junto con el Centre for Law and Democracy, ha analizado todas las leyes de acceso a la información del mundo y sitúa a España en la posición 68 de 101 países, con una puntuación de 73 sobre 150.

ciones de transparencia que las instituciones públicas. Estas últimas sólo tendrán que hacer pública una serie de información de manera proactiva.

3. La definición de lo que es “información” es inaceptable.

Esta ley excluye mucha información, algo que entra en conflicto con el Convenio del Consejo de Europa sobre Acceso a Documentos Públicos.⁵⁵ Tal y como está redactada ahora mismo, la norma no cumple con los requisitos mínimos del Convenio, al cual, España todavía no se ha adherido.

En primer lugar, el artículo 18 es inaceptable ya que excluye algunos tipos de información. En concreto, no está contemplada la información auxiliar (notas, borradores, opiniones, resúmenes, comunicaciones e informes internos de órganos o entidades administrativas) imprescindible para entender por qué se toman las decisiones.

De hecho, ya tenemos los primeros ejemplos de cómo se está aplicando este artículo en la práctica. Ya ha habido un caso en el que se ha mermado la transparencia del gasto público al haber denegado los informes que pueden explicar los sobrecostes de una obra pública alegando que éstos son informes internos. En otro, se ha atentado contra la transparencia en la toma de decisión cuando se denegaron los informes que explicaban el por qué se había decidido no regular una materia concreta, justificándose en el hecho de que tal información pertenecía a informes internos y, por lo tanto, no tenían la obligación de hacerlo público.

En segundo lugar, la disposición adicional primera establece que esta ley tiene un carácter supletorio para aquellas materias que tengan previsto un régimen jurídico específico de acceso a la información.

Por último, la definición de información no menciona que toda información será accesible, sin importar el formato, algo fundamental, entre otras cosas, para el movimiento Open Data, muy desarrollado en España.

4. La ley de transparencia impone un doble silencio administrativo negativo.

Es decir, si el organismo consultado no contesta, se debe entender que la solicitud de dicha información ha sido denegada. Además, el Consejo de la Transparencia, el organismo encargado de velar por el cumplimiento de la ley, tampoco estará obligado a contestar.

Uno de los principios básicos del derecho de acceso a la información es que las denegaciones deben ser motivadas y limitadas a casos excepcionales previstos por la ley, así como los argumentos en los que se fundamenta la denegación deben ser comunicados a la persona que la ha solicitado. El silencio de la negativa viola de base este principio. Es especialmente preocupante esta cuestión en España donde una media del 50% de las solicitudes de información acaba en silencio administrativo.⁵⁶ El silencio administrativo negativo en las solicitudes de información supone un gran obstáculo para implementar un buen sistema de transparencia en España.

5. El Consejo de la transparencia, organismo que supervisa el cumplimiento de la ley, no es independiente.

El presidente es propuesto por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Esto puede suponer un desafío para la supuesta independencia del Consejo, ya que en algún caso puede llegar a ser juez y parte a la hora de decidir sobre un conflicto, cuando, por ejemplo, se haya solicitado información relacionada con el propio ministerio de Hacienda.

PROBLEMAS EN LA PRÁCTICA

Los artículos referentes a la transparencia y el acceso a la información entraron en vigor el pasado 10 de diciembre de 2014 a nivel estatal y, con ella, se desvelaron algunas de las claves de su implementación.

Entre los problemas más graves se pueden destacar tres: primero, las graves trabas al derecho a solicitar información; segundo, un portal de datos deficiente y, tercero, un Consejo de la Transparencia que, a fecha de 20 de enero, sigue sin haber establecido un mecanismo de recurso.⁵⁷

El más grave de los problemas es el primero: las trabas al acceso. Por un lado sólo se pueden enviar solicitudes de manera presencial o a través del portal de la transparencia,⁵⁸ donde el proceso es complejo y largo. Las tres opciones que ofrece el Gobierno para enviar una solicitud de acceso a la información, implican el acceso a un ordenador e internet.

Los requisitos para acceder al portal (*vea abajo*) son, además de excluyentes, una traba para el acceso a la información pública que debería ser sencillo y rápido. Darse de alta en cualquiera de estas formas de identificación supone un obstáculo para el derecho de acceso a la información y desaniman al solicitante, especialmente cuando requieren de un número de cuenta bancaria o exigen la instalación de un certificado digital, un proceso complejo y que lleva días completar.

Por otro lado, hay que entregar un DNI para poder acceder a la información lo cual, como recuerda el CGPJ, va en contra de los estándares internacionales en los que se indican que prevalece “el estándar internacionalmente fijado sobre lo innecesario de

esos datos, al entenderse que el acceso a la información pública es un derecho fundamental de carácter universal, en cuya garantía priman las obligaciones de transparencia de los poderes públicos frente a cualquier requisito impuesto al ciudadano que solicita el acceso”.

Entre los argumentos que apoyan lo innecesario de entregar un DNI es importante destacar el memorándum explicativo del Convenio de Acceso a la Información Pública del Consejo de Europa que anima a los Estados a permitir las solicitudes anónimas, ya que sería una consecuencia lógica del principio de no tener que justificar las solicitudes.

Por último, el portal excluye la posibilidad de solicitar información para extranjeros que no sean residentes en España, con la excepción de contados países de Europa que cuenta con el proyecto STORK, una plataforma online que facilita el mutuo reconocimiento de identidades electrónicas entre países.

El segundo hándicap que trae consigo la ley es el portal de transparencia, ya que también ha sido objeto de críticas en los medios de comunicación. Entre algunos comentarios encontramos categorizaciones como “difícil de masticar para el ciudadano”⁶¹ o que aluden a la famosa expresión “mucho ruido y

Métodos para acceder al Portal de la Transparencia – y sus obstáculos

- **Estar en posesión de un DNI electrónico.** Según el Instituto Nacional de Estadística,⁵⁹ en 2014 el 47,9% de la población de 16 a 74 años de edad declaró disponer de DNIe, pero sólo el 8,5% de estos tiene lector de tarjetas con microchip electrónico, complemento que hay que comprar separadamente.
- **Estar en posesión de un certificado digital.** Según CERES,⁶⁰ a fecha de 12/02/2015, hay 4.169.453 certificados activos.
- **Usar el sistema Cl@ve que obliga a los usuarios a indicar el número de cuenta bancaria que éste usa para pagar sus impuestos y a pasar por una oficina de la Agencia Tributaria o esperar la llegada de un código por correo postal.**

“Tenemos la firme voluntad de que [esta ley] funcione, de ponerla en práctica y ver en qué podemos mejorarla. Esta ley cambiará la cultura del gobierno y de la sociedad [española].”

***- Carmen Martínez Castro,
Secretaria de Estado de Comunicación.***

pocos datos”.⁶² Las críticas más destacadas son: el buscador es realmente ineficaz, la mayoría de información está en formatos no reutilizables (sobre todo en formato PDF que dificultan su uso) y se encuentran muchas tablas que mencionan datos sin citan la fuente.

En tercer y último lugar, a pesar de que la ley de transparencia entró en vigor hace más tres meses, aún no se conoce si existe un trámite específico para presentar un recurso ante el Consejo de la Transparencia, que se constituyó el pasado 19 de enero de 2014.

Esta falta de información afecta a los ciudadanos que enviaron solicitudes de información desde el pasado 10 de diciembre. Cumplido el plazo de un mes que establece la ley, quienes hayan recibido una respuesta negativa (denegando la información) o, directamente, no hayan recibido respuesta, aún no conocen los cauces específicos para poder recurrir al Consejo de la Transparencia para defender su derecho a acceder a la información. La única opción, por el momento, es presentar el recurso ante el registro central de la administración, aunque ni siquiera aparece el Consejo de la Transparencia como posible receptor del mensaje.

LO QUE OPINAN LOS MEDIOS

La calidad de la ley de acceso a la información, así como su implementación y utilidad entre aquellos periodistas que quieren obtener información del Gobierno fue uno de los temas que se trataron en las reuniones que la delegación internacional mantuvo con medios de comunicación, asociaciones de periodistas e instituciones públicas.

Durante su visita, la delegación internacional observó un escepticismo generalizado sobre la nueva Ley de transparencia,

acceso a la información pública y buen gobierno. Diversas organizaciones civiles y representantes de los medios de comunicación recriminaron al Gobierno que dicha norma esté lejos de los estándares

europes e internacionales. En este sentido, desde la Agencia EFE se aseguró que “le queda mucho para atender”. Así mismo, desde ElConfidencial.com la definen como una “pseudo ley, una broma”.

La Secretaria de Estado de Comunicación, Carmen Martínez Castro, salió en defensa de la misma y aseguró que es la primera vez en España que una legislación recoge el acceso a la información pública y que el texto incorpora buena parte de las enmiendas de los partidos en el Parlamento: “Tenemos la firme voluntad de que [esta ley] funcione, de ponerla en práctica y ver en qué podemos mejorarla. Esta ley cambiará la cultura del gobierno y de la sociedad [española].”

[5]

El fenómeno de las ruedas de prensa sin preguntas

Reporteros sin Fronteras (RSF) España

“¿Qué pinta un periodista en una rueda de prensa en la que no se puede preguntar?”

Ya en febrero de 2004, la Defensora del Lector de El País iniciaba así en su columna la crítica a la costumbre implantada en España de las ruedas de prensa sin preguntas, como un fraude para los periodistas, para los lectores y para la libertad de prensa. Un fraude informativo en el que los periodistas pasaban a ser comparsas televisivas de los políticos de turno quienes, ante las cámaras de televisión, fingían estar celebrando auténticas ruedas de prensa.

La moda no sólo afectaba al jefe de Gobierno, en aquel entonces José María Aznar, sino que se extendía a sus ministros, presidentes de comunidades autónomas como el País Vasco y Cataluña, y políticos y personajes de todo signo político. Una forma de comparecencia ante los medios de comunicación que ha demostrado ser, según las críticas, sumamente eficaz para muchos gobernantes que impiden así el acceso a la libre información oficial, utilizada como parte de su patrimonio y que ofrecen a cambio la propaganda más conveniente para los intereses de sus partidos.

Desde entonces, esta costumbre, muy vinculada a la falta de transparencia informativa y al verdadero juego democrático de la libertad de información, no ha hecho más que aumentar en España. Diez años después, la opacidad informativa del jefe de Gobierno, Mariano Rajoy, que como Aznar, también pertenece al Partido Popular, es ampliamente reconocida. En su actual legislatura, solamente comparece dos veces al año ante los pe-

riodistas en rueda de prensa con preguntas. Una antes de las vacaciones de verano y otra al finalizar el año. Mientras tanto, los informadores deben robarle esporádicas respuestas en sus viajes oficiales al extranjero cuando debe comparecer ante los medios internacionales, lo que hace prácticamente imposible negarse responderles. O bien, los periodistas deben conformarse con las habituales conferencias de prensa semanales de la vicepresidenta del Gobierno después de los consejos de ministros.

Esta estrategia de comunicación llegó, lo que muchos consideran, a un punto límite en 2013, cuando el presidente Rajoy inauguró una nueva forma de comparecer ante los medios de comunicación: la “conferencia de prensa plasmática”, es decir, una comparecencia, sin preguntas, por medio de una televisión de plasma.

