

Radiotelevisión pública y pluralismo informativo en Cataluña

Maria Corominas

Introducción

En respuesta a un encargo del Parlamento de Cataluña, el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) elaboró un informe sobre el pluralismo informativo en la radio y la televisión¹. El informe analiza el marco legal vigente en España y en Cataluña y las experiencias desarrolladas en países europeos como Francia, Portugal, Italia o Gran Bretaña en materia de pluralismo informativo. Aporta también un estudio de contenidos de los informativos de las televisiones y radios catalanas. Además, recoge los puntos de vista de los distintos sectores --responsables políticos, de asociaciones y entidades, profesionales de los medios de comunicación-- y hace una aproximación a la percepción de la sociedad catalana sobre el pluralismo informativo mediante un estudio de opinión pública.

Este artículo se plantea la lectura y el análisis de los datos de este estudio de opinión, que se realizó entre los días 16 y 17 de febrero de 2001 (2). Por una parte, se estudia la percepción sobre los medios de comunicación públicos (radio y televisión); en segundo lugar, sobre el pluralismo y, finalmente, sobre la relación entre medios de comunicación públicos y privados.

1. Radio y televisión públicas

La población de Cataluña se declara, de forma muy mayoritaria, a favor de la existencia de medios de comunicación públicos de radio y de televisión: el 83,7% del total de encuestados está a favor y un 8,6% en contra.

No hay diferencias muy significativas en función del lugar de residencia --el porcentaje más bajo que cree necesarios estos medios se da en la demarcación de Barcelona, con el 82,8% y el más alto en Gerona, con el 88,7%-- ni de sexo --84,5% de hombres y 82,9% de mujeres--. En cambio, hay que remarcar como el grupo de edad más joven (de 16 a 17 años) es el que se manifiesta menos convencido de la necesidad de estos medios: sólo un 62,5% de los encuestados de esta franja de edad los encuentra necesarios; un 23,6% no, un 6,5% no lo sabe y un 7,4% no responde (3). En el otro extremo no hay el colectivo de las personas de más edad (que en una proporción del 73,3% está a favor y es el segundo menos convencido) sino los individuos entre 50 y 64 años: nueve de cada diez se declaran convencidos de la necesidad de estos medios y sólo el 5% en contra.

Tabla 1

Radio y televisión públicas: Población que defiende la necesidad (por edad y número de población del municipio)

	Total	Edad						Población del municipio			
		16-17 años	18-24 años	25-34 años	35-49 años	50-64 años	+ 64 años	- 5.000 hab.	5.001 a 50.000 hab.	50.001 a 500.000 hab.	+ 500.000 hab.
Sí	83,7	62,5	84,2	88,5	85,3	90,4	73,3	86,4	87,6	78,8	84,1
No	8,6	23,6	12,0	6,9	13,0	5,0	3,6	7,3	5,3	10,6	10,7
No lo sabe	5,6	6,5	3,3	1,4	1,5	4,3	17,4	3,9	5,2	7,9	3,8
No responde	2,1	7,4	0,5	3,2	0,2	0,3	5,8	2,4	2,0	2,7	1,4

Maria Corominas

Profesora de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona

También resulta significativa la diferencia de casi diez puntos según la población del municipio: los habitantes de las poblaciones más pequeñas (con menos de 5.000 habitantes) son los más partidarios de la necesidad que la radio y la televisión públicas existan y los de los municipios entre 50.001 y 500.000 habitantes, los que menos: sólo un 78,8% de los habitantes de estas poblaciones se declara a favor y el 10,6%, en contra.

Pero esta posición mayoritariamente favorable a la existencia de la radio y la televisión públicas no se corresponde, necesariamente, con un conocimiento óptimo de estos medios. A los encuestados no se les preguntaba que definieran teóricamente qué entendían por medios públicos (siempre en relación con la radio y la televisión), ni tampoco se les pedía que en una lista con emisoras públicas y privadas seleccionaran las primeras. Para averiguar, a partir de la encuesta, este grado de conocimiento hace falta, pues, recurrir a otros indicadores, entre los cuales la "dependencia" de la Administración (4)

Tal como se refleja en la tabla 2, en conjunto -menos en el caso de Barcelona Televisió, con un 36% que no lo sabe o no responde-, la población encuestada identifica mejor la dependencia de las emisoras de televisión (TVE1 con la Administración central; TV3, con la autonómica; TV2 con la central i Canal 33 con la autonómica) que no de las emisoras de radio (5).

Probablemente estas diferencias hay que entenderlas en función de la audiencia de un medio y del otro. En este sentido y, a más a más de las cifras generales, hay que tener en cuenta que el 97,7% de los encuestados declara que mira la televisión, por un 62,5% que dice explícitamente que escucha la radio.

