Escenarios de futuro para la democracia española
Democracia de partidos y democracia de audiencia

Juan Jesús González
Sociología II – UNED

El papel de los medios en la democracia

A fin de comprender el papel de los medios en la democracia, vamos a comenzar recordando los postulados de Bernard Manin (1998) sobre la evolución de la representación democrática en las democracias contemporáneas. De acuerdo con este autor, la representación democrática estaría experimentando una transición entre dos tipos ideales que designa como "democracia de partidos" y "democracia de audiencia". Dicha transición estaría afectando, entre otras, a dos dimensiones del orden democrático:

- La elección y el grado de autonomía de los representantes: mientras en la democracia de partidos los representantes se reclutan entre los activistas y los funcionarios del partido, la democracia de audiencia prima la relevancia mediática de los candidatos, dando protagonismo a los expertos en medios y a los candidatos de mayor habilidad mediática. En la democracia de partidos, el representante es un simple delegado del partido, el cual ocupa un lugar central y mediador entre representantes y representados, en tanto que la democracia de audiencia pone en primer plano al representante, el cual se vale de la citada relación de confianza personal con los representados para ganar autonomía personal respecto al partido[1].
- Patrón de opinión pública: mientras en la primera "todas las expresiones de la opinión pública están estructuradas siguiendo divisiones partidistas", como lo prueba la existencia de asociaciones partidarias, prensa de partido, etc. (Ibíd.: 263), en la segunda "los canales de comunicación son en su mayor parte políticamente no partidistas", lo que propicia una cierta uniformización de los mensajes vertidos por los medios, así como una cierta transversalidad de las preferencias ciudadanas (con relativa independencia de sus preferencias electorales)[2].

Desde esta perspectiva que nos propone Manin, podríamos interpretar la crisis actual de la democracia española como una crisis de la "democracia de partidos" instituida al amparo del orden

[1] En la misma línea de argumentación, otros autores señalan un desplazamiento del proceso de toma de decisiones desde los órganos representativos de los partidos al círculo restringido de asesores de imagen que rodean al candidato. "El control personal del carisma mediático que puede ser estratégicamente desplegado (por el círculo de asesores) reemplaza progresivamente la legitimación por procedimientos democráticos y el discurso orientado a educar a la opinión pública. De esta manera el carisma mediático se convierte en un recurso independiente y frecuentemente dominante" (Meyer 2002: 63).

[2] Particular relevancia atribuye Manin a los sondeos, como mecanismo de interacción entre representantes y representados, por cuanto tienen la virtud de "reducir los costes de expresión política individual" (Ibíd.: 279ss), si no fuera –añadimos por nuestra parte– por el uso que de ellos hacen los medios. Pues como dice el citado Sartori: "la mayoría de las opiniones recogidas por los sondeos es: débil (…); volátil (…); y sobre todo produce un efecto reflectante, un rebote de lo que sostienen los medios de comunicación" (2000: 77-78).

Navajas Zubeldia, Carlos e Iturriaga Barco, Diego (eds.): *España en democracia. Actas del IV Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo.* Logroño: Universidad de La Rioja, 2014, pp. 123-131.

constitucional aprobado en 1978. Los síntomas de la crisis son bien conocidos: los partidos se han convertido en organizaciones cerradas, cada vez más desconectadas de la sociedad civil y, por ende, con problemas crecientes para representarla, debido a su arraigada tendencia a la endogamia y la cooptación. La pregunta que se plantea a continuación es si de esta crisis puede salir un nuevo modelo en línea con la democracia de audiencia que sugiere Manin o, por el contrario, la fórmula elegida va en otra dirección.