Reiteradamente a lo largo de esta década, periodistas, colegios profesionales, asociaciones de la prensa, sindicatos y organizaciones de defensa de la libertad de información como Reporteros Sin Fronteras han denunciado públicamente una situación que ha ido en aumento hasta el punto de que algunos medios han acuñado la coletilla que acompaña a la información de turno: “declaraciones hechas en una rueda de prensa sin preguntas”. Así lo decidió RTVE que, desde junio de 2010, y según lo aprobado en su Libro de Estilo, informa a su audiencia de la emisión de ruedas de prensa sin preguntas. Pero no se hace constar así en todos los medios, lo que puede incurrir en una desinformación para el ciudadano.

La FAPE (Federación de Asociaciones de la Prensa de España), primera organización profesional de periodistas de España y que representa a más de 20.000 asociados, ha hecho del rechazo a las ruedas de prensa sin preguntas una de sus principales reivindicaciones desde 2010, manifestando “su preocupación porque partidos políticos, administraciones y otros colectivos y personajes públicos realicen convocatorias donde se niega a los informadores su derecho a preguntar”.

En 2011, la FAPE promovió un “Manifiesto contra las ruedas de prensa sin preguntas”, que firmaron más de 5.000 periodistas y un centenar de diarios, cadenas de radio, televisiones, agencias de prensa, revistas y medios digitales y locales en el que se pedía a partidos políticos y otras entidades que abandonara todo intento de limitar el ejercicio del periodismo, como es la

El director de ABC, Beito Rubido, aseguró ante la delegación que el Presidente Rajoy no es tan diferente a este respecto a su predecesor en el cargo, José Luis Rodríguez Zapatero, del Partido Socialista, ahora en la oposición. Por su parte, los directores de El País, El Mundo y Agencia EFE señalaron a la delegación que estaban a favor de crear un frente unido para poner fin a esta práctica y rechazar de forma colectiva el cubrir tales ruedas de prensa. Una postura que ya ha adoptado el periódico digital eldiario.es.

En este mismo sentido, el director de El Mundo, Casimiro García-Abadillo, afirmó que sería muy conveniente. Pero también dejaron ver que hasta el momento no había sido fácil llevarlo a cabo, sin que se especificaran las causas.

“¿Qué pinta un periodista en una rueda de prensa en la que no se puede preguntar?”

convocatoria de ruedas de prensa sin preguntas. El mismo año, la FAPE y la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) elaboraron un icono identificativo para señalar las ruedas de prensa sin preguntas en medios escritos, digitales y audiovisuales, y otro icono sonoro para las radios.

Un año después, en 2012, la FAPE dio un paso más y llevó ante el Consejo de Europa, la campaña #sinpreguntasnocobertura. La acción despertó el interés del presidente de la Asamblea del Consejo, Jean- Claude Mignon, que se comprometió a estudiar la campaña contra las ruedas de prensa sin preguntas y elevarla al pleno del Consejo de Europa.

Pero pese a las numerosas protestas de los últimos años y al sentimiento general de la profesión en contra de esta nociva práctica, lesiva tanto para el derecho de los ciudadanos a estar informados como para el de los periodistas a informar, no se ha podido erradicar todavía. Inexplicablemente, ni los políticos han renunciado a algo tan productivo para ellos, ni los periodistas las han boicoteado, ni los directores de medios se han puesto de acuerdo para terminar con semejante práctica.

En los recientes encuentros -diciembre de 2014- entre el Instituto Internacional de la Prensa y otras organizaciones relacionadas con la libertad de información con responsables de diferentes medios de comunicación españoles, cuando se planteó a los mismos este tema, prácticamente todos los consultados consideraron que era un uso muy poco democrático y que decía muy poco a favor de la transparencia informativa. Alguno señaló que en otros países democráticos los gobernantes también hacen “declaraciones institucionales” sin preguntas.

La solución más fácil para acabar con las ruedas de prensa sin preguntas, y dado que los políticos, pese a sus numerosas declaraciones a favor de la transparencia informativa no parecen renunciar a los “comunicados” con presencia multitudinaria de los medios, pasa sin duda porque los directivos de los medios de comunicación se pongan de acuerdo para no enviar a los periodistas a cubrir tales convocatorias, no dejando en manos de éstos, en medio de una durísima crisis económica y transformación tecnológica que ha afectado vivamente a la profesión con miles de despidos y cierres de medios, la responsabilidad de acudir o no a cubrir estas informaciones. Es casi seguro que habría una pronta repercusión favorable.

La delegación considera crítica la necesidad de reconocer de nuevo el derecho del periodista en España a preguntar a los políticos en rueda de prensa y reinstaurarlo allí donde ese derecho ha sido negado. Tales preguntas contribuyen indispensablemente a reforzar la transparencia del Gobierno y a ejercer una cobertura informativa equilibrada y contrastada.

[6]

La ley de seguridad ciudadana y la libertad de prensa

Desde el anuncio del anteproyecto de la recientemente aprobada por el Congreso Ley de Seguridad Ciudadana (diciembre de 2014), ésta se convirtió popularmente en la “ley mordaza”, en referencia a la “ley mordaza” que Berlusconi intentó aprobar en Italia para, según las voces más críticas, acallar las informaciones judiciales que le afectaban directamente. En España, el epíteto viene a expresar los peligros, según muchos, que la ley puede representar para los ciudadanos a la hora de ejercer sus libertades y para los periodistas, en el libre ejercicio de su profesión.

Ampliamente rechazada por ciudadanos, partidos políticos, sindicatos, y organizaciones de defensa de los derechos humanos o de la libertad de información, excepto por los miembros del Partido Popular en el gobierno, el anteproyecto planteaba una ley que, según temían muchos, retrotraía a los españoles a épocas represivas franquistas en materia de seguridad ciudadana. En lo que afecta a la libertad de información, y sin entrar en detalle en el resto del contenido de la ley, el anteproyecto mantenía en principio multas de entre 30.001 y 600.000 €, por la captación o difusión de imágenes, datos personales o profesionales de las fuerzas de seguridad que “atenten gravemente contra su derecho al honor, a la intimidad o a la propia imagen, pueda poner en peligro a seguridad personal o familiar de los agentes, de instalaciones protegidas o en riesgo el éxito de la operación, sin menoscabo, en todo caso, del derecho constitucional a la información.”⁶³

Aunque tras una avalancha de críticas jurídicas y ciudadanas, a finales de noviembre de 2013, ciertas disposiciones fueron “suavizadas” en el anteproyecto que al final se aprobó, en especial, rebajando de ‘muy graves’ a ‘leves’ las sanciones por captar y difundir imágenes de agentes de las fuerzas de seguridad, con multas que rondaban entre los 100 € y 1.000 €. ⁶⁴⁶⁵ Sin embargo, la nueva redacción conservaba, según los más críticos, la voluntad censora del primer texto.

En julio de 2014, el gabinete del Gobierno envió la versión final del anteproyecto para iniciar su tramitación legislativa.⁶⁶ El texto que se aprobó en el Congreso de los Diputados,⁶⁷ comparado con el anteproyecto de noviembre de 2013, contenía varias modificaciones en cuanto a las multas relacionadas con el uso de las imágenes y datos personales de los agentes de policía. Concretamente, el “uso no autorizado de imágenes o datos personales [...] que pueda poner en riesgo el éxito de una

operación” contempla una multa de entre los 601 € y 30.000 € (Art. 36/26), mientras que afirma que “las faltas de respeto y consideración cuyo destinatario sea un miembro de las Fuerzas y Cuerpos de seguridad en el ejercicio de sus funciones de protección de la seguridad” son punibles con multas de entre 100 € y 600 € (Art. 37/4).

El 12 de marzo de 2015, el Senado aprobó el proyecto de ley con algunas ligeras modificaciones. En el momento de la elaboración de este informe, la versión revisada por la cámara Alta espera del visto bueno definitivo del Congreso de los Diputados.

Reporteros Sin Fronteras (RSF), organización que defiende la libertad de información en el mundo, se opuso firmemente al carácter represor de la nueva ley desde el primer momento que se conocieron los propósitos del Ministerio del Interior,⁶⁸ y se le instó a que abandonase “todo intento de mermar el derecho legítimo de los medios de comunicación o de los ciudadanos a cubrir los acontecimientos que tengan lugar en la vía pública y que son de interés público”, recordando que, “el Tribunal Europeo de Derechos Humanos recoge el derecho a la libertad de expresión (artículo 10 de la Convención Europea de los Derechos del Hombre) y hace prevalecer la libertad de expresión sobre cualquier otra consideración cuando se trata de informar de temas de interés general”,⁶⁹ y se instó a que los periodistas pudieran filmar o fotografiar a manifestantes y fuerzas de seguridad sin que esto entrara en conflicto con el derecho a la intimidad o a la imagen.⁷⁰

Desde entonces, y a lo largo de los dos últimos años, RSF ha reiterado su oposición a la Ley de Seguridad Ciudadana, por entender que no sólo atenta gravemente contra la libertad de información sino que puede conducir a la censura. Tras su aprobación en el Congreso de los Diputados, RSF recordó que “los documentos gráficos son esenciales para la información y transparencia de cualquier abuso que pueda cometerse, y fundamentales en la información de los medios de comunicación de toda sociedad democrática”.⁷¹

El resto de organizaciones que forman la delegación del Instituto Internacional de la Prensa (IPI, por sus siglas en inglés) se unieron a RSF a la hora de expresar su profunda preocupación sobre dicha ley. En especial, la delegación comparte la misma opinión en cuanto al redactado ambiguo del Art. 36/26 que pu-

ede llegar a ofrecer ‘carta blanca’ a las fuerzas de seguridad para impedir a los periodistas el libre ejercicio de su profesión.

También se han expresado en este mismo sentido otras organizaciones profesionales como la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), que en noviembre de 2013 decía: “Dichas coberturas son una parte importante del interés informativo de los medios y de los ciudadanos, por lo que cualquier intento de sancionarlas vulneraría los derechos a la libertad de expresión y de información”.

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que representa a más de 20.000 asociados, también ha rechazado el articulado de la Ley de Seguridad Ciudadana y explica que la disposición relativa a los periodistas “ya está recogida en la Ley Orgánica del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, que deja también muy claro cuando la captación de esas imágenes no supone una intromisión ilegítima”.

Igualmente, sindicatos como la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (ANIGP-TV), colegios profesionales y asociaciones de la prensa han rechazado la ley. Así, la Federación de Sindicatos de Periodistas considera que la norma busca impedir que periodistas y fotógrafos recaben información gráfica de las actuaciones policiales, “quedando a la suerte de las decisiones arbitrarias de los funcionarios públicos”.

Por su parte, la FAPE acordó con el Ministerio del Interior un convenio de colaboración para que los redactores, reporteros gráficos y camarógrafos que lo soliciten puedan llevar en manifestaciones y coberturas informativas callejeras un chaleco con la inscripción PRENSA que los identifique ante los agentes y policías, y que evite detenciones o posibles incidentes. Un distintivo con el que no todos los profesionales están de acuerdo y que no se considera obligatorio.

Paralelamente al debate de la “ley mordaza”, Reporteros Sin Fronteras ha podido comprobar cómo, en los últimos años, han ido en aumento los problemas de fotógrafos y camarógrafos, especialmente los freelances, cuando realizan coberturas informativas en manifestaciones, escraches, desahucios y, muy especialmente, en las actuaciones policiales con los inmigrantes en las vallas de Ceuta y Melilla. En los meses de enero y febrero, algunas detenciones de periodistas y fotógrafos en Madrid parecen anticiparse incluso a la aprobación plena de la ley antes mencionada.

