Un creciente interés académico, político y empresarial por las ayudas a la prensa

POR **ISABEL FERNÁNDEZ ALONSO Y MIQUEL DE MORAGAS SPÀ**

Els ajuts d´Estat a la premsa a l´Europa Occidental. Anàlisi comparada de les polítiques de 17 països

Este Dossier está dedicado a un tema ?las ayudas a la prensa? que en los últimos años no ha despertado un especial interés entre los estudiosos de las políticas de comunicación del entorno europeo mediterráneo, mucho más volcados hacia las políticas audiovisuales en el contexto de la transición digital. Si bien se ha de matizar que no ha sucedido lo mismo en el ámbito centroeuropeo y escandinavo, donde diversos autores (Murschetz, 1998; Picard & Grönlund, 2003; Skogerbø, 1997) han realizado investigaciones sobre esta temática, a veces cotejando diversas experiencias nacionales.

Pese a ello, los dos únicos estudios comparados a escala europea sobre las subvenciones a publicaciones periódicas se han llevado a cabo en la Universitat Autònoma de Barcelona, con más de tres lustros de margen entre uno y otro. Así, en 1990, Rosario de Mateo publicaba un trabajo titulado , editado por el hoy extinto Centre d´Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Cataluña. Y en 2006 un equipo de investigadores del Institut de la Comunicació de esta misma universidad (InCom-UAB) ?Isabel Fernández Alonso, Miquel de Moragas, José Joaquín Blasco y Núria Almiron? coordinaba un nuevo libro, con versiones en catalán e inglés (*Ajuts a la premsa a Europa* / *Press subsidies in Europe*), que recoge las aportaciones de los diferentes ponentes que intervinieron en el simposio internacional ?Ayudas a la prensa en Europa. Desarrollo, pluralismo y transparencia?, celebrado en Barcelona en junio del mismo año 2006 (1). Entre ellas, un nuevo estudio comparado sobre la situación de las subvenciones a las publicaciones periódicas en buena parte del continente.

Fundación Telefónica

Este encuentro fue promovido por el primer Gobierno tripartito catalán, que tenía entre sus prioridades la reforma del modelo de ayudas a la prensa que habían estado aplicando durante el periodo democrático los diferentes ejecutivos de Convergència i Unió y que, a tal fin, había encargado al InCom-UAB el referido estudio comparado.

Las ayudas públicas (regladas) a la prensa se generalizan en Europa Occidental ?inspiradas en la teoría sociopolítica de la responsabilidad social de los medios? a finales de los años sesenta y principios de los setenta, en el contexto de la fuerte crisis económica de aquellos años. Estas ayudas, que actualmente siguen vigentes en buena parte de los Estados del ámbito occidental europeo, pueden revestir formas muy variadas, pero normalmente se habla (tanto en el ámbito académico como en el político y en el empresarial) de ayudas directas e indirectas. Las primeras están orientadas a publicaciones concretas y persiguen unos objetivos claramente definidos (por ejemplo: ayudas a la reconversión tecnológica, a la distribución de la prensa en el extranjero, a la creación de nuevas cabeceras, etc.), mientras que las ayudas indirectas ?las únicas vigentes en los sistemas de medios liberales? serían las destinadas a la industria en general, buscando, por tanto, el impulso de la prensa en su conjunto (es el caso del IVA reducido, las tarifas postales o telefónicas preferenciales o las destinadas a las agencias de noticias, con la consiguiente reducción del coste de los servicios que ofrecen).

En este Dossier se pretende abordar el tema de las ayudas a la prensa desde una perspectiva actual y considerando el parecer de todas las partes implicadas, pero sin dejar de lado la dimensión histórica. Esta última corre a cargo de Peter Humphreys, un experto en políticas de medios en Europa (2) que analiza el origen y los principales rasgos de las políticas europeas de subvenciones a las publicaciones periódicas en el último cuarto del pasado siglo.

Junto al texto de Humphreys, más teórico, aparecen dos artículos que realizan sendos análisis comparados sobre la situación actual de las ayudas a la prensa en Europa y España respectivamente. El primero («Las ayudas a la prensa en Europa en 2007. Los casos de Austria, Finlandia, Francia, Noruega y Suecia») es una revisión y actualización del estudio que Isabel Fernández Alonso y José Joaquín Blasco Gil presentaron en el simposio celebrado en Barcelona en junio de 2006 y que fue publicado en los mencionados libros de la colección Lexikon, que gestiona la Direcció General de Difusió Corporativa de la Generalitat de Catalunya. Mientras que el segundo analiza los casos de los nueve gobiernos autonómicos que han optado por impulsar algún tipo ayudas directas a la prensa en España en los años 2000.