Por lo que se refiere a los criterios de elección de los representantes, hay un factor, por lo pronto, que puede contribuir a modificarlos: las elecciones primarias, por cuanto implican un desplazamiento del ámbito de elección desde la cúpula de los partidos a la esfera pública, bajo la vigilancia atenta de los medios, que conseguirían de este modo convertir los procesos de decisión interna en un proceso electoral más y llevar el debate partidario a su terreno. No es difícil, por tanto, advertir los riesgos de un cambio de este tipo, desde el momento en que los medios pueden estar tentados de presentar las primarias más como un problema de división en el seno de los partidos que como una oportunidad para la democracia interna, riesgo que puede multiplicarse si la decisión de celebrar elecciones primarias no es una decisión unánime de los partidos sino una decisión aislada de uno de ellos (el PSOE, en nuestro caso).

En cuanto a la segunda dimensión (el patrón de opinión pública), estaría evolucionando, según Manin, desde unas coordenadas partidistas hacia la configuración –sin que Manin utilice el término– de una esfera pública relativamente autónoma de los partidos. La cuestión es tanto más importante por cuanto no se trata sólo de un ideal normativo, sino de una tendencia constatable[3]: "La consecuencia del proceso de modernización de los medios se traduce, en muchos países, en el avance de un periodismo políticamente neutral que atrae la atención de una audiencia a nivel nacional y que guarda celosamente su independencia (…) Y al hacerlo puede hablar con más autoridad y credibilidad que antes (…) Hasta tal punto que si las instituciones informativas de un país concuerdan con esta descripción, este país está bien orientado en el camino hacia la democracia centrada en los medios" (Swanson 1995: 14).

Es bien sabido que el diseño de la democracia española propicia un patrón intervencionista de opinión pública, que ha permitido al gobierno controlar a discreción los medios públicos, que en España son cuantiosos, así como fiscalizar toda una maraña de regulaciones administrativa de los medios privados, con el consiguiente riesgo de prácticas clientelistas en la concesión de licencias, etc. En consecuencia, es fácilmente observable que las radio-televisiones públicas españolas y autonómicas cumplen disciplinadamente una función de propaganda del gobierno de turno, que en dichas radio-televisiones no suelen realizarse debates electorales entre candidatos por miedo a la manipulación, que el despilfarro económico de la televisión pública no se corresponde con la calidad de sus contenidos, que no hay Consejos Audiovisuales independientes de los partidos y en condiciones de controlar a los medios, que las concesiones de licencias de emisión suelen estar contaminadas de clientelismo, y que, en definitiva, la oferta audiovisual no satisface los estándares que cabría esperar de un servicio público (Fernández y Santana 2000; Sampedro 2000; Bustamante 2006).

A fin de situar el caso español en el contexto general de las democracias occidentales, podemos tomar como referencia el estudio de Hallin y Mancini (2004) que clasifica los sistemas mediáticos (*media systems*) según tres grandes tipos: el modelo liberal (anglosajón), el modelo "corporativo democrático" de centro y norte de Europa y el modelo mediterráneo de "pluralismo polarizado". Hallin y Mancini parten del supuesto, típico de la sociología funcionalista, del carácter crecientemente diferenciado del sistema mediático que se configura como una parte autónoma del sistema social en su conjunto (Ibíd.: 76 ss). En buena lógica funcionalista, el modelo liberal representaría el grado más alto de diferenciación y autonomía, pero Hallin y Mancini se cuidan mucho de advertir que esto no implica convergencia hacia el modelo liberal, pues, como bien dicen, existen "contra tendencias" (Ibíd.: 282 ss). A partir de este segundo supuesto, dichos autores

[3] Esta tendencia (tal como fue formulada en los años noventa) correría paralela del avance del *modelo liberal* propuesto por Hallin y Mancini (2004). Conviene advertir, no obstante, que dicho avance ha tropezado en los últimos tiempos, según estos mismos autores, con "contra tendencias significativas" que limitan dicho avance e incluso ponen en cuestión el propio modelo (Ibíd.: 251).

desarrollan un argumento de corte institucionalista en el que los modelos que proponen funcionan como patrones con su propio ADN institucional, tratando de mantener algunos de sus rasgos idiosincrásicos y de resistir así el proceso de americanización. De hecho, el propio modelo liberal se ha visto en cuestión, desde el momento en que una de las "contra tendencias" observadas en la supuesta convergencia hacia el modelo liberal ha sido la creciente polarización mediática y el consiguiente alineamiento político de los medios justamente allí donde el citado modelo encontraba su representación paradigmática: los EEUU de las últimas décadas.