RSF ha denunciado, en numerosas ocasiones, cómo las fuerzas de seguridad les han impedido realizar su trabajo, les han retirado las cámaras o el material gráfico, han sido increpados, detenidos y, en ocasiones, llevados ante los tribunales por realizar su trabajo.

Tanto RSF como el resto de organizaciones de la delegación liderada por el IPI en España, están seriamente preocupados ante la posibilidad de que la Ley de Seguridad Ciudadana pueda provocar un aumento de los casos descritos hasta ahora. En especial, las organizaciones instan a la Cámara alta y al Gobierno a tener en cuenta las críticas a nivel nacional e internacional, y garantizar que la ley, en su redacción y aplicación, contemple la suficiente protección de los derechos de los periodistas a cubrir aquellos eventos en favor del interés del público.

Los siguientes casos son ejemplos concretos de lo que los periodistas definen como un ambiente hostil contra el derecho a informar:

En mayo de 2013, los fotoperiodistas Raúl Capin y Adolfo Luján fueron arrestados y acusados judicialmente por un presunto delito de atentado a la autoridad. Ambos periodistas estaban siendo investigados tras la cobertura que realizaron de un escrache en la residencia del Presidente del Congreso, Jesús Posada, el 23 de febrero de aquel año y, posteriormente, el 25 de abril, en la acción ‘asedio al Congreso’. Antes de su detención, ninguno de los dos periodistas había sido informado de que pesaran cargos contra ellos y tampoco recibieron notificación alguna de los juzgados madrileños.⁷²

Entre 2010 y 2011, El fotógrafo del periódico Diagonal, Edu León, fue detenido hasta en cuatro ocasiones y sancionado con una multa después de fotografiar redadas contra inmigrantes para el proyecto Fronteras invisibles.⁷³

El reportero freelance Juan Ramón Robles recibió el premio Ortega y Gasset de Periodismo Digital 2013 por el vídeo⁷⁴ grabado durante las protestas del 25 de septiembre de 2012 de las cargas policiales en la estación de Atocha. Las imágenes pretendieron documentar los actos de intimidación y acoso contra los periodistas que cubrían el evento. Robles continúa informando sobre estos actos contra reporteros en su canal de YouTube.

En marzo de 2013, la FAPE condenó⁷⁵ un incidente en el que, presuntamente, los escoltas de la, por entonces, ministra de Sanidad Ana Mato y los miembros de seguridad del museo Reina Sofía agredieron a la periodista de Antena 3 Soledad Arroyo. La periodista terminó con una mano rota tras el incidente.⁷⁶

En agosto de 2011, Gorka Ramos, redactor de Lainformacion.com, fue apaleado y detenido por la Policía cuando cubría una de las manifestaciones del movimiento 15M frente al Ministerio del Interior.⁷⁷

En julio de 2014, RSF hacía un llamamiento a las fuerzas de seguridad españolas para que respetaran el derecho a informar de los periodistas en la valla de Melilla, en la frontera con Marruecos, donde se ha impuesto, sólo para los periodistas, un “perímetro de exclusión” que oscila entre los 1.000 y 2.000 metros alrededor de la valla que, aparentemente, impide documentar en condiciones la situación migratoria.⁷⁸

En octubre de 2014, un juez desestimó los cargos presentados por tres fotoperiodistas, Juan Ramón Robles, Gabriel Pecot y Rodrigo García, que aseguraban haber sido agredidos por la policía mientras cubrían una manifestación en Atocha. A pesar de que las imágenes mostraban lo que parecía ser una prueba irrefutable de tales actos, el juez declaró que no se podían identificar con claridad a los agentes implicados.⁷⁹

[7]

Las leyes de difamación en España y su aplicación

Instituto Internacional de la Prensa (IPI)

La regulación actual de la difamación (injuria y calumnia) en España está muy por debajo de los estándares internacionales sobre libertad de expresión y protección de la reputación, incluyendo aquellos establecidos por el Comité de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (HRC, por sus siglas en inglés), la Representante de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) para la Libertad de los Medios de Comunicación y el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH).⁸⁰

Llama la atención, como sucede en la mayoría de los países miembros de la Unión Europea, el hecho de que la difamación siga siendo un delito conforme a los artículos 205 (calumnia) y 208 (injuria) del Código Penal español. Aunque nunca ha descartado la existencia de leyes de difamación criminal, el TEDH ha criticado con frecuencia su uso y resaltado su efecto amedrentador. Tanto el HRC como la representación de la OSCE para la Libertad de los Medios de Comunicación han pedido a los Estados que despenalicen la difamación. Desafortunadamente, las leyes penales de difamación españolas siguen siendo utilizadas en contra de los medios de comunicación, aunque no ha sido fácil determinar la frecuencia de su uso.⁸¹

La injuria es punible sólo con una multa, pero la calumnia puede suponer hasta dos años de prisión. No obstante, el TEDH, en consonancia con un amplio consenso internacional,⁸² ha señalado que la prisión nunca es un castigo proporcional en los casos de difamación.⁸³ La delegación no tiene conocimiento de ningún caso en el que un periodista español haya sido enviado a prisión por difamación en la era democrática, aunque los fiscales han solicitado la pena de prisión en un número limitado de casos.⁸⁴

Varias disposiciones penales relacionadas con la difamación son motivo de preocupación, incluyendo los artículos 496, 504 y 543 del Código Penal, los cuales castigan, respectivamente, la difamación del Parlamento español, de algunas instituciones gubernamentales, así como del Estado español y sus símbolos. Los estándares internacionales generalmente rechazan la idea

de que los organismos públicos y los símbolos puedan ser objeto legítimo de una denuncia por difamación. Esto se debe, en parte, a la facilidad con que tales disposiciones podrían ser objeto de abuso. Adicionalmente, los crímenes de lesa majestad (prohibición de ofender al Rey y/o la familia real) contemplados en los artículos 490 y 491 del Código Penal, se siguen aplicando, incluso contra la prensa.⁸⁵

Las demandas civiles por difamación pueden iniciarse conforme a la Ley orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen. Esta ley, promulgada en 1982, carece de mecanismos fundamentales contra su abuso, tales como un límite a las indemnizaciones por daños inmateriales y defensas estándares claras (por ejemplo, defensa de la verdad y de publicación razonable).

El tema de las leyes de difamación españolas se trató durante la misión y en un seminario de dos días sobre difamación y libertad de prensa que se llevó a cabo en Madrid el 27 y 28 de noviembre de 2014. El seminario fue organizado conjuntamente por el IPI, Media Legal Defense Initiative (MLDI) y Access Info Europe, y tuvo lugar en la Asociación de la Prensa de Madrid (APM).⁸⁶

La delegación de la misión encontró **una apertura general entre todos los interlocutores en relación con el argumento en contra de las leyes de difamación penal.** Juan Luis Ortega, abogado de El Mundo y otras publicaciones que pertenecen al grupo Unidad Editorial, dijo a los participantes del seminario: “Desde mi punto de vista, en un estado democrático no es necesario que la actividad informativa de un periodista pueda ser tipificada o sancionada desde una perspectiva penal a través de la injuria y la calumnia.”

Carmen Martínez Castro, Secretaria de Estado de Comunicación, indicó la disposición del Gobierno a escuchar las preocupaciones de la delegación en este respecto y sugirió abordar el asunto con el Ministerio de Justicia. Sin embargo, este último

“Desde mi punto de vista, en un estado democrático no es necesario que la actividad informativa de un periodista pueda ser tipificada o sancionada desde una perspectiva penal a través de la injuria y la calumnia.”
- Juan Luis Ortega, seminario IPI/Access Info.

no estuvo disponible para reunirse con la delegación. Representantes del Defensor del Pueblo (ombudsman nacional de España para derechos y libertades civiles) invitaron a la delegación a enviar la documentación sobre el cumplimiento de España de los estándares internacionales sobre la protección de la reputación.

Al mismo tiempo, **la gran mayoría de los profesionales de los medios y los expertos en derecho entrevistados por la delegación no percibió el abuso de las leyes de difamación como una amenaza significativa a la libertad de expresión en España.** La razón de la falta de preocupación, sin embargo, no parece estar relacionada con la falta de demandas por difamación contra la prensa. Muy por el contrario: muchos periodistas reportaron haber sido objeto de denuncias por difamación o

reclamos similares que han involucrado derechos de la personalidad. Antonio Rubio, subdirector de El Mundo, estimó que ha sido sometido a 40 demandas a lo largo de su carrera. El problema, dijo a los participantes del seminario del IPI, “no es tener querellas, ni demandas, ni juicios. El problema, en todo caso, es perderlos”. Y con una defensa adecuada, sugirió, “los juicios se ganan”.

La confianza de Rubio parece ser compartida por muchos otros periodistas. En otras palabras, hubo una visión generalizada de que las figuras políticas, de hecho, aunque sí trataron de abusar de las leyes de difamación, simplemente no tuvieron éxito en ello, al menos en términos legales. Por ejemplo, en septiembre de 2014, la Corte Suprema española anuló sin contemplaciones una demanda civil por difamación de 600.000 € presentada por

En el marco del seminario del IPI y Access Info Europe sobre las leyes de difamación de España, que se celebró el pasado 28 de noviembre de 2014, la directora de Cafè amb llet, Marta Sibina, explica la experiencia de su periódico cuando fue objeto de una querrela por injurias y calumnias. A su lado (a la izquierda) están el co-director de Cafè amb llet, Albano Dante, y Carlos Meca, director de El Agitador (a la derecha). Foto: IPI.



Ignacio González, presidente de la Comunidad Autónoma de Madrid, contra cuatro ex periodistas de Público, incluyendo a Ignacio Escolar, actual editor de eldiario.es. El fallo del Tribunal Supremo, que confirmó dos decisiones de instancias anteriores, difícilmente pudo haber sido discutido: no sólo fue considerada “evidente” la “relevancia pública de la información”, sino también “la veracidad de las noticias (...), a la vista de los hechos declarados probados”.⁸⁷

En declaraciones a la delegación, Escolar calificó la demanda contra los ex periodistas de Público como un acto de “intimidación” y dijo que los políticos como González “saben que no ganarán el caso, pero lo utilizan para tratar de defenderse ante su público”. Sin embargo, agregó: “600.000 € nos cierra”.

Marta Fabra, periodista de El País que intervino en el seminario del IPI, aseguró haber mantenido la calma cuando un político español influyente, Carlos Fabra, presentó una demanda por difamación en su contra. La periodista dijo que sabía que estaba

encuentran aquellos medios locales y alternativos que carecen de los recursos financieros y jurídicos. Algo de lo que sí disfrutaban sus compañeros que están nómina de medios de comunicación más potentes a nivel económico.

Albano Dante y Marta Sibina, editores de una revista mensual gratuita en catalán, *Cafè amb llet*, afrontaron días de “indefensión y soledad” tras recibir una demanda civil por difamación en 2011 de parte de un importante hombre de negocios del sector de la salud en Cataluña. Dante y Sibina explicaron al IPI que “era una cuestión de no tener recursos, no sólo económicos. Era no saber a quién acudir, quién puede ayudarte, qué se puede hacer”.

Finalmente, la pareja contactó con un abogado que habían visto en la televisión, quien aceptó representarlos pro bono a pesar de no ser experto en leyes de medios. En una decisión que generó críticas tanto nacionales como internacionales, *Cafè amb llet* fue condenado a pagar 10.000 € en daños. Un “duro golpe” para

El problema, dijo Antonio Rubio, subdirector de El Mundo, “no es tener querellas, ni demandas, ni juicios. El problema, en todo caso, es perderlos”. Y con una defensa adecuada, sugirió, “los juicios se ganan”.