Es posible también que este mayor o menor conocimiento de la vinculación de las emisoras a una administración dependa, en el caso de la televisión, por una parte, de la

antigüedad del canal y, de la otra, de que sea el primero -que también es, con diferencia, el que tiene más audiencia- o el segundo de la corporación correspondiente. En radio, coincide que el grado más alto de conocimiento se corresponde con la mayor antigüedad de las emisoras.

Un comentario particular merece COMRàdio, en la cual más de la mitad de los encuestados (55,4%) o no sabe identificar la dependencia de la Administración o no responde, mientras que sólo en un 14,6% de respuestas es vinculada a la Administración local, delante de un 26,2% que la relacionan con la autonómica y un 3,8% que lo hace con la central (6)

Financiación

En términos de financiación, no hay una concepción dominante que vincule la radio y la televisión públicas en exclusiva con el "dinero público". Es más, la posición mayoritaria está a favor de una fórmula que combine "dinero público y publicidad": un poco menos de la mitad de los encuestados (47,0%) se declara partidario de esta vía. No hay grandes variaciones en función del lugar de residencia -el porcentaje más bajo es el 43,6, correspondiente a los encuestados que residen en la demarcación de Lérida y el más alto, el 47,8, de los residentes en la de Barcelona- o del sexo -el 47,6% de las mujeres y el 46,3% de los hombres-. En cambio, en cuanto a franjas de edad y de acuerdo con la tabla 3, hay casi veinticinco puntos de diferencia entre el 32,7% de la población de más de 64 años que se manifiesta partidaria de esta fórmula y el 57% de los encuestados del grupo de edades comprendidas entre 25 y 34 años.

Se pueden entender estos datos como aceptación social del sistema de financiación hegemónica de la radio y la televisión públicas, tanto a escala estatal como a autonómica o local; un modelo con un peso muy ele-

Tabla 2

Radio y televisión públicas: Dependencia de la Administración

	TVE1	TV3	TV2	Canal 33	Barcelona Televisió	RNE	Catalunya Ràdio	COM Ràdio
Administración correspondiente	75,7	72,7	71,9	71,1	55,5	60,3	57,2	14,6
Otras administraciones	2,0	3,4	3,8	3,2	8,3	3,5	5,8	30,0
No lo sabe / No responde	22,0	24,0	24,3	25,8	36,3	36,2	37,0	55,4

Tabla 3

Radio y televisión públicas: Vías de financiación

	Total	Edad					
		16-17 años	18-24 años	25-34 años	35-49 años	50-64 años	+ 64 años
Sólo dinero público	14,0	29,6	10,0	11,2	14,4	15,7	14,5
Dinero público y publicidad	7,0	48,7	54,3	57,0	45,0	48,7	32,7
Sólo publicidad	24,2	10,8	25,8	23,3	27,3	23,1	23,4
No lo sabe	12,4	10,2	8,6	6,4	12,1	9,8	24,2
No responde	2,5	0,6	1,3	2,0	1,3	2,7	5,3

vado de la publicidad y con ingresos públicos procedentes de subvenciones y no del canon o impuesto específico (7).

Por una parte, este planteamiento se refuerza si tenemos en cuenta que, cuantitativamente, la segunda posición tanto en términos generales como en todos los grupos de edad menos el de los individuos de 16-17 años es para la financiación exclusiva mediante la publicidad -24,2% del total de encuestados- y la tercera (también con la única excepción del sector de población más joven), a través del dinero público en exclusiva -14,0% del total-. Por otra parte, también lo abona el hecho de que sólo dos de cada diez encuestados (21,1%) se muestran dispuestos a pagar algún tipo de impuesto específico "para ver la televisión pública", frente a otros siete (70,1%) que no.

No obstante, también hay que puntualizar que, en relación con la publicidad, la misma encuesta permite vislumbrar una opinión un poco ambivalente ya que las respuestas comentadas más arriba pueden relacionarse con las que se dan a otra pregunta donde se plantea si en televisión tendría que haber la misma publicidad que ahora, más o menos. En este segundo aspecto, las respuestas son contundentes: el 90% dice menos.

2. Percepción del pluralismo

En sentido amplio, la noción de pluralismo informativo remite a la multiplicidad de puntos de vista en los contenidos de los medios de comunicación, ya sea en términos políticos, sociales, étnicos, religiosos, culturales, etc. El informe del CAC proporciona una definición operativa, en función de la cual "el grado de pluralismo de un medio puede medirse en términos de la proximidad que hay entre la representación que hace de la sociedad y la realidad social" (8). De acuer-

do con esto, el estudio de opinión analiza la percepción que tiene la población (mayor de 16 años).