La clasificación que proponen Hallin y Mancini atiende a cuatro variables o dimensiones principales: la circulación de prensa, el nivel de profesionalización de los periodistas, la politización de los medios y el grado de intervención estatal sobre los mismos (Ibíd.: 21 ss). Resumiendo mucho su argumento, podemos decir que Hallin y Mancini incluyen a España en el modelo mediterráneo por cuatro razones principales:

- por una relativamente baja circulación de prensa[4], resultado combinado de, por un lado, una industria editorial tradicionalmente débil y, por otro, de una historia democrática frecuentemente interrumpida por periodos de falta de libertades y/o por recortes y restricciones a las mismas (Ibíd.: 89 ss). Asimismo, se trataría de prensa principalmente dirigida a las elites políticas y culturales, lo que dejaría al grueso de la población a merced de los medios audiovisuales y de la prensa gratuita.
- En segundo lugar, la lucha por las libertades en la que tradicionalmente se han visto envueltos los medios habría traído consigo el alineamiento político de éstos, que competirían entre sí no solo por razones comerciales, sino también como resultado de su propia politización (Ibíd.: 106 ss). En último término, este alineamiento político de los medios los apartaría de su primigenia misión informativa y los conduciría hacia tareas de adoctrinamiento propias de un aparato ideológico.
- En tercer lugar y en parte consecuencia de lo anterior, los periodistas verían mermada su autonomía profesional y verían aumentado el riesgo de instrumentalización por parte no sólo de los intereses corporativos del medio para el que trabajan, sino también de las presiones de los partidos políticos[5].
- Por último, el modelo mediterráneo estaría caracterizado por el intervencionismo estatal, lo que implicaría, en el caso español, dosis más o menos altas de arbitrariedad gubernamental en el uso de los medios públicos, así como en la concesión de licencias (Fernández y Santana 2000).

Este carácter intervencionista del modelo mediterráneo lleva en ocasiones a Hallin y Mancini a poner un excesivo énfasis en la "instrumentalización" de los medios como una característica propia del modelo, pero puede que la realidad sea más compleja. Hay que tener en cuenta que, en las últimas décadas, los medios se han convertido en poderosos conglomerados industriales, lo que hace que los partidos dependan cada vez más de los medios para promover y legitimar sus estrategias. En cualquier caso, el efecto combinado de una escasa lectura de prensa[6], la politización de los medios, la instrumentalización de los periodistas y el intervencionismo estatal darían como resultado una situación más o menos típica de democracia de partidos, tal como la

[4] Según el "Informe Anual de la Comunicación", España presentaba en 1999 un índice 104,7 de difusión de prensa diaria, claramente por debajo del índice medio de la UE-15: 214,8 (el índice mide el número de ejemplares difundidos por mil habitantes). Muy por encima de la media se situaban los países nórdicos (Suecia y Finlandia, por encima de 400) y algo por encima se situaban Alemania y Reino Unido (en torno a 300). España, junto a Italia (103,6), se situaba por detrás de Francia (149,4) y por delante de Portugal (69,5) y de Grecia (63,9), que cerraban la clasificación (Díaz Nosty 2001: 73).

[5] Hallin y Mancini citan la "Encuesta sobre periodismo y sociedad española" (1995), dirigida por Félix Ortega, en la que el 69,3% de los periodistas entrevistados se mostraban en desacuerdo con la frase "los periodistas son independientes del poder político" (Ortega y Humanes 2000: 168).

[6] Por comparación con otros países, pero también por contraste con un alto consumo televisivo (Hallin y Mancini 2004: 25).

entiende Manin, pero lejos del ideal de democracia de audiencia que propone este mismo autor, caracterizado por una clara demarcación entre la esfera política de los partidos y la esfera de la opinión pública[7].