“en buenas manos” con el abogado de El País y contó con el apoyo de su periódico, uno de los más grandes de España en términos de circulación. La periodista terminó ganando el caso y, en un giro simbólico, pocos días después de que dijera a los participantes del seminario que no había dejado de publicar nada por el caso, Carlos Fabra comenzó a cumplir una condena de cuatro años por fraude fiscal, tras años de investigación periodística sobre sus actividades.

El éxito de los periodistas españoles a la hora de eludir sentencias inculpatórias en casos de supuestas violaciones del derecho al honor de la persona radica, aparentemente, en una combinación de la voluntad de los tribunales españoles de proteger la libertad de expresión en la práctica, con la naturaleza frívola de las demandas, y la fuerte ayuda legal, tanto antes como después de la publicación. Cabe destacar que tanto Rubio como Ortega recomendaron encarecidamente a los periodistas que participaron en el seminario que incluyeran abogados como parte del equipo básico de un periodista. “No estoy diciendo que queramos ser censores”, enfatizó Ortega. Por el contrario, explicó, era para mostrar que “la misma información se puede enviar de diferentes formas”.

No obstante, parece que las personalidades públicas han hecho de las demandas un hábito al cual recurren ante una cobertura informativa desfavorable que les afecte. Es por ello, que la delegación está preocupada por **la vulnerabilidad en la que se**

los editores de la revista.⁸⁸ La Audiencia Provincial de Barcelona anuló la sentencia en febrero de 2014,⁸⁹ al dictaminar que el material impugnado, un video que alegaba la falta de transparencia en los hospitales públicos de Cataluña, constituía una legítima contribución al debate democrático.

En la isla española de Lanzarote, el blog satírico *El Agitador* ha sido condenado a pagar aproximadamente 38.000 € en multas penales, daños civiles y costes legales por viñetas que se han considerado que han ofendido el honor de un ex fiscal implicado en un escándalo de corrupción municipal. Carlos Meca, editor de *El Agitador*, dijo que el apoyo al blog se había limitado a sólo “algunos medios puntuales”, sobre todo otras publicaciones humorísticas como la revista *Mongolia*, con sede en Madrid. *El Agitador* también se ha beneficiado de representación legal pro bono y ha apelado la sentencia penal ante el Tribunal Constitucional español.

Otro tema sometido a consideración de la delegación fue lo que Pilar Velasco, conferenciante en el seminario y periodista de la Cadena SER, llamó **la práctica “irregular” de los políticos que utilizan servicios jurídicos financiados con fondos públicos para presentar reclamos por daños a su honor personal.** Miguel Ángel Gallardo Ortiz, abogado y participante en el seminario que ha llevado a cabo actividades de monitorización de este fenómeno, ofreció varios ejemplos a la delegación. En enero de 2013, María Dolores de Cospedal, presidenta del gobierno

autonómico de Castilla-La Mancha, presentó una demanda por difamación por 30.000 € en contra de Greenpeace España por una presunta violación de su honor personal, utilizando los servicios del abogado del gobierno.⁹⁰ En marzo de 2014, Cospedal retiró su reclamación. Del mismo modo, la demanda por 600.000 € de Ignacio González contra Público fue presentada por el abogado adjunto de la Comunidad Autónoma de Madrid.⁹¹

En agosto de 2014, Gaspar Llamazares, diputado por el partido Izquierda Unida (IU) en el Congreso de los Diputados de España, solicitó formalmente al Gobierno que describiera qué medidas tenía previsto adoptar para impedir que los funcionarios públicos “continuaran utilizando [...] servicios jurídicos institucionales financiados por fondos públicos para defender intereses personales.”⁹² Por su parte, el IPI señala que la falta de riesgo financiero personal para los funcionarios públicos en estos casos aumenta la posibilidad de que se abuse de las leyes de difamación (y, claramente, del dinero de los contribuyentes).

Por último, a pesar de las numerosas conversaciones con expertos en leyes y periodistas familiarizados con el tema, la delegación se encontró con **una falta general de monitorización con respecto a la aplicación de las leyes de difamación en España**. Ninguna organización, al parecer, ha tratado de recopilar sistemáticamente estadísticas sobre ciertas cuestiones legales fundamentales, tales como la frecuencia de demandas penales, la cantidad de indemnizaciones por daños y perjuicios, o el catálogo de instancias de reclamaciones abusivas dirigidas a los medios de comunicación. Este vacío de información -y la dependencia excesiva de evidencia anecdótica- sugiere que la pregunta de si las leyes de difamación españolas restringen la libertad de prensa no puede ser respondida de manera tan completa como se debería.

Este informe hace las siguientes **recomendaciones en cuanto a las leyes de injuria a calumnia españolas**:

- La legislación de la difamación penal y civil española debe ser reformada para que alcance los estándares internacionales. De manera más urgente, es necesaria la abolición de todos los delitos relacionados con la protección del honor y la reputación, tanto de individuos como de instituciones, y la introducción de límites a las indemnizaciones por daño no pecuniario;
- Los medios de comunicación y la sociedad civil deben asumir la tarea de hacer seguimiento a la aplicación de las leyes de difamación, prestando especial atención a la situación de los medios de comunicación locales, nuevos y alternativos; y
- El gobierno español debe responder a las preocupaciones de parlamentarios y de la sociedad civil con respecto al uso de fondos públicos para proteger los derechos de la personalidad de funcionarios públicos, e introducir salvaguardias para prevenir el uso indebido de los mismos.

[Anexo]

**(a) Reportaje especial: La innovación se sustenta
en los orígenes del periodismo**

[b] Listado de reuniones

[c] Notas al texto



Reportaje especial: La innovación se sustenta en los orígenes del periodismo

Javier Luque Martínez, Coordinador de Medios Digitales del IPI

Lejos de las lecturas más pesimistas, que se explican por la caída de ingresos que ha afectado a todo el sector de la comunicación, la crisis económica que ha azotado a España en los últimos ocho años ha enriquecido el panorama mediático. La revolución digital no sólo ha ayudado a agilizar la creación de nuevos medios, sino que ha cambiado por completo la distribución de los contenidos. El terreno donde hasta ahora jugaban los grandes medios de comunicación se ha convertido en un espacio mucho más elástico donde ahora conviven junto a las nuevas iniciativas.

“Lo que está claro es que ahora la barrera de entrada en el mercado es mucho más baja” asegura Pedro J. Ramírez, ex director de El Mundo y fundador del nuevo diario digital El Español que probablemente vea la luz en otoño de 2015.

Desde 2008, en España se han creado más de 452 medios de información, de los cuales, 406 han podido subsistir hasta la fecha, tal y como reflejan los últimos datos elaborados por la Asociación de Prensa de Madrid (APM). Bien es verdad, que algunos de esos 406 nuevos medios sobreviven más por la voluntad de los periodistas implicados que por su potencial de desarrollo en términos económicos.

Según algunos de los representantes de los medios con los que se entrevistó la delegación liderada por el Instituto Internacional de la Prensa (IPI), la proliferación de nuevos proyectos es un reflejo del buen estado de salud de la libertad de prensa en un país donde estas nuevas voces, dicen, representan el deseo de la población de acceder a una mayor pluralidad informativa.

EL CALDO DE CULTIVO PARA LOS NUEVOS MEDIOS

La destrucción de empleo en el sector de los medios de comunicación se detuvo en 2014, tal y como apunta la APM. De hecho, el número de periodistas registrados en el paro ha descendido en más de 2.000 hasta situarse en los 9.451, según las cifras del último Informe de la Profesión Periodística de 2014.

A pesar de los recortes que se han visto obligados a acometer los principales medios de comunicación de España, las grandes cabeceras “siguen teniendo más credibilidad porque tú no sigues una información concreta, por lo tanto no sabes cómo lo están tratando otros medios especializados, más pequeños quizá. Así que te esperas a que lo publique El País o El Mundo para creerlo”, apunta Jordi Pérez, profesor asociado de la Universidad Internacional de Cataluña.

Los datos registrados por el servicio de análisis web comScore parecen apoyar esta tesis. El pasado mes de diciembre de 2014, ElPais.com registró prácticamente 7 millones de visitas únicas, seguido muy de cerca por ELMundo.es y ABC.es. Les sigue 20minutos.es con 3,3 millones de visitas únicas. ElConfidencial.com se sitúa como el primer medio digital nativo con mayor volumen de tráfico, llegando casi a los 3,2 millones de visitas durante el mismo periodo.

Según Jordi Pérez, “los grandes, de momento, están en el imaginario colectivo como fuentes creíbles de información”. Eso sí, Pérez cree que la sociedad también demanda nuevas voces en el periodismo: “La gente empieza a contrastar toda esa información con otras fuentes más pequeñas a través de las recomendaciones de sus amigos en las redes sociales”.

En este sentido, Pedro J. Ramírez asegura que “hay una sensación de autocensura, de limitación de la libertad de expresión y de los márgenes para la crítica del poder político y económico, [una sensación] de que hay asuntos de los que no es conveniente hablar” y añade que “hay una ansia de volver a levantarse y empieza a percibirse el instinto de que el desarrollo digital puede dar al periodismo la oportunidad de volver a desempeñar su papel”.

Una necesidad que encuentra el respaldo en una sociedad española castigada por la crisis económica y los casos de corrupción y que busca nuevas fuentes de información, según explican los promotores de estos nuevos medios. El presentador y director del programa de radio CarneCruda.es, Javier Gallego, asegura que “es cierto que en España hay un momento en que alguna parte de la sociedad empieza pensar que hay un discurso monolítico, hegemónico [...] y han surgido muchos medios que parecen responder a esa necesidad de cambio, de renovación, de



Josep Casulleres, jefe de redacción de VilaWeb, uno de los decanos del periodismo digital en el Estado que ha sumado las suscripciones a su modelo de negocio. Foto: IPI.

transparencia, de libertad de expresión, de libertad periodística que estaba demandando la sociedad”.

El caldo de cultivo de esta nueva hornada de medios de comunicación nace de tres factores esenciales para el desarrollo de una nueva cultura periodística: el descontento de la sociedad civil, los recortes efectuados por los grandes medios de comunicación, y la irrupción de las nuevas herramientas digitales como las redes sociales y los dispositivos móviles que favorecen la distribución de contenidos.

Los periodistas que salen de las redacciones tradicionales aseguran que tienen la necesidad de hacer aquél tipo de periodismo que siempre habían querido hacer. “El punto de partida fue que noté que había un hueco que necesitaba ser rellenado con algo diferente” explica Olga Pérez, en la Cadena Cope durante más de una década y, ahora, cofundadora de El Extrarradio, una emisora de radio que emite por internet y que recibió el premio Ondas 2013. “Hay un público con la necesidad de consumir un periodismo quirúrgico”, concluye.

Sin embargo, el ímpetu con el que nacen muchos de estos proyectos se enfrenta a la falta de un modelo económico que garantice la sostenibilidad del medio a corto plazo. “No se me escapan las enormes dificultades que también tienen, sobre todo económicas, para salir adelante [...] La publicidad en internet sigue estando muy mal pagada y tienen que estar buscando otras vías”, asegura Virginia Pérez, vicedirectora editorial del grupo 20 Minutos, uno de los decanos del periodismo digital en la península ibérica.

EL MODELO ECONÓMICO: BLINDADOS PARA SER INDEPENDIENTES

Para corresponder a la libertad e independencia en la que basan su estrategia para llegar al público, la gran mayoría de los nuevos proyectos nacen con la voluntad de ser pequeños y cuentan con las redes sociales y el surgimiento de internet para competir con las grandes cabeceras.