Un primer elemento de análisis es la mayor o menor independencia de los gobiernos (y no, como anteriormente, de la Administración) de los cuales dependen los medios públicos. El supuesto de partida correlacionaría una mayor independencia con un grado más alto de pluralismo. En este sentido, las respuestas del estudio de opinión son matizadas. Por una parte, globalmente, en una escala que va de 0 (nada independiente) a 10 (muy independiente) la media es un 3,35; por lo tanto, nos encontramos en la gama media-baja de independencia, tal como se recoge en la tabla 4, en la cual queda situado en la sexta y última posición. A pesar de eso, también hay que observar que el porcentaje más alto de respuesta se da en la categoría "no lo sabe": un 19,9%; en segundo lugar está la población que encuentra que los medios públicos son "nada independientes" (14,6%) y en tercero, la que se sitúa en un término medio y les otorga un 5 (13,3%).

Hay variaciones según el lugar de residencia --desde el 3,11 de media de la demarcación de Barcelona hasta el 4,34 de la de Gerona, pasando por el 3,65 de Lérida y el 4,20 de Tarragona-- y en función de la población del municipio --del 4,09 en los de menos de 5.000 habitantes al 2,39 en Barcelona capital--.

Si nos fijamos en las medias, la mejor valoración -pero no por eso óptima-- corresponde a la forma como los medios públicos reflejan la realidad cultural (5,16 por término medio, la máxima y la única que se sitúa por encima de cinco) y la social (4,85 por término medio).

En cuanto a la manera como los medios públicos reflejan la realidad de las diversas zonas de Cataluña, no hay cambios sustanciales en función del lugar de residencia, aun-

Tabla 4

Radio y televisión públicas y percepción del pluralismo

	Realidad cultural	Realidad social	Zonas de Cataluña	Plurales	Realidad política	Independencia del Gobierno
0 nada	3,9	4,7	4,5	6,3	7,5	14,6
1	1,4	1,7	0,8	2,1	2,6	5,0
2	3,6	4,0	5,0	4,4	6,2	10,5
3	5,9	6,4	10,2	8,1	9,6	8,7
4	10,6	13,3	10,3	9,4	14,3	11,2
5	15,7	19,4	17,3	20,5	13,5	13,3
6	14,7	11,7	9,3	8,7	10,7	5,4
7	12,3	9,9	6,5	7,3	6,1	3,3
8	7,4	5,4	3,4	4,2	4,2	2,8
9	0,9	0,9	0,9	0,4	1,1	0,5
10 mucho	1,1	1,0	0,6	1,1	1,1	0,9
No lo sabe	16,9	15,9	25,0	22,8	17,31	19,9
No responde	5,7	5,7	6,3	4,7	5,9	3,6
Media	5,16	4,85	4,53	4,50	4,30	3,35
Desviación típica	2,15	2,13	2,10	2,25	2,33	2,44

que los habitantes de la demarcación de Gerona (con un 23,8% que responde que no lo sabe) otorgan la media más alta (4,94) y los de la de Barcelona, la más baja (4,45, con un 26,3% de respuestas dentro de la categoría "no lo sabe") (9).

Ante la pregunta que interrogaba directamente sobre el pluralismo de la radio y televisión pública (10), la percepción mejora, pero también con matices. De entrada, la media global que se le otorga es 4,50. En cuanto a respuestas, predomina cuantitativamente la categoría "no lo sabe", con un 22,8%, seguimiento de la población que los otorga un 5 (20,5%), un 4 (9,4%) y un 6 (8,7%).

Teniendo en cuenta que se trata sobre el pluralismo, parece pertinente analizar diversos puntos de vista. En este sentido, son significativas las diferencias que, en términos de sexo, pueden encontrarse en las respuestas (véase la tabla 5). Por una parte, en todos los casos la media es más alta entre las mujeres que no entre los hombres: las diferencias oscilan entre 0,13 (zonas de Cataluña y medios plurales) y 0,34 (realidad social). En la misma línea, las mujeres aprueban los medios públicos en lo que concierne a la manera como reflejan las realidades culturales (5,28) y sociales (5,02), mientras que tanto los hombres

(5,05) como el conjunto de la población (5,16) sólo lo hacían en el primer caso.

Por otra parte, también hay que observar como entre las mujeres el porcentaje más alto de respuestas tiende a encontrarse en la categoría que dice que "no lo sabe" (en todos los casos, salvo la información sobre la realidad social), ante la mayor diversificación que se encuentra entre los hombres (en tres ocasiones el porcentaje más alto de respuestas se sitúa en el 5; y en unas otras tres en el 0, el 3 y "no lo sabe", respectivamente).