Las políticas de comunicación en la última década

En este apartado, vamos a presentar brevemente la evolución del sistema mediático español en los últimos tiempos, con el fin de observar la medida en que se acerca o se aleja del modelo de democracia de audiencia que acabamos de presentar. En principio, podemos resumir la evolución del caso español diciendo que de los muchos problemas que la democracia heredó del régimen franquista, el problema de los medios, entendido como la dificultad para configurar un patrón de opinión pública que se acomode al modelo de democracia de audiencia, es probablemente uno de los más resistentes y de los más reacios a cualquier tratamiento terapéutico. De manera ritual y recurrente, cada vez que se ha producido una alternancia en el gobierno nacional, el partido entrante ha acompañado su llegada de sentidas promesas de regeneración democrática que incluyen cambios más o menos radicales en el uso de los medios públicos, promesas acompañadas por lo general de quejas no menos sentidas de buena parte del público y, en particular, del público académico sobre la baja calidad de la democracia y, más concretamente, la falta de transparencia informativa, cuando no la manipulación al servicio de objetivos partidarios.

Como no podía ser de otra manera, también la llegada al gobierno del partido socialista en 2004 estuvo seguida de este tipo de compromisos, tanto más ineludibles por cuanto las promesas de regeneración de Aznar terminaron por ser una de las mayores frustraciones de su paso por el gobierno, toda vez que el servicio público radio-televisivo alcanzó cotas difícilmente superables de degradación y despilfarro[8]. En aquella ocasión, el compromiso de Rodríguez Zapatero se concretó en la redacción de un dictamen a cargo de un grupo de expertos, más conocido como "Comité de Sabios", que fue el encargado de establecer la filosofía general y las coordenadas de la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal.

Siguiendo el informe del citado Comité, el gobierno socialista reforzó el carácter de servicio público de RTVE, asumiendo la deuda de RTVE y aumentando su financiación, a fin de liberar a la televisión pública de las servidumbres de una televisión comercial que debe competir por la captación de publicidad, liberando, de paso, a la audiencia del bombardeo publicitario característico de una televisión comercial. Por otra parte, la elección del director general de RTVE (una de las funciones del Consejo de Administración) requería el acuerdo de dos tercios del Parlamento, de manera que la dirección del ente ya no dependía directamente del gobierno y el Consejo dejaba de ser una mera correa de transmisión del gobierno de turno. En consecuencia, el nuevo Consejo directivo de RTVE contribuyó a la despolitización del ente, al tiempo que la política informativa de los medios públicos dejó de ser un tema de controversia, tal como lo había sido en el pasado, todo lo cual hizo de este apartado uno de los más sobresalientes en la gestión de Rodríguez Zapatero.

Ahora bien, el balance de gestión de Zapatero tenía dos dimensiones: el rediseño del servicio público de radio-televisión al que acabamos de hacer referencia y el rediseño del mapa audiovisual privado resultante de la nueva política de licencias y concesiones. Para entender esto último, conviene recordar la dinámica de polarización que presidió la vida política de las pasadas legislaturas y que conllevó una dura competencia entre los medios por marcar la agenda de los partidos afines. En la legislatura 2004-2008 fueron *ABC* y *El Mundo* quienes compitieron por

[7] Cabía la posibilidad de que esta caracterización del patrón de opinión pública estuviera asociada a problemas de credibilidad y falta de confianza por parte del público respecto de los medios, tal como sugieren los propios informes de la profesión periodística: "Credibilidad menguante", Informe Anual de la Profesión Periodística, Asociación de la Prensa de Madrid, http://institucional.apmadrid.es/laapm/pub_anuar_estadistico_presentacion.aspx.

[8] Durante la primera etapa *popular*, la deuda de RTVE se multiplicó de manera exponencial (en contra de una pauta bastante generalizada de rigor presupuestario en multitud de ámbitos), al tiempo que aumentaba el dirigismo informativo del ente público, como lo prueba el aumento incesante de preguntas relativas a la falta de pluralismo y de imparcialidad informativa en la Comisión de control de RTVE (Gómez Montano 2006).

marcar la agenda del PP. En la siguiente, fueron Prisa y La Sexta los que compitieron, a su vez, por influir sobre el gobierno socialista en lo que afecta a sus intereses.