“Una empresa tan grande lo que quiere es hacer un periodismo rentable. ¿Qué significa un periodismo rentable? Pues que a veces va primero el dinero y después el periodismo”, explica Javier Gallego. En este sentido, Manuel Rico, director de InfoLibre.com, añade que “el gran peligro para la libertad de prensa en España es la influencia de las grandes empresas y los grandes bancos”.

La nota predominante entre los medios entrevistados es que priorizan un modelo económico basado en la suscripción de los lectores y limitan, o reducen, la influencia de la publicidad en sus presupuestos para blindarse contra la injerencia de los poderes políticos y económicos.

“El modelo basado en los suscriptores le da mucha libertad a la redacción, ya que saben que nadie les está vigilando. Eso blinda al proyecto.”
- Juan Luis Sánchez, subdirector, Eldiario.es

Así pues, Eldiario.es cuenta ya con una base de casi 10.000 socios en poco más de 2 años de vida, ya que “el modelo basado en los suscriptores le da mucha libertad a la redacción, ya que saben que nadie les está vigilando. Eso blinda al proyecto”, asegura Juan Luis Sánchez, subdirector de Eldiario.es.

En este mismo sentido, la apuesta económica de Crític.cat, un nuevo diario digital especializado en periodismo de investigación, replica este modelo: “No nos cerramos a la publicidad pero la limitamos al 25% de los ingresos, el otro 75% lo queremos conseguir a base de suscripciones”, apunta Joan Vila, cofundador de la cooperativa que dio luz al Crític.cat y que cuenta ya con más de 800 suscriptores en apenas 4 meses de vida. “Si tienes publicidad de grandes marcas y quieres criticar estas grandes marcas”, continúa Vila, “te puedes autocensurar”.

En casos como el periódico mensual La Marea, se ha llegado a aprobar un “código ético” para anunciantes que cierra el paso a las empresas del IBEX 35, “no porque no se puedan anunciar”, asegura su director, Daniel Ayllón, “sino porque las prácticas que realizan no se adaptan a nuestro código ético. Es decir, ninguna empresa que esté detrás de un desahucio se puede anunciar en La Marea”.

Eso sí, el adoptar este modelo tiene un impacto económico muy grande en los proyectos que en muchas ocasiones tienen que moderar los salarios para hacer frente a las pérdidas, o ven cómo las aportaciones iniciales de los propios periodistas, la mayoría socios fundadores, van menguando a medida que pasan los meses. En algunos casos, una parte de ellos tan siquiera recibe retribución alguna durante unos meses con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del medio. Una medida que, obviamente, tiene fecha de caducidad.

Pere Rusiñol, socio fundador y redactor de Alternativas Económicas, publicación mensual especializada en información económica, asegura que “cuando salíamos (2013) teníamos unas pérdidas de 17.000 euros al mes,” ante este panorama, dice Rusiñol, “decidimos bajarnos el sueldo”. Esta medida, acompañado por un incremento en las ventas y el número de suscriptores ha mejorado la cuenta de resultados de la publicación y “ahora estamos perdiendo 5.000”. “Sólo pediremos

un crédito”, añade el periodista, “si sabemos que lo podremos devolver. Y todavía no estamos en esta fase, estamos en el momento en el que todavía tenemos que demostrar que esto es un modelo viable”.

Una posición que comparten muchos de los nuevos medios de información, entre ellos, La Marea. De hecho, Daniel Ayllón asegura que “hasta ahora nos hemos negado a pedir un crédito a los bancos o a cualquier entidad de crédito porque queríamos estar seguros de que el proyecto fuera sostenible y no embarcar a los socios en una locura”.

En el caso de InfoLibre.com, diario digital que se lanzó en marzo de 2013 y en cual participa el exitoso modelo de periodismo independiente francés Mediapart, Manuel Rico asegura que se llegará al punto de equilibrio a finales de 2015.

“Yo creo que se están buscando crecimientos moderados y sostenibles. Es decir, no se va al paso siguiente hasta que no se está seguro que el paso anterior es sólido”, apunta Javier Gallego.

Los primeros medios digitales en España también han visto una evolución en el mercado publicitario en internet en los últimos 20 años. En un primer momento, era un campo totalmente virgen pero “al igual que ha pasado con los grandes medios de comunicación, los digitales también hemos sufrido un descenso de la publicidad”, explica Josep Casulleres, jefe de redacción del portal de noticias VilaWeb.cat, con 20 años de historia. “Al final, nos abrimos a la suscripción”.

Cabe señalar que, tal y como se explica en el informe elaborado por la APM, si bien la publicidad se percibía hasta ahora como la principal fuente de ingresos, los medios que han conseguido mantener un equilibrio presupuestario han sido aquellos que han recurrido a diversas fuentes de financiación. Entre los 85 medios a los que el estudio ha tenido acceso para medir este parámetro (datos de 2013), el 60% obtenían sus ingresos, dejando a un lado la publicidad, del patrocinio de contenido y eventos, de las aportaciones de simpatizantes, las ventas de ejemplares y las suscripciones.



Miembros de la delegación internacional se reúnen con Ignacio Escolar, director y fundador de Eldiario.es, uno de los nuevos medios que observan cómo los ingresos por las suscripciones les blindan de las posibles injerencias de intereses económicos y políticos. Foto: IPI.

MÁS ALLÁ DE LAS REDES SOCIALES: LA COMUNIDAD

La irrupción de las redes sociales ha cambiado el patrón de consumo de información de los españoles. Según el estudio elaborado por Carat Dentsu Aegis Network, incluido en el “Libro Blanco de la Prensa 2014” de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), dos de cada tres usuarios de Facebook y la mitad de usuarios de Twitter utilizan habitualmente estas redes para informarse.

A esto se añade que, según cifras del último Estudio General de Medios, el 60% de los españoles usaron internet en el periodo comprendido entre febrero y noviembre de 2014. El uso de internet entre los jóvenes de 14 a 34 años se incrementa hasta llegar casi al 90%.

Esta nueva dieta informativa ha abierto la posibilidad a que los medios de información con menos recursos tengan al alcance de su mano un canal de difusión extraordinario sin contar con los presupuestos para marketing y comunicación que tienen los

grandes medios de información. “Twitter y el cariño con los que nos han tratado los compañeros [en esta plataforma] ha sido esencial para la supervivencia de El Extrarradio”, asegura su fundadora, Olga Pérez.

Mención especial merece el caso de Carne Cruda, un programa de radio con espíritu “contestatario” como lo define su propio creador, Javier Gallego, y que nació en 2009 en Radio 3, de Radio Nacional de España. El programa llegó a ser el más descargado de la web, según Gallego, y todo un referente en las redes sociales ya que dio cabida a distintas voces alternativas, las que, más tarde, estarían implicadas en las movilizaciones del 15M y las mareas, las protestas ciudadanas contra los recortes en materia de educación y salud. En 2012, el programa se dejó de emitir en Radio Nacional y, posteriormente, también cancelaron su emisión en Cadena SER, tanto la versión íntegra del programa que estaba en la web como la pequeña sección que tenían en antena en el programa de las tardes de la emisora.

“En todo momento ha sido un programa que ha podido pervivir gracias a su impacto en la redes sociales”, explica su director. “Es verdad que no evitaron que acabaran con el programa

“Yo creo que en el fondo somos un programa que una vez que construye una comunidad puede pervivir y tener una total independencia y libertad gracias a que hay una comunidad que lo cuida, ya sea económicamente en su momento, ya sea por la movilización y el apoyo social”
- Javier Gallego, fundador Carne Cruda.

de Radio Nacional [de España] pero sí, en el fondo, significó un trampolín hacia emisoras como la [Cadena] SER. Y cuando termina en la [Cadena] SER, es gracias a los oyentes que el programa pervive. Yo creo que en el fondo somos un programa que una vez que construye una comunidad puede pervivir y tener una total independencia y libertad gracias a que hay una comunidad que lo cuida, ya sea económicamente en su momento, ya sea por la movilización y el apoyo social”.

La importancia de crear una comunidad a través de las redes sociales u otros tipos de canales ha sido esencial para el lanzamiento de muchos de estos medios y su posterior mantenimiento. Una comunidad es el grupúsculo de todos los seguidores que tienes (en las redes sociales se sitúan entre el 3 o 4%) que sienten partícipes del medio de información que habitualmente leen y con el que interactúan.

La importancia de la ‘comunidad’ de oyentes fieles fue lo que llevó al programa de radio a conseguir más del doble de las donaciones previstas cuando lanzaron la campaña de crowdfunding en 2014. “El objetivo era empezar haciendo un programa semanal de dos horas”, cuenta Javier Gallego, “y al final conseguimos unos 80.000 euros”. El dinero acumulado en esta campaña ya les permite producir dos programas a la semana de dos horas, ahora convertido en radio online, que es prácticamente la cantidad de horas de emisión que tenían en su origen.



La redacción de El Confidencial, uno de los casos de éxito de los nuevos medios nativos digitales. En febrero de 2015, esta web trabajó de forma conjunta con The Guardian y otros medios internacionales en la publicación de la “Lista Falciani”, que incluía posibles irregularidades del banco HSBC.
Foto: IPI.

De hecho, muchos de los que aportaron dinero se han convertido ahora en suscriptores y ya cuentan con más de 1.800.

El Crític.cat, La Marea y El Extrarradio tuvieron también experiencias similares y sus campañas de crowdfunding excedieron a lo que tenían previsto.

“Tenemos ya 800 suscriptores”, asegura Joan Vila del Crític.cat, tras cuatro meses de vida. “Pudimos conseguir 45.000 euros, casi el doble de lo que esperábamos”, y termina añadiendo que “muchos de los micromecenas han terminado siendo suscriptores habituales”.

Precisamente esta base de lectores fieles, que interactúan habitualmente con el medio de información a través de comentarios o foros, son los que han llevado a ElConfidencial.com a posicionarse como uno de los medios “nativos” (nacidos en el ecosistema digital) más importante de España. Después de 14 años, el diario digital ha conseguido construir una base de lectores tan amplia (según datos de comScore del mes de diciembre de 2014, ElConfidencial.com obtuvo casi tres millones doscientas mil visitas únicas) que la mayoría acceden por tráfico directo, es decir, buscando activamente la portada de la publicación. “Tanto Google como las redes sociales son medios muy importantes para darnos a conocer pero no tenemos ningún tipo de dependencia” asegura Alejandro Laso, el responsable de producto de ElConfidencial.com. El Jefe de Edición, Álvaro Rigal, insiste en el mismo argumento: “La mayoría de nuestros lectores van a la portada porque te tienen en ‘favoritos’ y eso te hace no estar pendiente de la redes sociales o del SEO porque has sabido crear una identidad a lo largo de 12 años; has conseguido una comunidad de lectores fieles. Si tienes que estar todos los días rascando el 90% de tu tráfico de Facebook o de posicionar bien en Google, entonces, estás ‘muerto’ porque dependes de otros”.

La cuestión es saber si, con el tiempo, los nuevos proyectos tienen el suficiente impacto en la vida política y social de España para garantizar su estabilidad. ElConfidencial.com sería un caso paradigmático. Este diario digital ha conseguido ser

uno de los medios oficiales a nivel estatal (junto con la cadena de televisión La Sexta) que publican las presuntas irregularidades fiscales del banco HSBC en Suiza, el caso conocido como la “Lista Falciani”. Una exclusiva a nivel internacional que se empezó a desgranar el pasado 9 de febrero de 2015 y en la que participan medios como la BBC, la CBS y The Guardian, entre otros.