Otra variable significativa es la edad (véanse las tablas 6 a, 6b y 6c). En este campo se observa como en líneas generales la radio y la televisión públicas tienden a ser vistas más plurales por los grupos de población más jóvenes y más grandes. Sin embargo, en estos grupos también suelen concentrarse el mayor número de respuestas en la categoría "no lo sabe".

3. Radio y televisión: Sector público y sector privado

Es relativamente curioso que prácticamente un tercio de la población dice que no sabe en qué condiciones están (mejores, iguales o peores) la radio y la televisión públicas

Tabla 5

Radio y televisión públicas y percepción del pluralismo. Por sexos

	Realidad cultural		Realidad social		Zonas de Cataluña		Plurales		Realidad política		Independencia del Gobierno	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
0 nada	4,1	3,7	4,6	4,7	4,8	4,3	6,0	6,7	6,6	8,5	13,3	16,0
1	0,5	2,3	0,6	2,8	0,2	1,5	0,6	3,8	1,3	3,9	4,7	5,3
2	3,3	3,9	4,1	3,9	4,0	6,0	3,8	5,1	5,9	6,5	10,2	10,9
3	3,9	8,0	4,2	8,7	8,4	12,2	7,2	9,1	6,5	12,8	6,6	10,9
4	9,6	11,6	10,7	16,1	8,9	11,7	9,7	9,1	14,2	14,4	8,6	14,0
5	15,4	15,9	19,9	18,9	18,6	15,8	20,5	20,5	15,0	11,8	15,2	11,3
6	16,2	13,0	13,4	9,9	9,8	8,7	6,9	10,6	10,6	10,8	5,1	5,8
7	11,9	12,8	9,8	9,9	6,7	6,2	7,6	6,9	4,8	7,6	2,7	4,0
8	6,4	8,4	4,8	6,0	2,9	4,0	2,9	5,5	4,8	3,6	3,3	2,4
9	1,0	0,8	0,9	0,9	0,4	1,5	0,2	0,6	1,0	1,2	0,7	0,3
10 mucho	1,5	0,7	1,5	0,5	0,5	0,7	1,4	0,8	0,7	1,6	1,1	0,8
No lo sabe	18,8	14,9	18,4	13,3	26,3	23,5	28,7	16,4	21,7	12,7	25,1	14,4
No responde	7,3	4,0	6,9	4,4	8,4	4,1	4,6	4,8	7,1	4,5	3,4	3,9
Media	5,28	5,05	5,02	4,68	4,59	4,46	4,57	4,44	4,43	4,18	3,47	3,24
Desviación típica	2,13	2,16	2,13	2,12	2,05	2,15	2,19	2,29	2,25	2,40	2,51	2,36

Tabla 6a

Radio y televisión públicas y percepción del pluralismo. Por edades

	Realidad cultural						Realidad social					
	Edad						Edad					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 nada	9,8	0,6	3,3	2,3	8,4	3,3	9,8	2,2	7,5	2,0	7,4	3,5
1	---	0,4	2,2	2,4	1,2	0,3	0,7	0,8	2,3	2,4	2,1	0,5
2	---	3,8	3,4	4,4	5,0	1,7	0,5	4,5	2,6	4,1	5,7	3,9
3	6,6	1,4	6,9	8,2	3,8	6,9	10,9	4,7	9,1	7,0	4,8	4,8
4	15,3	13,0	6,2	16,6	12,3	3,0	9,2	17,6	11,2	16,3	16,0	6,6
5	9,4	21,0	11,2	18,4	17,6	11,9	23,6	21,5	15,2	26,1	19,7	12,5
6	3,8	25,8	22,0	11,7	10,6	9,6	1,4	16,8	15,3	10,5	10,1	9,5
7	17,7	12,6	16,5	10,6	12,4	9,1	18,1	13,1	14,3	8,5	6,8	6,9
8	11,6	4,7	11,8	6,3	6,4	6,7	5,8	4,5	6,7	5,3	6,0	4,2
9	0,7	3,8	0,1	0,7	0,4	0,4	1,2	1,2	1,2	0,4	1,3	0,6
10 mucho	0,8	0,3	1,8	2,6	0,3	0,1	---	---	1,7	1,9	1,0	0,1
No lo sabe	23,0	8,1	7,2	12,1	16,7	37,8	18,1	7,1	5,7	13,1	14,3	37,0
No responde	1,4	4,4	7,3	3,7	4,7	9,3	0,6	5,9	7,2	2,3	4,7	10,1
Media	5,04	5,57	5,51	5,00	4,69	5,21	4,70	5,07	4,92	4,91	4,56	4,84
Desviación típica	2,56	1,63	2,17	2,10	2,33	2,16	2,35	1,78	2,37	1,93	2,30	2,13