Como se recordará, la legislatura 2004-2008 estuvo marcada por la pugna entre los grupos mediáticos más próximos al PP por imponerle una determinada agenda, en un momento en que la dirección de este partido atravesaba todo tipo de ambigüedades y vacilaciones, dada la falta de entendimiento entre Mariano Rajoy y la vieja guardia (Acebes, Zaplana, etc.). Particularmente ilustrativa fue, desde este punto de vista, la perseverancia de medios como *El Mundo* o la COPE por mantener a toda costa el encuadre de la autoría etarra del 11-M, a fin de sustentar una opción estratégica del PP basada en la deslegitimación del gobierno salido de aquellas elecciones, lo que motivó una dura pugna con *ABC* que se saldó con la salida de J. A. Zarzalejos de la dirección de este periódico[9].

Esa misma legislatura fue testigo también de la apuesta de Zapatero por un nuevo mapa audiovisual que, so pretexto de alcanzar una mayor pluralidad informativa, produjo en la izquierda un efecto curiosamente simétrico de la división mediática que marcó los avatares políticos de la derecha en la pasada legislatura. En este caso, el motivo de la división fue la promoción de un nuevo entramado mediático encabezado por La Sexta y el diario *Público* que, situado ideológicamente a la izquierda de los medios de Prisa, privó a ésta no sólo de su predominio en el campo audiovisual, sino también de su posición preferente como canal de comunicación entre el gobierno socialista y la audiencia[10]. El activismo del gobierno socialista en el campo audiovisual alcanzó su clímax en el verano de 2009 con la aprobación por vía de urgencia de la TDT de pago, que permitió a Mediapro (productora de La Sexta) la explotación de los derechos del fútbol, con el consiguiente enfrentamiento con el grupo Prisa, que se había beneficiado de esa opción hasta entonces.

La emergencia del nuevo holding ha venido así a poner fin a la tradicional simbiosis entre Prisa y los gobiernos socialistas, de tal manera que, en un primer balance, esta dinámica de polarización político-mediática parecía diversificar el mapa audiovisual (al ampliarlo por la derecha y por la izquierda), al tiempo que complicaba los alineamientos en cada uno de los polos, pues a la tradicional competición entre izquierda y derecha se añade ahora la competición dentro de los bloques respectivos, con un mayor fraccionamiento ideológico y nuevos motivos de tensión y disputa en el seno de cada bloque.

Ahora bien, la irrupción de la crisis económica ha venido, por su parte, a simplificar esta dinámica de mayor pluralismo mediante un proceso inverso de concentración corporativa que el propio gobierno socialista apuntaba mediante una normativa de 2009 (Real Decreto 1/2009), que aunque aparentemente venía a completar la normativa de la primera legislatura, venía en realidad a enmendarla, dando lugar a lo que los analistas han denominado una verdadera "contrarreforma audiovisual" (Bustamante 2010; Zallo 2010). Dada la drástica contracción del mercado publicitario derivada de la crisis, el gobierno socialista decidió suavizar la regulación antimonopolio anterior y permitir la fusión de cadenas hasta el límite de tres operadores comerciales de ámbito nacional, lo que amenazaba con devolver el panorama televisivo al estadio anterior (en la época de Antena 3, Telecinco y Canal Plus). La incapacidad de los nuevos canales promovidos por el gobierno socialista (Cuatro, del grupo Prisa, que comenzó a operar en abierto en 2006, y La Sexta, que se incorporó al espectro televisivo poco después) para llegar a acuerdo alguno de fusión dejó la iniciativa en manos de los operadores con mayor control del mercado publicitario, de tal suerte que Telecinco absorbió a Cuatro y Antena 3 a La Sexta, restableciendo así una situación insólita en Europa, toda vez que tanto Telecinco como Antena 3 están supeditadas a capital italiano (Mediaset y Agostini).