Los «puntos de vista» que se han seleccionado para este Dossier se centran en la posición de la Unión Europea con respecto a esta materia (a cargo de Josep Maria de Dios, experto en Derecho Internacional Privado), la posición de las asociaciones empresariales (a cargo de Núria Almiron, autora de numerosos trabajos académicos y periodísticos sobre las relaciones entre el poder económico y los grupos de comunicación), las tendencias del mercado de la prensa en Europa (a cargo de Alfonso Sánchez Tabernero, autor de diversos estudios comparados sobre concentración de medios en Europa) y el modo en que se plantea el intervencionismo estatal en la prensa en los diferentes sistemas de medios (a cargo de Daniel Hallin, coautor junto a Paolo Mancini del libro *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, que acaba de ser publicado en español por la editorial Hacer).

Fundación Telefónica
Telefónica

Se había previsto un texto sobre cómo vincular ayudas a la prensa y reparto de la publicidad institucional, que gustosamente había aceptado elaborar Daniel E. Jones, pero su repentino fallecimiento nos ha privado de la que, sin duda, habría sido una sugerente reflexión sobre una cuestión que no deberían dejar de lado los políticos cuando diseñan sus estrategias de apoyo a los medios en general. De hecho, el volumen presupuestario que se destina a los anuncios que generan las administraciones es de tal magnitud que quizás los gobiernos deberían plantearse destinar ciertas ayudas directas únicamente a los periódicos (y demás medios) que no disfrutan de ingresos ?o sólo de beneficios nimios? derivados de la publicidad que genera el sector público. El problema se agrava, además, porque el reparto de la publicidad institucional ?al menos en España? no está sujeto a ningún tipo de control. Las únicas regulaciones que existen se preocupan esencialmente por trazar una línea lo más nítida posible entre publicidad institucional y propaganda política.

También cabría reflexionar sobre fórmulas de financiación no regladas ?sería, por ejemplo, el caso de las suscripciones en bloque a periódicos que realizan algunas administraciones?, pero ésta es una tarea muy difícil de abordar académicamente porque, lógicamente, no existen datos fiables al respecto.

En todo caso, nos encontramos ante una temática que ?como reza el título de esta introducción? está despertando un interés creciente en los sectores académico, político y empresarial, en un contexto de crisis general en la difusión y lectura de prensa diaria debida en buena parte al auge de Internet y de los medios gratuitos.

Muestra de este interés es que en poco más de un año se han celebrado en Europa dos encuentros que han reunido a los tres sectores mencionados: el referido simposio de Barcelona y un segundo, que tuvo lugar en La Haya en octubre de 2007, impulsado por *The Netherlands Press Found* (3). A la vez, el debate se ha extendido a otros continentes, como lo prueba el texto que publicaba Bree Nordenson en la *Columbia Journalism Review* («The Uncle Sam Solution. Can the government help the press? Should it?») en su número de septiembre/octubre de 2007 y el hecho de que la *Korea Commission for the Press* haya optado por editar en coreano una parte de las actas del simposio de Barcelona.

Bibliografía

Fernández Alonso, I. et al. (eds.) (2006a). *Ajuts a la premsa a Europa*. Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.

Fernández Alonso, I. et al. (eds.) (2006b). *Press Subsidies in Europe.* Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.

Mateo, R. de (1990). *Els ajuts d´Estat a la premsa a l´Europa Occidental. Anàlisi comparada de les politiquees de 17 països*. Barcelona: Centre d´Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Fundación Telefónica
Telefónica

Murschetz, P. (1998). State support for the daily press in Europe: a critical appraisal. *European Journal of Communication*, No. 3, vol. 13, pp. 291-313.

Picard, R. G. & Gröndlund, M. (2003). Development and Effects of Finnish Press Subsidies. *Journalism Studies*, No. 1, vol. 4, pp. 105-119.

Skogerbø, E. (1997). The press subsidy system in Norway. *European Journal of Communication*, No. 1, vol. 12, pp. 99-118.

Fundación Telefónica
Telefónica