Tabla 6c

Radio y televisión públicas y percepción del pluralismo. Por edades

	Zonas de Cataluña						Plurales					
	Edad						Edad					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 nada	9,8	3,2	6,2	3,8	6,8	1,8	10,1	5,9	9,9	6,0	6,8	2,6
1	---	0,7	0,6	1,3	1,0	0,4	---	0,8	3,2	3,5	1,4	1,4
2	5,9	2,7	6,6	5,3	6,6	2,9	0,7	2,9	4,6	4,2	6,7	3,7
3	11,7	9,1	13,2	11,2	11,4	5,3	10,1	4,8	9,0	11,0	7,3	6,3
4	3,1	12,6	9,2	9,5	14,1	7,9	8,8	9,6	10,7	11,6	11,9	2,7
5	3,3	21,9	17,1	24,8	16,9	7,3	3,2	25,6	18,2	26,6	18,1	16,8
6	2,3	16,3	11,4	7,4	8,5	6,6	14,5	14,0	7,9	6,3	10,2	6,6
7	17,1	6,9	9,0	7,1	4,0	3,6	12,1	12,7	10,0	5,4	6,7	3,2
8	1,8	1,4	5,6	2,2	1,9	5,8	0,5	2,8	4,9	4,2	5,2	4,1
9	---	1,6	0,3	0,2	1,5	1,7	0,8	1,6	0,2	0,3	0,1	0,2
10 mucho	---	0,2	0,7	0,9	0,9	0,1	---	0,5	1,7	1,0	2,2	0,1
No lo sabe	43,9	20,2	11,8	21,1	21,8	46,1	38,7	14,3	16,4	17,0	20,4	42,0
No responde	1,3	3,0	8,3	5,4	4,4	10,4	0,6	4,5	3,3	3,1	3,1	10,5
Media	4,07	4,79	4,53	4,48	4,16	5,03	4,37	4,96	4,34	4,32	4,54	4,61
Desviación típica	2,65	1,80	2,21	1,94	2,16	2,19	2,45	2,06	2,47	2,11	2,34	2,06

Tabla 6c

Radio y televisión públicas y percepción del pluralismo. Por edades

	Realidad política						Independencia del Gobierno					
	Edad						Edad					
	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
0 nada	9,8	3,1	8,5	6,1	12,1	6,5	10,8	17,1	17,4	16,8	16,0	6,3
1	---	1,3	3,5	5,4	1,1	0,6	0,5	1,4	7,0	7,1	5,8	2,9
2	7,1	6,8	7,6	7,8	5,6	2,7	7,3	7,2	11,3	12,7	10,8	9,6
3	24,4	11,7	8,3	8,1	12,1	6,1	13,6	6,4	9,7	11,0	9,2	5,0
4	7,8	17,7	17,6	19,4	14,2	3,2	2,5	13,5	13,9	13,3	10,2	7,0
5	12,5	16,0	16,3	14,3	12,4	9,1	22,3	23,0	10,5	13,1	14,3	7,2
6	13,5	14,0	9,3	14,2	9,6	5,9	14,1	10,4	5,2	3,3	6,7	2,4
7	2,9	8,1	5,4	5,6	5,5	7,3	1,0	2,2	4,7	2,6	4,2	3,1
8	1,5	3,6	4,6	1,5	5,2	7,2	0,8	1,2	3,9	3,1	2,2	3,6
9	---	0,2	1,3	1,2	0,3	2,5	0,7	0,3	---	1,2	0,1	0,6
10 mucho	0,6	0,7	2,4	1,1	1,2	0,1	---	1,1	1,0	1,5	0,5	0,5
No lo sabe	18,5	12,3	8,7	11,3	14,7	39,3	25,9	13,3	12,1	12,9	18,3	41,8
No responde	1,3	4,6	6,5	4,0	5,9	9,4	0,6	3,0	3,1	1,5	1,6	9,8
Media	3,75	4,56	4,26	4,16	4,03	4,90	3,83	3,64	3,22	3,18	3,26	3,66
Desviación típica	2,07	1,92	2,41	2,17	2,44	2,68	2,13	2,35	2,47	2,47	2,38	2,50

Tabla 7

Radio y televisión públicas. Condiciones de competencia con el sector privado

	Total	Sexo		Edad					
		Hombre	Mujer	16-17	18-24	25-34	35-49	50-64	+ 64
Mejor	15,0	15,2	14,7	8,5	12,5	19,8	21,1	12,2	8,0
Igual	28,1	29,8	26,5	25,2	33,1	27,5	26,5	30,8	25,2
Peor	21,3	25,9	17,0	22,4	30,6	22,2	21,2	25,7	9,5
No lo sabe	31,7	25,8	37,2	42,5	17,0	27,4	29,2	30,3	48,7
No responde	3,9	3,2	4,6	1,3	6,9	3,0	2,0	1,0	8,6

a la hora de competir en el mercado audiovisual (11). En este aspecto hay diferencias significativas, tal como se puede observar en la tabla 7, tanto por franjas de edad como entre hombres y mujeres.