EL LECTOR Y EL MEDIO DE INFORMACIÓN

El lector tiene un papel mucho más activo en este nuevo horizonte de medios de información que poco a poco se va dibujando. Dejando a un lado las aportaciones económicas de la audiencia, algunos de estos nuevos proyectos le dan un papel

más protagonista y crean foros y reuniones periódicas donde el propio lector puede interactuar con los periodistas del medio al cual están suscritos, así como conocer la evolución del proyecto.

En el caso de La Marea se ha ido un paso más allá y han incluido la voz de lector en los órganos de gobierno. Fundado como una cooperativa con siete periodistas, el periódico cuenta con una asamblea donde los lectores ostentan el 50% de los votos. En el consejo rector, el órgano donde se discuten las decisiones cotidianas para garantizar el funcionamiento de la publicación, tres de los seis miembros son lectores escogidos por la asamblea. Todos ellos, trabajadores y suscriptores, tienen el voto no ponderado, es decir, su opinión tiene el mismo peso.

La implicación de algunos miembros de la asamblea llega hasta tal punto, según explica su director, Daniel Ayllón, que de forma voluntaria se han organizado hasta cincuenta puntos de venta en toda España, coordinados únicamente por los lectores. A ello, se le tiene que sumar la distribución por los canales habituales, es decir en los kioscos y librerías.

del descenso gradual en los últimos años de las ventas de ejemplares, el papel todavía sobrevive en España. Según el último comunicado de AEDE, las principales cabeceras facturaron en su conjunto más de setecientos sesenta millones de euros de la venta de ejemplares, eso sí, un 8% menos que en 2013.

La gran mayoría de los nuevos medios de información han apostado por el modelo mixto, digital y papel. Unos le ponen un mayor énfasis a las publicaciones en celulosa. Es el caso de Alternativas Económicas, basada en la revista homónima francesa, Alternatives Economiques, una cooperativa con 30 años de vida que emplea a unos 50 trabajadores y tiene unas ventas cercanas a las 110.000 copias al mes. La edición española apostó desde el primer momento por el papel, explica uno de sus socios fundadores, Pere Rusiñol: “Yo creo que el papel tiene mucho futuro si cumple su función. La consecuencia de tener un error en papel tiene un impacto muy potente en el resultado final porque una vez imprimida la revista ya no puedes eliminar el fallo”. Según Rusiñol, también presente en el nacimiento de la revista satírica Mongolia, “esto te obliga a hacer un trabajo de una calidad muy alta porque se tiene que pensar, editar y jerarquizar muy bien el contenido”.

“La edición impresa cumple un papel muy importante y es la de ordenar la realidad. Vivimos en un bombardeo constante de información en redes sociales y en el mundo audiovisual. La gente se va a dormir por la noche habiendo visto muchos titulares pero sin haber profundizado en ninguno.”
- Daniel Ayllón, editor, La Marea

LA ‘REVOLUCIÓN DIGITAL’ NO OLVIDA EL ‘PAPEL’

La noción de que el papel está condenado a la extinción se pone en duda en el informe elaborado en 2014 por Laboratorio de Alternativas, “El cambio de era en los medios de comunicación”. Tal y como señala el estudio, los formatos de papel que algunos creían condenados a la extinción se “complementan y retroalimentan” con las nuevas tecnologías. “Cada uno ha de readaptarse para encontrar su razón de ser” concluye el informe.

Pocos dudan de las ventajas que ha supuesto la revolución digital: la existencia de nuevos formatos narrativos gracias a la interacción de los distintos lenguajes (el vídeo, el audio o el texto), la reducción de los costes de estructura, rutinas más flexibles en aquellas redacciones que han adoptado el modelo anglosajón del Digital First, la difusión de los contenidos a todo el mundo, el fin de la unidireccionalidad del mensaje, etc. Pero, a pesar

Para Daniel Ayllón de La Marea, “la edición impresa cumple un papel muy importante y es la de ordenar la realidad. Vivimos en un bombardeo constante de información en redes sociales y en el mundo audiovisual. La gente se va a dormir por la noche habiendo visto muchos titulares pero sin haber profundizado en ninguno. Entonces, una vez al mes, [con La Marea pretendemos] dar un pasito atrás y tratar de profundizar, explicar los temas de la actualidad”.

Otros de los medios donde la edición impresa juega un papel primordial es el caso del Diari Ara. Este periódico catalán ha cumplido recientemente su cuarto aniversario. “Hace cuatro años, nos dijeron que no triunfaríamos porque sacábamos una edición en papel cuando estaba a punto de morir y que por qué hacíamos pagar en internet cuando nadie lo hacía”, recuerda Isaac Salvatierra, jefe de la edición online. En este sentido, el Diari Ara ha sabido combinar las dos redacciones y el resul-

tado es que de los treinta mil suscriptores que tiene en total la publicación, la mitad pagan por la versión digital. En cuanto al papel, los ejemplares de los días laborales tienen menos páginas reduciendo así los costes de producción, y “nos centramos mucho en la edición del fin de semana”, apunta Salvatierra, “que es cuando nuestro público tiene tiempo para leer en calma”.

A todo ello, se suma el hecho de que los nuevos medios de información como Eldiario.es, InfoLibre.com o el Crític.cat, donde la prioridad es la página web, también imprimen ediciones especiales en papel.

CON LA VISTA PUESTA EN EL HORIZONTE

La principal apuesta de los nuevos medios de información es la independencia editorial del mismo. Esto hace que la mayoría viren hacia una estructura sostenible basada en un modelo donde, entre las principales fuentes de ingresos se encuentran las suscripciones de los propios lectores. Este modelo, a su vez, supone un escudo contra la posible influencia de los poderes económicos y políticos.

Evidentemente no todos sobrevivirán a medio plazo. “Proyectos periodísticos sólidos se convierten en proyectos empresariales enclenques”, asegura Jordi Pérez, “la gente que se atreve a hacer cosas nuevas, las hace, pero siempre está el horizonte de 2 o 3 años en los que al final necesitas un sueldo con una entrada fija de dinero que no sabes si lo que estás creando te traerá”.

A pesar de ello, lo cierto es que se están sentando las bases culturales para un nuevo modelo de periodismo que responde a los valores de transparencia e independencia que parece exigir ese segmento de la población que en unos años se convertirá en la clase media, una de las más codiciadas por las marcas publicitarias. Quizá sea irónico, pero aquellos medios que quieren limitar la entrada de publicidad masiva pueden ser aquellos que, en un futuro, incrementen los ingresos a través de la publicidad si son capaces de mantener una base fiel de lectores que con el tiempo se convertirán en clase media.

Por otro lado, ya se empiezan a consolidar los cimientos, aunque todavía de forma incipiente, de un nuevo tejido de cooperación entre estos nuevos medios. “Esta red se está cristalizando en distintos proyectos”, explica Ayllón de La Marea. “Hace medio año, cuatro medios de información como son Diagonal, Eldiario.es, Mongolia y La Marea lanzamos una web llamada Filtrala.org. Se trata de un buzón para que los ciudadanos nos hagan llegar documentos de valor informativo y tener, así, una fuente de información para investigar”.

Esta red está sumando nuevos proyectos, celebran reuniones semanales para ir reforzando el tejido y buscan nuevas cooperaciones. De momento, las sinergias se basan en la confianza

personal de los editores de los medios, ya que muchos de ellos han coincidido en las redacciones de algunas de las cabeceras tradicionales del país y, por lo tanto, esta red de colaboración está poco sistematizada.

Tal y como sugiere Pere Rusiñol, de Alternativas Económicas, este tipo de sinergias también pueden cristalizar en un sistema de distribución independiente a nivel estatal. “En vez de tener sólo el canal de venta preexistente con unos 25.000 kioscos, se podría establecer un sistema alternativo con apenas unos 500 puntos de venta en la calle pero que estén perfectamente identificados, y que aúnen a todas las nuevas publicaciones que se están abriendo paso”.

El objetivo no sería otro que el de construir herramientas pequeñas para garantizar la independencia editorial de cada medio, a la vez que se respeta los órganos de gobierno de cada uno de ellos y los nichos de mercado.

A la postre, el gran reto es que los periodistas puedan llegar a tener unas condiciones laborales más dignas, sin depender exclusivamente de las aportaciones económicas de las grandes corporaciones o la publicidad institucional. Un aspecto esencial para que estos nuevos medios de información puedan seguir ejerciendo ese periodismo que demanda parte de la sociedad española.

“En los próximos años está claro que todos los medios que están saliendo no van a permanecer y va a haber una selección natural”, explica Olga Pérez de El Extrarradio, y concluye: “Pero yo creo que esta selección natural la va a marcar la calidad, o al menos eso es lo que me gustaría”.

La elaboración de este reportaje especial ha sido posible gracias al apoyo económico de IFEX.



Listado de reuniones

Durante la misión, la delegación se reunió, además de varios periodistas, directores de medios, abogados y representantes de la sociedad civil individuales, representantes de las siguientes instituciones:

ABC
Agencia EFE
Agencia Europa Press
Alternativas Económicas
Asociación de Prensa de Madrid (APM)
Café amb llet
CarneCruda
Collegi de Periodistes de Catalunya (Colegio de periodistas de Cataluña)
Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo de la FAPE
Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)
Consejo de administración de la Corporación Radio y Televisión Española (RTVE)
Consejo de informativos de la Corporación Radio y Televisión Española (RTVE)
Consejo Nacional de Mercados y Competencia
Crític.cat
Defensora del Pueblo
Diari Ara
El Agitador
ElConfidencial.com
eldiario.es
El Extrarradio
El Mundo
El País
El Triangle
Federación de Asociaciones de Periodistas de España
Federación de Sindicatos de Periodistas
Grupo 20 Minutos
Jordi Pérez, Universitat Internacional de Catalunya
La Marea
Mongolia
InfoLibre
Plataforma por la Libertad de Información
Open Society Initiative for Europe (OSIFE)
Secretaría de Estado de Comunicación
Teleduca
VilaWeb



Notas al texto

[1] Resumen disponible en “Informe Anual de la Profesión Periodística 2014: se detiene la destrucción de empleo, pero aumenta la precariedad laboral y profesional”, APM, 16 Dec. 2014, last accessed 23 Dec. 2014, <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2014-se-detiene-la-destruccion-de-empleo-pero-aumenta-la-precariedad-laboral-y-profesional>.

[2] Javier Sierra, “La Libertad de Prensa, Expresión e Información en España: Retos y Obstáculos Que Confrontan los Medios Españoles para Recopilar y Difundir Información”, enero de 2015, disponible en: <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/freedom-press-expression-and-information-spain-es-20150128.pdf>

[3] “Los resultados del conjunto de diarios vuelven a situación de equilibrio,” AEDE (nota de prensa), el 2 de diciembre de 2014.