Todo lo cual planteaba numerosos e inquietantes interrogantes sobre el devenir del sistema mediático español ante el eventual regreso del PP al gobierno, el cual se ha producido, como es bien

[9] Recordemos que Zarzalejos se había desmarcado de la teoría de la conspiración promovida por *El Mundo* y la COPE como explicación del 11-M (Zarzalejos 2010).

[10] Como ha señalado un acreditado analista: "Ciertamente se ganó en pluralismo…, pero también se evidenciaba, para sonrojo del sistema mediático, el partidismo de los *media* y las relaciones entre poderes y operadores" (Zallo 2010).

sabido, mediante una abrumadora mayoría absoluta que el PP no ha dudado en utilizar, por lo pronto, para decretar el retorno del ente público al viejo sistema de control gubernamental (RD 15/2012 de 20 de abril), eliminando de paso la presencia de los sindicatos del ente en el Consejo de Administración (tal como establecía la normativa de 2006). Esta primera decisión del gobierno de Rajoy fue seguida poco después por una nueva decisión tendente a facilitar la fusión entre Antena 3 y La Sexta, pese a las recomendaciones en contra de la Comisión Nacional de la Competencia, que había advertido de los riesgos del nuevo duopolio (Mediaset y Antena 3), el cual pasaba a controlar casi el 90% del mercado publicitario.

En consecuencia, la llegada del Partido Popular al gobierno en 2011 ha supuesto el punto y final de esta etapa de independencia de RTVE y la vuelta a la gubernamentalización del ente público. En abril de 2012, el nuevo decreto ley modificó la norma por la que se hacía necesario un consenso de dos tercios del Congreso para designar al presidente de la corporación, con lo que la mayoría absoluta del PP bastó para elegir a una persona de su confianza, designación que recayó sobre Leopoldo González-Echenique, como presidente de RTVE, al tiempo que Julio Somoano[11], antiguo presentador de los informativos de Telemadrid, era nombrado director de informativos, frente a la oposición de los trabajadores de TVE.

La doble crisis de la prensa: declive del periodismo y mutación del sistema mediático

Hay que tener en cuenta, por lo pronto, que en términos de difusión de periódicos, los datos relativos a España se mueven en un terreno crítico desde principios de siglo, fecha en la que España apenas rebasaba el umbral de 100 periódicos por cada mil habitantes que la Unesco considera el umbral del desarrollo cultural. Desde entonces podemos observar una doble tendencia: una caída lenta entre 2000 y 2007 y una caída súbita con la llegada de la crisis económica (véase Gráfico 1). Tomando como referencia el año 2009, el índice de difusión se situaba en 82,4 diarios por cada mil habitantes, claramente por detrás de Francia (114) y en línea con el resto de los países del sistema pluralista polarizado: Grecia (97), Italia (80) y Portugal (50).

Gráfico 1. Índice de difusión de la prensa diaria en España (2000-2010).

[11] En 2005 había presentado un trabajo fin de máster bajo el título *Estrategia de comunicación para el triunfo del Partido Popular en las próximas elecciones generales.*

Ahora bien, si la pérdida de ingresos que va asociada a esta tendencia declinante de la difusión ha sido acusada, la caída de la publicidad ha sido más espectacular: de 2007 a 2012 la inversión publicitaria se redujo a menos de la mitad, de tal suerte que la crisis económica se ha cebado en particular con las empresas de comunicación, las cuales han intentado equilibrar sus balances con despidos y EREs. Tras más de diez mil periodistas despedidos, el paro y la precariedad laboral se han convertido, como en el resto de la sociedad, en santo y seña de las preocupaciones de la profesión, con las inevitables consecuencias en la calidad del producto informativo.