En términos generales, se puede interpretar que la pregunta plantea algunas dificultades, ya sea de comprensión o en el enunciado, porque en otros aspectos hay una opinión formada sobre la radio y la televisión públicas y privadas.

Por ejemplo, la encuesta permite comparar la percepción sobre los medios en lo que concierne a la "presencia de políticos", en la cual corresponde una media de 2,37 en los públicos y 2,31 en los privados. En concreto y respectivamente, un 42,2% y un 37,3% de los encuestados encuentran que hay "mucho" presencia; también resulta significativo, sin embargo, que un tercio largo (36,3% y 35,2%) la valora como "adecuada".

En una línea parecida, que tiende más pronto a la aceptación o a la aprobación de la situación de hecho, el 37,3% de los encuestados opina que la información sobre cuestiones políticas a los medios públicos es "adecuada"¹², seguido, ciertamente, del 34,4% que considera que es "mucho" (13).

Asimismo, la encuesta también recoge una valoración sobre los informativos y distintas emisoras de radio y televisión --que aunque en las preguntas concretas no se identifiquen así, son públicas y privadas--. La tabla 8 ofrece una comparación, tanto en términos de la valoración de los informativos en general como de la credibilidad en particular.

Una primera lectura de la tabla 8, y especialmente si sólo atendemos a las medias, puede sugerir que al menos hay un grado de satisfacción suficiente en relación con los informativos de los distintos canales, ya que en todos los

casos la cifra supera el 5. Siguiendo el símil con las calificaciones escolares, la valoración para Cataluña Radio, TV3 (medios públicos) y Ser/Ràdio Barcelona (privado) prácticamente es de notable.

Todavía en este nivel, la radio aparece mejor valorada que no la televisión. Con todo, hay que precisar que, en general, la media de las emisoras de televisión es el resultado de un número mucho más alto de respuestas.

Para complementar la imagen sobre la percepción general de los distintos canales, la encuesta de opinión presenta también una valoración general de las diferentes emisoras de televisión y de radio, tal como se recoge en la tabla 9. De nuevo, hay que observar aquí como la valoración más alta en el caso de la radio se corresponde también con un número mucho más bajo de respuestas¹⁴, así como las primeras posiciones para las emisoras de la Corporación Catalana de Radio y Televisión (ahora con Canal 33 incluido) y para Ser / R. Barcelona.

Aunque no se analicen en detalle las particularidades o diferencias por sectores, vale la pena remarcar que, entre las veinte cadenas o emisoras de radio o de televisión, las mujeres hacen una valoración más alta que los hombres en 18 casos: las dos excepciones son COMRàdio y RAC 1.

La encuesta profundiza todavía en la percepción de la televisión y, en particular, sobre la correlación que se establece entre los distintos tipos de programas y las emisoras. En esta línea, la tabla 10, aunque no es exhaustiva en el sentido de que no reúne todos los tipos de programas, ilustra la tendencia a vincular unos contenidos con un tipo de programación.

Desde otra perspectiva, las cifras de audiencia de televisión correspondientes al mes en que se realizó la encuesta (febrero de 2001) confirman la posición central de TV3, que ocupó la primera posición con un 23% de cuota de

Tabla 8. Informativos de televisión y radio (media/porcentaje de respuestas)

Valoración general			Credibilidad		
- Catalunya Ràdio	7,39	31,2%	- Catalunya Ràdio	7,12	28,6%
- TV3	7,10	75,1%	* Ser / R.Barcelona	6,86	20%
* Ser /R.Barcelona	6,91	21,8%	- TV3	6,77	70,4%
* Onda Cero/Orambla	6,68	16%	* Onda Cero /ORambla	6,65	14,7%
* Tele 5	6,59	69,8%	* Canal Plus	6,60	22,2%
Ràdio local	6,59	6,9%	* Ona Catalana	6,50	9,8%
* Canal Plus	6,57	21,4%	* Tele 5	6,40	64,6%
* Ona Catalana	6,49	9%	- Canal 33	6,23	43,3%
- TV2	6,43	56,7%	Ràdio local	6,31	6,7%
- RNE	6,34	11,9%	- Com Ràdio	6,13	8%
- Canal 33	6,32	41,9%	- TV2	6,11	54,3%
- COMRàdio	6,31	7,7%	TV Local	6,08	8,9%
- Ràdio 4	6,29	4,7%	- RNE	6,05	11,3%
* Antena 3	6,28	68,7%	* Antena 3	6,03	63,5%
TV Local	6,02	7,5%	* Cope	5,82	12,7%
- TVE 1	5,96	70%	- TVE 1	5,64	67,2%
* Cope	5,87	13,8%	* Ràdio 4	5,51	4,7%