[4] Ver <http://rsf.org/index2014/en-index2014.php>

[5] Ver <https://www.freedomhouse.org/sites/default/files/Global%20and%20regional%20tables.pdf>

[6] Ver: <http://libertadinformacion.cc/la-pdli-presenta-el-informe-limites-y-amenazas-al-ejercicio-de-las-libertades-de-expresion-e-informacion-en-espana/>

[7] Ver: <http://www.mapea.cc/>

[8] Previamente, la Ley de la radio y televisión de titularidad estatal aprobada el 5 de junio de 2006 contemplaba que el Consejo de Administración de la Corporación de RTVE estaba formado por 12 miembros, todos ellos “con suficiente cualificación y experiencia profesional”. Cuatro eran elegidos por el Senado y ocho por el Congreso de los Diputados (de estos ocho miembros, dos eran propuestos por los sindicatos mayoritarios de RTVE). Para la elección de éstos se requería una mayoría de dos tercios de las Cámaras. Una vez designados los 12 miembros, el Congreso escogería el presidente de la Corporación, de nuevo, por una mayoría de dos tercios. En abril de 2012, el Gobierno modificó el procedimiento para la composición del Consejo de Administración con la aprobación del Real Decreto 15/2012. Primero, el número de miembros se redujo de 12 a 9; cuatro escogidos por el Senado, cinco por el Congreso. Aunque todavía se requiere una mayoría de dos tercios del arco parlamentario, la modificación de la ley contempla la posibilidad de que éstos puedan ser elegidos por mayoría absoluta si no se llega a un acuerdo en un plazo de 24 horas en la primera votación. Dicha modificación se aplica, también, a la designación del Presidente del Consejo de Administración.

[9] Rosario G. Gómez, “TVE castiga la independencia”, El País, 6 Feb 2015, disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/02/04/television/1423078622_719265.html.

[10] Eduardo Fernández, “RTVE pierde la presidencia europea de Informativos con tal de apartar a una directiva”, El Mundo, 30 de enero de 2015, disponible en: <http://www.elmundo.es/television/2015/01/30/54cbc8ece2704ecd2b8b456f.html>.

[11] El capítulo segundo, Artículo 6, de la Ley de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española de 2009 obliga a los operadores privados de televisión a contribuir a las arcas de RTVE con el 3% de sus ingresos anuales brutos (aunque la suma total de dichas contribuciones no puede exceder en ningún caso el 15% de la financiación total de la Corporación). La finalidad, según la ley, es “contribuir a la financiación de la Corporación RTVE como consecuencia de la renuncia a la oferta de contenidos de pago o acceso condicional y de la supresión del régimen de publicidad retribuida como fuente de financiación de dicha Corporación y el impacto económico favorable que de ellos se derivará para dichas sociedades concesionarias y prestadoras del servicio de televisión”.

[12] Luis Palacio, “Grupos de comunicación en España: una propiedad tan concentrada como el negocio”, el 16 de octubre de 2014, disponible en: www.cuadernosdeperiodistas.com/grupos-de-comunicacion-en-espana-una-propiedad-tan-concentrada-como-el-negocio.

[13] En enero de 2012, el actual Gobierno anunció un plan para descartar el CEMA y redistribuir sus competencias. Esta decisión se justificó como una manera de ahorrar los 7 millones de euros estimados para la formación de dicho organismo. La CEMA hubiese sido una institución formada por dos órganos: un consejo ejecutivo y un consejo consultivo. La elección del consejo ejecutivo hubiese requerido el apoyo de tres quintas partes del hemiciclo parlamentario. El consejo consultivo hubiese incluido la participación de la industria de los medios de comunicación, los anunciantes y los consumidores.

[14] El Parlamento tiene poder de veto en la elección de los miembros (escogidos por el Gobierno) sólo en casos excepcionales ante la grave sospecha de que exista una falta de independencia. Sin embargo, la mayoría absoluta necesaria para el veto sólo se puede conformar con la suma de los votos de los diputados del partido/s en el Gobierno.

[15] “¿Quién se lleva la publicidad institucional?”, El blog de tuderechoasaber.es, el 8 de mayo de 2014, <http://blog.tuderechoasaber.es/2014/05/quien-se-lleva-la-publicidad-institucional/>.

[16] “Informe 2013 de publicidad y comunicación institucional”, Ministerio de la Presidencia, Comisión de publicidad y comunicación institucional, lamoncloa.gob.es/documents/6F9F-7C99-Informe2013.pdf.

- [17] “El debate sobre la publicidad institucional llega al Congreso”, AEEPP, el 1 de octubre de 2014, <http://www.aepp.com/noticia/1779/Actualidad/El-debate-sobre-la-publicidad-institucional-llega-al-Congreso.html>.
- [18] “Los editores se quejan al Gobierno por el mal uso de la publicidad institucional”, AEEPP, el 1 de octubre de 2014, <http://www.aepp.com/noticia/1655/Asociacion/Los-editores-se-quejan-al-Gobierno-por-el-mal-uso-de-la-publicidad-institucional.html>.
- [19] Disponible en <http://www.publiobservatorio.com>.
- [20] La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, que entró en vigor en diciembre de 2014.
- [21] “La publicidad institucional queda fuera de la Ley de Transparencia”, Forocompol, el 17 de septiembre de 2013, <http://www.forocompol.com/index.php/internet/42-instituciones/2221-la-publicidad-institucional-queda-fuera-de-la-ley-de-transparencia>.
- [22] Ley 29/2005 de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional, <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-21524>.
- [23] Ver, por ejemplo, “Principios sobre la regulación de la publicidad oficial y la libertad de expresión”, Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH/RELE/INF. 6/12, 7 de marzo de 2011, disponible en: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/PUBLICIDAD%20OFICIAL%202012%20O5%2007.pdf>.
- [24] “Informe de fiscalización sobre los contratos de publicidad y comunicación institucional suscritos por las principales entidades locales durante los años 2005, 2006 y 2007”, Tribunal de Cuentas, N° 904, <http://bit.ly/1LUzeRA>.
- [25] “Inversión en publicidad y comunicación años 2006-2015”, Ministerio de la Presidencia, Comisión de publicidad y comunicación institucional, http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Documents/Evolucion%20_inversion_publicidad-y-comunicacion_AGE.pdf.
- [26] Informe 2013.
- [27] “El PSOE pedirá la comparecencia en el Congreso de la ministra Ana Mato para que explique los criterios de reparto de las inserciones publicitarias del último plan contra la violencia de género”, PSOE, el 5 de septiembre de 2013, <http://www.coslada.psoe.es/igualdad/news/700049/page/psoe-pedira-comparecencia-el-congreso-la-ministra-ana-mato-para-que-explique-los-criteri.html>.
- [28] Ver: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> (2° Año Móvil 2012).
- [29] Arsenio Escolar, “Publicidad institucional: aún pesebre y trabuco”, Cuadernos de periodistas, el 16 de julio de 2014, <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/publicidad-institucional-aun-pesebre-y-trabuco/>.
- [30] “Los partidos debaten si incluyen la publicidad institucional en la Ley de Transparencia”, Eldiario.es, el 12 de septiembre de 2013, http://www.eldiario.es/politica/partidos-publicidad-institucional-Ley-Transparencia_0_174632587.html.
- [31] Eva Belmonte, “Defensa repartirá anuncios de publicidad institucional en prensa sin tener en cuenta el número de lectores”, El BOE nuestro de cada día, el 18 de febrero de 2014, <http://elboenuestrodecadadia.com/2014/02/18/defensa-gastara-hasta-760-000-en-seis-dias-en-los-anuncios-de-la-campana-de-promocion-de-las-fuerzas-armadas/>.
- [32] “Pliego de prescripciones técnicas que han de regir en el contrato de asistencia para ‘Adquisición del plan de medios para la campaña de proximidad de las fuerzas armadas, reconocimiento y captación”, p.5, <https://contrataciondelestado.es/wps/wcm/connect/e01f740b-3271-4d84-9644-9841b2f81a54/DOC20140211141334PPT+1008214000200.PDF?MOD=AJPERES#BOEn>.
- [33] Orden HAP/536/2014, de 3 de abril, por la que se modifica la Orden EHA/1049/2008 de 10 de abril, de declaración de bienes y servicios de contratación centralizada, https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-3674.
- [34] Jesús Díaz, “AGEP, FNEP, AM y Agencias de España ven riesgos elevadísimos por impacto de la centralización de compra de espacios de Publicidad Institucionales”, El programa de la publicidad, el 28 de mayo 2014, http://www.programapublicidad.com/agep-fnep-am-y-agencias-de-espana-analizan-el-impacto-de-la-centralizacion-de-compra-de-espacios-de-publicidad-institucionales/#.VL_a51bnIEQ.
- [35] Eva Belmonte, “El Gobierno centraliza la compra de anuncios en medios y la limita a un máximo de cinco empresas”, 8 de mayo de 2014, <http://elboenuestrodecadadia.com/2014/05/08/el-gobierno-centraliza-la-compra-de-anuncios-en-medios-y-la-limita-a-un-maximo-de-cinco-empresas/>.
- [36] Fernando Vicente, “ ‘Con la publicidad institucional está en juego el meollo de la democracia’ “, Eldiario.es, el 23 de mayo de 2013, http://www.eldiario.es/andalucia/reparto-publicidad-institucional-jugamos-democracia_0_135437303.html.
- [37] Respuesta disponible en: <http://tuderechoasaber.es/es/request/1315/response/1377/attach/4/PABLO%20CASTRO.pdf>.
- [38] Ver los datos en: <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/Resum-3a-onada-2014-EGM-Barometre-Catalunya.pdf>.
- [39] “Memoria de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno Vasco”, octubre de 2014, <http://www.parlamento.euskadi.net/irud/10/00/023428.pdf>.
- [40] Análisis disponible en: <http://www.parlamento.euskadi.net/irud/10/00/021530.pdf?>.
- [41] Fernandez Alonso, Isabel y Blasco Gil, José Joaquín (2014): “Press subsidy policies in Spain in the context of financial crisis (2008–2012): An analysis of the Catalan case” in *European Journal of Communication* 2014, Vol. 29 pp. 171–187.
- [42] Blasco Gil, José Joaquín (2008): “Las ayudas públicas a la prensa de las Comunidades Autónomas españolas en 2007: tipología, cuantía de las subvenciones y sistemas de adjudicación”, en *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, n. 75 pp. 95-103.
- [43] See, for example, “Regulation on State Aid to Print Media, Article 19, Dec. 2012, <http://www.article19.org/data/files/medialibrary/3554/State-subsidies-press.pdf>.
- [44] Resolution 1636 (2008): Indicators for media in a democracy, <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta08/eres1636>.

htm.