Con todo, lo que hace particularmente dramática la situación del periodismo en el marco de una crisis generalizada es el cambio en el modelo de negocio precipitado por la irrupción de Internet, por cuanto reduce drásticamente los costes de transmisión de la información y convierte en obsoletos los procedimientos tradicionales asociados a la prensa de papel. En principio, cabía esperar que dicha irrupción provocase una transformación más o menos drástica del ecosistema mediático. Lo que no era tan previsible es que la prensa de referencia optase, de manera bastante unánime, por ofrecer gratis en sus ediciones electrónicas los mismos contenidos por los que cobra en la edición impresa, consagrando así el discutido principio de que la Red es gratis. Con lo que la prensa de prestigio ha conseguido reducir de golpe las ventas de ejemplares y los ingresos por publicidad, poniendo en peligro el carácter diferencial de su producto: el control de calidad, la posibilidad de investigación, la red de corresponsales, etc.

Al margen de esta incapacidad de la prensa de referencia para asimilar el cambio de modelo de negocio, el segundo factor crítico en la evolución reciente de los medios ha sido el alto nivel de endeudamiento alcanzado durante los años de la burbuja, que se ha convertido en una losa durante la crisis. Tal como ocurriera en el resto de la economía, la burbuja propició niveles de apalancamiento financiero que su posterior estallido ha hecho insoportable para la fragilidad del negocio periodístico, lo que ha precipitado cambios en la misma titularidad del negocio y ha acelerado el proceso de financiarización que ya era observable en etapas anteriores: definitivamente, la prensa ha caído en las redes del capital financiero.

Desde esta perspectiva, el caso del grupo Prisa constituye un ejemplo paradigmático de este proceso, después de amasar una deuda por importe de cinco mil millones de euros cuya explosión ha dado lugar a despidos masivos y al desplazamiento de la familia Polanco, antigua propietaria, en beneficio de fondos de capital riesgo y de la gran banca. Merece la pena que nos detengamos en este proceso, así como en las implicaciones del mismo en términos de línea editorial.

Espoleado por el éxito de su buque insignia (el diario *El País*), el grupo Prisa aprovechó su proximidad con los gobiernos de Felipe González para convertirse en un grupo multimedia amplio y diversificado, con presencia en casi todos los frentes de la industria cultural. En el año 2000 salió a bolsa y entró en el selecto club de las principales empresas cotizadas (Ibex 35), poniendo en marcha diversas operaciones de apalancamiento financiero a fin de reforzar su posición en el sector de las plataformas digitales (Sogecable, Digital+), en un proceso típico de esos años de expansión corporativa basada en deuda (Almiron y Segovia 2012).

En 2010, con una deuda de cinco mil millones de euros y en pleno declive del negocio editorial, Juan Luis Cebrián, primer director de *El País* y posteriormente consejero delegado de Prisa, pone en marcha una operación de salvamento en negociación con grupos de capital riesgo que inyectan liquidez en el grupo. Como resultado de la negociación[12], Juan Luis Cebrián se convierte en el segundo directivo mejor pagado de España, solo por detrás de Pablo Isla (Inditex), con una remuneración de 13,6 millones de euros, equivalente al salario de varios cientos de redactores, en un momento en que el grupo registraba pérdidas por importe de 451 millones y estaba a punto de iniciar un ERE que afectaría a más de cien trabajadores (Almiron 2013). Al mismo tiempo, Nicolas Berggruen, portavoz de los fondos de capital riesgo, se incorporaba al nuevo núcleo accionarial y se convertía en mentor ideológico de *El País,* al tiempo que se prodigaba en sus páginas acompañado de articulistas y políticos de primera fila. Toda una parábola sobre las implicaciones de la entrada del capital financiero en el negocio periodístico, con el consiguiente giro de su línea editorial.

[12] Los detalles de la operación pueden verse en Informe Mongolia 2013: Primera parte.

Si tenemos en cuenta que el diario *Público* cerró su edición impresa poco después de la derrota socialista en las elecciones generales de 2011 (Informe Mongolia 2013: Segunda parte), este giro conservador de *El País*, que había sido el referente ideológico del centro-izquierda desde la transición, dejaba el campo de la izquierda huérfano de representación ideológica y de cobertura mediática, produciendo así una verdadera mutación en la evolución del sistema mediático, toda vez que uno de los polos ideológicos que lo sostenía desaparecía del panorama audiovisual y de los kioscos y quedaba recluido, a partir de ese momento, en el ámbito de las redes sociales y de las publicaciones digitales. Cabe concluir, por tanto, que el medio televisivo y la prensa de referencia han pasado a ser patrimonio casi exclusivo del campo conservador.