En cursiva, emisoras de radio. - medios públicos. * medios privados

Tabla 9. Valoración general de emisoras de televisión y de radio (media/% respuestas)

Televisión			Radio		
* Vía Digital	7,29	4,5%	- Catalunya Ràdio	7,43	36,7%
* Canal Satélite Digital	7,17	8,8%	* Ser / Ràdio Barcelona	6,96	27,7%
- TV3	6,83	88,2%	* Onda Cero/Onda Rambla	6,74	20,5%
* Canal Plus	6,80	32,9%	Ràdio local	6,59	9,2%
- Canal 33	6,44	75,7%	* RAC	16,44	7,4%
- TV2	6,09	79,9%	- COMRàdio	6,42	10,6%
* Tele 5	6,05	87,2%	* Ona Catalana	6,12	11,3%
* Antena 3	6,01	85,9%	- Ràdio 4	5,82	5,2%
Televisió local	5,65	10,3%	- RNE	5,81	16,1%
- TV1	5,33	86%	* Cope	5,74	19,6%

Tabla 10. Televisión: Tipo de programas y canal donde se miran (en porcentaje, tres primeros)

Informativos		Cine		R. deportivas		Deportes		Magazins	
TV3	57,3	Tele 5	51,4	TV3	49,6	No la ven	48,2	No la ven	55,3
Tele 5	39,7	TV3	47,8	TVE1	27,9	TV3	31,2	Antena 3	22,2
TVE 1	34,4	Antena3	47,0	No la ven	38,3	Canal 33	22,0	Tele 5	17,8

(Un mismo tipo de programa es, o puede ser, mirado en más de un canal.)

pantalla, seguida de Tele 5 (19%), Antena 3 (19,6%) y TVE 1 (18,7%). Dos retransmisiones de partidos de fútbol --aunque un 38,3% de individuos declaraban en la encuesta que no veían retransmisiones deportivas, pero también en correspondencia con el 50,1 que en otra pregunta de la misma encuesta decían que les interesaba la programación deportiva en televisión --y un capítulo de la serie Veterinarios se situaron, por este orden, en las tres primeras posiciones superando el millón de espectadores.

4. Síntesis y reflexión final

En síntesis, y muy a grandes rasgos, tal y como se ha argumentado, la lectura de los datos de la encuesta de opinión dibuja un panorama marcado por:

Un consenso social muy amplio a favor de la radiotelevisión pública, con un ligero debilitamiento en el sector de edad más joven (16-17 años), de las personas de más de 64 años y entre los individuos de municipios entre 50.001 y 500.000 habitantes.

Un conocimiento social relativo de la vinculación entre las emisoras de radiotelevisión pública y las administraciones correspondientes, significativamente menor en el caso de la radio.

Una posición mayoritaria a favor de la financiación mixta de la radiotelevisión pública mediante publicidad y "dinero público" no procedente de un impuesto específico.

Una opinión bastante formada --sin embargo con un significativo 20% que no lo sabe-- sobre una dependencia excesiva de los medios públicos para con los gobiernos.

Una valoración en la gama media-baja y decreciente en lo que concierne a la capacidad de los medios públicos de radio y televisión para reflejar la realidad cultural, la realidad social, las diversas zonas de Cataluña, la pluralidad y la realidad política.

No hay correspondencia directa entre esta percepción y la de los expertos consultados por el CAC.

Las mujeres, los más jóvenes y los más grandes tienden a percibir los medios públicos más plurales.

No se define una imagen nítida en términos generales de los medios públicos (radio y televisión) en comparación con los privados.

Son considerados de forma bastante similar en lo que concierne a la presencia de los políticos y también en la valoración general de los informativos y la credibilidad.

Catalunya Ràdio y TV3 (públicas) son los medios de comunicación mejor valorados.

No pueden extraerse conclusiones sobre los medios locales que se identifican como "televisión local" o "radio local" sin especificar si se trata de emisoras públicas, privadas o incluyendo los dos tipos.

Hay que entender que esta encuesta proporciona una primera aproximación a la percepción de los medios públicos en general y del pluralismo en particular. Al tratarse de un estudio puntual, hay que considerar los resultados como unos primeros indicadores que, eventualmente y en el caso de que esta línea tenga continuidad, podrán evolucionar y definir algunas tendencias.