- [45] Fernandez Alonso, Isabel y Blasco Gil, José Joaquín (2014): "Press subsidy policies in Spain in the context of financial crisis (2008–2012): An analysis of the Catalan case" in *European Journal of Communication* 2014, Vol. 29 pp. 171–187.
- [46] WAN-IFRA and CIMA (2013) *Soft Censorship, Hard Impact: A Global Review*, available at <http://www.wan-ifra.org/articles/2014/06/02/just-published-soft-censorship-hard-impact>.
- [47] Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, disponible en: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2013-12887.
- [48] "La Coalición Pro Acceso critica las graves carencias con las que entra en vigor la ley de transparencia", Coalición pro Acceso, el 19 de diciembre de 2014, disponible en <http://www.access-info.org/index.php/es/espana/654-coalicion-proacceso-critica-ley>.
- [49] "Comentarios al anteproyecto de ley española de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno", OSCE Office of the Representative on Freedom of the Media, abril de 2012, <http://www.osce.org/es/fom/90791?download=true>.
- [50] En su Observación general Nº 34, el Comité de Derechos Humanos declaró que la libertad de expresión incluye el "derecho de acceso a la información en poder de los organismos públicos. Esta información comprende los registros de que disponga el organismo público, independientemente de la forma en que esté almacenada la información, su fuente y la fecha de producción".
- [51] Por ejemplo, en una declaración conjunta del año 2004, El Relator Especial de las Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión, el Representante de la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa para la Libertad de los Medios de Comunicación y el Relator Especial de la OEA para la Libertad de Expresión afirmaron: "El derecho de acceso a la información en poder de las autoridades públicas es un derecho humano fundamental que debería aplicarse a nivel nacional". Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=319&ID=2>
- [52] Ver, por ejemplo, *Társaság a Szabadságjogokért c. Hungría*, no. 37374/05 [2009] §36, disponible en: <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?%22mdocnumber%22:%22%5B%22849278%22%5D,%22itemid%22:%22%5B%22001-92171%22%5D>. Ver también *Kenedi c. Hungría*, no. 31475/05 [2009].
- [53] Ver Tomás Vial Solar, "Fallo Claude v. Chile de la Corte Interamericana de Derechos Humanos y el Derecho a la Información en la Constitución", 10 Nov. 2009, http://www.derecho.uchile.cl/jornadasdp/archivos/tomas_vial_solar.pdf.
- [54] "El CGPJ no exigirá que los solicitantes de información pública se identifiquen o motiven su petición", CGPJ (nota de prensa), el 9 de diciembre de 2014, <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder-Judicial/En-Portada/-El-CGPJ-no-exigira-que-los-solicitantes-de-informacion-publica-se-identifiquen-o-motiven-su-peticion>
- [55] "Council of Europe Convention on Access to Official Documents", CETS No. 2015, disponible en: <http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=205&CM=1&CL=ENG>
- [56] "Silencio masivo de las instituciones en el año de la transparencia: Informe Tuderechoasaber.es 2013", Tuderechoasaber.es, <http://blog.tuderechoasaber.es/informe2013/>.
- [57] El Consejo de Transparencia echa a andar sin explicar a los ciudadanos cómo presentar un recurso a las solicitudes de información denegadas, Tuderechoasaber.es, el 19 de enero de 2015, disponible en <http://www.access-info.org/index.php/es/espana/656-recursos-consejo-transparencia>.
- [58] Ver <http://transparencia.gob.es/>.
- [59] "Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2014", Instituto Nacional de Estadística, el 2 de octubre de 2014, <http://www.ine.es/prensa/np864.pdf>.
- [60] Ver <https://www.cert.fnmt.es/web/ceres/home>.
- [61] Juan Luis Sánchez, "Portal de Transparencia: un escaparate de información difícil de masticar para el ciudadano", *Eldiario.es*, el 10 de diciembre de 2014, http://www.eldiario.es/politica/Portal-Transparencia-informacion-dificil-masticar_0_333516921.html.
- [62] Olalla Novoa, Verónica Ramírez, Marta Ley, "El Portal de la Transparencia: mucho ruido y pocos datos", *El Mundo*, el 11 de diciembre de 2014, <http://www.elmundo.es/espana/2014/12/10/54884334e2704e88778b456e.html>.
- [63] "El gobierno español prepara una ley que atenta gravemente contra la libertad de información" Leer más en, *RSE*, 21 Nov. 2013, <http://www.rsf-es.org/news/espana-el-gobierno-espanol-prepara-una-ley-que-atenta-gravemente-contr-la-libertad-de-informacion/>.
- [64] "RSE se declara 'muy preocupada' por la 'ley Fernández' que atenta gravemente contra la libertad de información y puede conducir a la censura", *Reporteros sin Fronteras*, 29 Nov. 2013, <http://www.rsf-es.org/news/espana-rsf-se-declara-muy-preocupada-por-la-ley-fernandez-que-atenta-gravemente-contr-la-libertad-de-informacion-y-puede-conducir-a-la-censura/>
- [65] "DOCUMENTO: El Anteproyecto de Ley de Seguridad Ciudadana", *Eldiario.es*, 27 Nov. 2013, http://www.eldiario.es/politica/DOCUMENTO-Anteproyecto-Ley-Seguridad-Ciudadana_0_201230318.html
- [66] "Cuestiones generales: Proyecto de Ley Orgánica de Protección de la Seguridad Ciudadana", *Ilustre Colegio de Abogados de Madrid*, 17 Jul. 2014, http://www.icam.es/docs/observatorio/obs_30589.pdf
- [67] "121/000105 - Proyecto de Ley Orgánica de protección de la seguridad ciudadana", 22 Dic. 2014, http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-105-5.PDF
- [68] "Interior pondrá coto a la difusión en internet de imágenes que dañen a policías", *El País*, 18 Oct. 2012, http://politica.elpais.com/politica/2012/10/18/actualidad/1350566068_410105.html

- [69] “RSF en contra de prohibir la toma de imágenes de la policía en manifestaciones”, RSF, 26 Oct. 2012, <http://www.rsf-es.org/news/espana-rsf-en-contra-de-prohibir-la-toma-de-imagenes-de-la-policia-en-manifestaciones/>
- [70] Ibid.
- [71] “Reporteros Sin Fronteras rechaza la Ley de Seguridad Ciudadana”, RSF, 12 Dec 2014, <http://www.rsf-es.org/news/espa%C3%B1a-|reporteros-sin-fronteras-rechaza-la-ley-de-seguridad-ciudadana/>
- [72] Ander Iñaki Oliden, “El juez deja en libertad con cargos a los dos fotógrafos detenidos”, Eldiario.es, 23 May 2013, http://www.eldiario.es/sociedad/deja-libertad-cargos-fotografos-detenido_0_135437057.html
- [73] Lydia Molina, “Juzgan por cuarta vez a un fotoperiodista por documentar las redadas a inmigrantes”, periodismohumano.com, 3 Mar 2011, <http://periodismohumano.com/migracion/juzgan-por-cuarta-vez-a-un-fotoperiodista-por-documentar-las-redadas-a-inmigrantes.html>
- [74] “25S Intimidación y denuncia a prensa”, YouTube, juanravideonews, uploaded 25 Sept 2012, accessed 12 Feb 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=BUVr-Lcnq-8>
- [75] “La FAPE insta a que cese el hostigamiento a los periodistas”, FAPE, 11 Mar 2013, <http://fape.es/la-fape-insta-a-que-cese-el-hostigamiento-a-los-periodistas/>
- [76] “Una periodista, lesionada por un guardaespaldas de Ana Mato”, Servimedia, 8 Mar 2013, available at <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/03/08/espana/1362766193.html>
- [77] “El periodista detenido en la carga contra los ‘indignados’, acusado de atentado contra la autoridad”, EFE, 5 Aug 2011, available at <http://www.20minutos.es/noticia/1128038/0/gorka-ramos/15m-indignados/periodista-detenido/>
- [78] “RSF pide a las fuerzas de seguridad que respeten el trabajo de los periodistas”, RSF, 2 July 2014, <http://www.rsf-es.org/news/espana-melilla-rsf-pide-a-las-fuerzas-de-seguridad-que-respeten-el-trabajo-de-los-periodistas-/>
- [79] Elena Cabrera, “Desestimada la denuncia de los periodistas agredidos por la policía el 29M a pesar de las grabaciones”, eldiario.es, 22 Oct 2014, http://www.eldiario.es/sociedad/sobreesee-denuncia-periodistas-agredidos-policia_0_316019588.html
- [80] Más información sobre estos estándares, disponible en: <http://www.freemedia.at/ecpm/international-standards.html>.
- [81] Además de los casos mencionados en otras partes de este informe, entre los ejemplos se incluyen la condena de los periodistas de El Mundo Eduardo Inda y Miguel Ángel Ruiz en 2007 por difamar al ex alcalde de la ciudad de Mahón, en la isla de Menorca; la presentación de cargos penales contra Inda y Esteban Urreiztieta en 2012, a raíz de las informaciones que publicaron en las que se señalaba al ex presidente de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas, de un posible fraude fiscal; y la condena de un comentarista de radio a una multa de 36.000 € por insultar al ex alcalde de Madrid en 2007.
- [82] Más información sobre este consenso, disponible en: <http://www.freemedia.at/ecpm/international-standards/punishments-for-defamation.html>.
- [83] “La imposición de una pena de prisión por un delito de prensa sería compatible con el Artículo 10 de la Convención únicamente bajo circunstancias excepcionales, especialmente cuando otros derechos fundamentales han sido dañados gravemente, como por ejemplo, en el caso de la incitación al odio o la incitación a la violencia” [énfasis añadido]. Ver, entre otros, *Cumpănă y Mazăre c. Rumania*, no. 33348/96, ECHR 2004, disponible en: <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-67816#{%22itemid%22:%5B%22001-67816%22%5D}>. Ver también *Belpietro c. Italia*, no. 43612/10 [2013], *Mariapori c. Finlandia*, no. 37751/07 [2013], *Mika c. Grecia*, no. 10347/10 [2013].
- [84] Por ejemplo, en 2009, fiscales de Cataluña imputaron penalmente a dos periodistas por difamar a Xavier Vilaró, jefe de la policía de Barcelona (Guardia Urbana). Los fiscales solicitaron un año de prisión para el periodista de El Mundo Fernando García, una multa de 15.000 € para el editor de Vilaweb, Vicent Patal, y el pago de 150.000 € por daños y perjuicios a Vilaró.
- [85] Por ejemplo, en 2007, un caricaturista y un editor que trabajaban para la revista satírica El Jueves fueron multados con 3.000 € cada uno por ofender el entonces príncipe Felipe y a su esposa Letizia, por una imagen que representaba a la pareja real teniendo relaciones sexuales.
- [86] El vídeo del panel inaugural del seminario está disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=OoINDDkH6Cg#t=421>.
- [87] Sentencia N°: 474/2014 de 30 de septiembre de 2014, recurso N°2405/2012, disponible en: <http://bit.ly/1IuI4kB>
- [88] Ver, por ejemplo, la cobertura del caso en el Washington Post, por Olga Khazan, el 31 de octubre de 2012, “Catalans fight libel fine with YouTube videos”. Disponible en: <http://wapo.st/14949rc>
- [89] Rollo Apelación 162/2013, Sentencia Número 61/14, disponible en: <http://bit.ly/1BDiKby>.
- [90] Ver, por ejemplo, “Greenpeace 1, Cospedal 0: la líder del PP retira la demanda contra los ecologistas”, El Plural, 5 de marzo de 2013, disponible en: <http://www.elplural.com/2014/03/05/greenpeace-1-cospedal-0-la-lider-del-pp-renuncia-a-su-demanda-contra-los-ecologistas-a-los-que-reclamaba-30-000-euros/>. Demanda original disponible en: <http://bit.ly/1HTx6GI>.
- [91] Demanda disponible en: <http://bit.ly/1ww4FHJ>
- [92] Boletín Oficial de las Cortes Generales, Serie D/Núm. 515, No. 184/055487, disponible en: <http://bit.ly/1KoHGHX>.



IPI: Más de 60 años al servicio de la libertad de prensa

Creado en 1950, el Instituto Internacional de la Prensa (IPI, por sus siglas en inglés) es una de las organizaciones internacionales más antiguas del mundo dedicada a la promoción del derecho a la información. Somos una red global de periodistas y directores de medios de comunicación, que trabajamos para la protección de la libertad de prensa, la promoción de la libre circulación de noticias e informaciones y el fomento de un periodismo ético y profesional. El IPI es un cuerpo políticamente neutral, que también tiene estatus consultativo con varios cuerpos intergubernamentales internacionales.

Spiegelgasse 2/29
1010 Viena / Austria
www.freemedia.at
+43 1 512 90 11



International
Press
Institute