Discusión de resultados

Es evidente que la evolución reciente de la prensa de referencia y del medio televisivo no se corresponde con la distribución de preferencias ideológicas de los españoles, la cual está desplazada, como es bien sabido, hacia el centro-izquierda. Por contraste, no se trata ya de que el sistema mediático esté desplazado en sentido contrario, sino de que hemos llegado a un punto en el que las posiciones de izquierda han dejado de estar representadas en el medio audiovisual y en la prensa de papel. Este es un primer dato ineludible en cualquier aproximación a la calidad de la democracia en España, por cuanto afecta al principio básico de que todas las posiciones ideológicas deben estar representadas en la esfera pública.

Este diagnóstico inicial plantea serias dudas sobre el futuro de la democracia en un país donde la esfera pública ha llegado a tal extremo de disonancia entre la opinión pública y la opinión publicada, como resultado de un doble proceso de crisis de la actividad periodística y de su progresivo control a manos del capital financiero. En consecuencia, caben dos posibilidades: una reacomodación de las posiciones de izquierda en los nichos que ofrece el nuevo ecosistema mediático (la ciberesfera) o el colapso de la esfera pública, dada su creciente desconexión de la sociedad civil.

Por lo que se refiere a la eventual transición desde una democracia de partidos hacia una democracia de audiencia, la experiencia de la radio-televisión pública en la última década sugiere que las posibilidades de cambio de los patrones institucionales que rigen el funcionamiento de los medios son limitadas, toda vez que la conversión de la vieja RTVE en un servicio público (2006) ha resultado perfectamente reversible, como lo prueba la rapidez con que el nuevo gobierno ha procedido a la regubernamentalización del servicio.

Bibliografía

Almiron, Núria (2013): "Board compensation in the media industry: Global elite networks and financialization", *The Political Economy of Communication*, Vol. 1, No 2.

Almiron, Núria y Ana I. Segovia (2012): "Financialization, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top Media Companies: The Case of Grupo Prisa", *International Journal of Communication* 6, 2894-2917.

Bustamante, Enrique (2006): *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*, Barcelona: Gedisa.

Bustamante, Enrique (2010) "La contrarreforma audiovisual socialista", *Le Monde Diplomatique en español*, 172, febrero: 1-5.

Díaz Nosty, Bernardo (2001): *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España*, Barcelona: Grupo Zeta.

Fernández, Isabel y Fernanda Santana (2000): *Estado y medios de comunicación en la España democrática,* Madrid: Alianza editorial.

Gómez Montano, Alicia (2006): *La manipulación en televisión*, Madrid: Espejo de Tinta.

Hallin, Daniel y Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.

Informe Mongolia (2013): *Papel mojado. La crisis de la prensa y el fracaso de los periódicos en España*, Barcelona: Debate.

Manin, Bernard (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid: Alianza Editorial, Ciencias Sociales.

Mazzoleni, Gianpietro y Winfried Schultz (1999): "'Mediatization' of Politics: A Challenge for Democracy?", *Political Communication*, 16: 247-261.

Meyer, Thomas (2002): *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*, Cambridge: Polity.

Ortega y Humanes (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Barcelona: Ariel Sociología.

Sampedro, Víctor (2000): *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*, Madrid: Istmo, Colección Fundamentos 172.

Sartori, Giovanni (2000): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.

Swanson, David (1995): "El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios", en Muñoz Alonso y Rospir (dir.): *Comunicación Política*, Madrid: Universitas, pp. 3-24.

Zallo, Ramón (2010) "La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal", *Revista Latina de Comunicación Social*, 65: 14-29.

Zarzalejos, José Antonio (2010) *La destitución. Historia de un periodismo imposible*, Barcelona: Península.