No obstante, estos primeros resultados aportan, por primera vez en Cataluña, una luz diferente a la que proyectan habitualmente los de audiencia. Efectivamente, la información sobre la audiencia de los medios de comunicación puede considerarse un indicador sobre la percepción que los individuos tienen: más o menos positiva o más o menos orientada a unos programas o a otros en función de los consumos. Se trata, sin embargo, de un indicador que considera en realidad los individuos como consumidores, de acuerdo con la lógica de la publicidad, que es el estímulo de los estudios sobre este ámbito. La iniciativa del CAC de encargar un estudio de opinión --a pesar de las limitacio-

nes que pueden señalarse de las encuestas de opinión-- representa un paso para estudiar la percepción de los individuos sobre los medios entendiéndolos o considerándolos más como ciudadanos, de acuerdo con la lógica asociada al organismo regulador.

Notes

1 Véase el *Informe relativo al pluralismo informativo de los medios de comunicación de radio y televisión* que se presentó en el Parlamento el 14 de junio de 2001 (*Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, núm. 200, 21 de junio de 2001).

2 Encuesta realizada por el Instituto Opina a 1.600 personas en Cataluña (400 en cada provincia) mediante entrevista telefónica. El universo de análisis era la población mayor de 16 años y residente en hogares con teléfono. El margen de error es de $\pm 2,45\%$ por un margen de confianza del 95% y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$). La muestra se diseñó de manera que el margen de error para cada una de las cuatro provincias fuera de $\pm 4,90\%$ por un margen de confianza del 95% y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$).

3 Para interpretar estas cifras también hace falta tener en cuenta que en esta franja de edad hay el menor número de respuestas: 51.

4 En concreto, la pregunta decía: "De qué Administración pública cree Usted que dependen los medios de comunicación que le diré a continuación: TV1, TV2, TV3, Canal 33, Televisión de Barcelona, RNE, Cataluña Radio y COMRàdio." La respuesta permitía cuatro opciones: la Administración central, la autonómica, la local o No lo sabe/No contesta.

5 En televisión, esta cifra se obtiene a partir de las respuestas a la pregunta: "¿Cuál o qué canales de televisión acostumbra usted a ver?", sumando los porcentajes siguientes: no mira la televisión, 1,1%; no lo sabe, 1% y no responde 0,2%; el resto --es decir, 97,7%-- declara que mira alguno o algunos canales. En radio, a la pregunta: "¿Cuál o qué cadenas radiofónicas acostumbra usted a escuchar?", un 17,9% dice que no lo sabe y un 19,6% no responde; el resto (62,5%) identifica alguna o algunas emisoras.

6 COMRàdio se define como "la radio pública" impulsada por el Consorcio de la Comunicación Local (CCL), que a su vez está integrado "por la Diputación de Barcelona y un centenar de municipios, entre los cuales se cuenta el Ayuntamiento de Barcelona" (<http://comradio.com>, [Consulta: noviembre de 2001]. El CCL también cuenta con la iniciativa COM Emisores (<http://www.comemissores.com>), que reúne a un centenar de emisoras municipales de radio.

7 En España, el canon sobre uso y tenencia de receptores se eliminó en el año 1966.

8 Véase el *Boletín Oficial del Parlamento de Cataluña*, núm. 200, pág. 5. De forma más amplia, véanse las reflexiones sobre el concepto 'pluralismo' en los apartados 1 y 2 del *Informe* (pág. 3-5).

9 Como contraste, vale la pena recordar que los expertos consultados por el CAC para la elaboración del *Informe* tenían una posición más crítica: "La representación deficitaria del territorio es entendida, por unanimidad, como la asignatura pendiente de todos los medios de comunicación y factor determinante que acentúa las carencias pluralistas de los medios de comunicación" (pág. 11).

10 "¿En qué medida cree usted que los medios de comunicación públicos son plurales? (0 = nada plurales; 10 = muy plurales)".

11 El enunciado de la pregunta era: "¿Cree Usted que los medios de comunicación públicos están en mejor, igual o peor condición que los privados a la hora de competir en el mercado audiovisual?".

12 Hay que hacer notar algunas diferencias apreciables entre franjas de edad: el 51,1% de los jóvenes de 16-17 años, el 32,3% de 18 a 24, y el 44,1% de los individuos de 25 a 34.

13 Al comparar explícitamente medios públicos y privados en estas cuestiones de representación política, puede entenderse que la encuesta participa en cierta forma de la tendencia a (casi) igualar pluralismo y representación política. En este sentido, en las conclusiones (pág. 10 y siguientes) de las entrevistas con expertos y representantes de colectivos sociales, el Informe dice textualmente: "Es generalizada la percepción de que los medios audiovisuales de Cataluña son poco plurales y que hay una tendencia excesiva a asociar, consciente o inconscientemente, el pluralismo con la representación política" (pág. 11).