

Año 3 (2012) | artículo nº 6-31 | ISSN: 1989-8681 | Creative Commons | Págs 101-120

Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco

Alfonso de la Quintana y Carlos Oliva

Universidad Rey Juan Carlos, de Madrid



Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco

Subsidies to the press in Spain: political and business synergies in Andalusia, Catalonia, Galicia and the Basque Country

Dr. Alfonso de la Quintana

Profesor Titular interino de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), de Madrid

alfonso.delaquintana@urjc.es

Dr. Carlos Oliva Marañón

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), de Madrid

carlos.oliva.maranon@urjc.es

Resumen

Las subvenciones a la prensa de los distintos Gobiernos en España es una necesidad no exenta de polémica por el control que se ejerce sobre ella. Su génesis se remonta a los años 60 y 70 y perviven en toda Europa sustentadas mediante el fomento del pluralismo. El objetivo de esta investigación es realizar un análisis contrastivo entre la Ley de Ayudas del Estado a la Prensa de 1984, y la legislación autonómica de Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco. Los resultados confirman el fortalecimiento de las publicaciones en las lenguas propias de las Comunidades Autónomas bilingües; el otorgamiento de estas contribuciones monetarias en exclusiva por parte de los Gobiernos autonómicos; el auge del patrocinio mediante la publicidad institucional insertada en las publicaciones periódicas de las Comunidades Autónomas; así como la concesión de ayudas financieras a medios minoritarios y la creciente valoración de proyectos de investigación periodística.

Abstract

The subsidies to the press of the various governments in Spain is a need not without controversy by the control exercised over it. Its genesis goes back to the 60 and 70 and live on in Europe supported by promoting pluralism. The objective of this research is to conduct a contrastive analysis between the State Aid Act on the Press 1984, and regional legislation in Andalusia, Catalonia, Galicia and the Basque Country. The results confirm the strengthening of the publications in the languages of the bilingual Autonomous Communities, the granting of these monetary contributions exclusively by regional governments, the rise of corporate sponsorship through advertising inserted in the journals

of the Autonomous Communities as well as the financial aid to minority media and the growing appreciation of investigative journalism projects.

Palabras clave: Prensa; Subvenciones; Políticas de Comunicación; Comunidades Autónomas; España.

Keywords: Press; Subsidies; Policy Communication; Autonomous Communities; Spain.

Sumario: 1.Introducción. 2. Objetivos y metodología. 3. Subvenciones estatales a la prensa. 4. Ciudadanía y Derecho a la Información. 5. Ayudas a la prensa en las Comunidades Autónomas. 5.1. Andalucía. 5.2. Cataluña. 5.3. Galicia. 5.4. País Vasco. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas. 8. Notas.

Contents: 1. Introduction. 2. Objectives and methodology. 3. Government subsidies to the press 4. Citizenship and Right to Information 5. Subsidies to the press in the Autonomous Communities. 5.1. Andalusia. 5.2. Catalonia. 5.3. Galicia. 5.4. The Basque Country. 6. Results. 7. Bibliographic reference. 8. Notes.

1. Introducción

Las ayudas del Estado a los medios de comunicación siempre han generado controversia desde los distintos ámbitos de la Sociedad de la Información. Desde antaño, las subvenciones a la prensa han tenido defensores y detractores. Los primeros, porque las han considerado como una exigencia para la persistencia de la información; los segundos, porque las han calificado como una corrupción del desarrollo informativo, auspiciado por el Gobierno que ostente el poder.

Hoy más que nunca la existencia de ayudas por parte de los Estados está muy presente. Son muchas las medidas que los dirigentes políticos están implantando durante la actual crisis económica. Entre ellas, las ayudas a determinados sectores de la producción para intentar el despegue económico. Un ejemplo ha sido el que se ha llevado a cabo con las ayudas a la compra de vehículos durante el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, una idea análoga auspiciada en Estados Unidos. También han sido muy significativas las ayudas de los distintos Gobiernos de España a las entidades bancarias para su saneamiento, aunque aún es pronto para evaluar sus consecuencias.

Sin embargo, ninguna de estas iniciativas se traduce en ayudas destinadas a los medios de comunicación, por lo que se podría inferir que esta falta de subvenciones es un ratio de la grave situación económica actual. Este problema ha de solucionarse con una Ley que sea aprobada por todos y que contemple siempre la no injerencia del Gobierno en las empresas informativas, así como fomentar la pluralidad.

En este sentido, se establecen dos paradigmas contrapuestos. Por un lado, el liberalismo, en el que el mercado informativo determina que únicamente sobrevivan los medios líderes; por otro, el proteccionismo, en el que el Estado regula el panorama informativo de los

medios y determina tanto su número como su afinidad. Una ley tan pulcra no podría tener a todas las partes satisfechas, con lo que su posible existencia será inviable.

- *La Proteccionista.* Es propia de países en vías de desarrollo y de los antiguos países del Este. En estos países, el Estado debe asumir los gastos de muchas empresas con el único objetivo de mantener los puestos de trabajo y la economía de la autarquía. En otros, se ha llegado a basar su intervención en la función social, ya que los empresarios no invertían en esos sectores: sería el caso de determinadas líneas de transportes, o el correo estatal en los que no hay rentabilidad de esa actividad. Pero, de no existir, las demás no se podrían realizar. Un claro ejemplo sería el servicio de correos, que en muchos de estos países tiene un alto coste económico, pero sin el que no puede existir actividad empresarial. Por eso, el Estado lo asume y de esta forma ayuda a otras empresas a subsistir.

En el sector de la prensa en estos países se da la intervención por: “El aumento acelerado e imparable de los costes, el escaso incremento de la difusión, la competencia creciente de otros medios informativos, deficiente gestión empresarial, el progresivo desfase entre el aumento de ingresos por ventas y de los costes” (Tallón, 2006: 250).

- *La Liberal.* Es el modelo más difundido en los Estados Unidos promulgado por la escuela económica neoliberal. Se basa en que la ley de la oferta y la demanda es la que debe de regir la vida económica de la empresarial. En definitiva, hay empresas si hay negocio, mientras que la función social es secundaria.

También, la intervención del Estado en las empresas es un peligro, ya que puede vivir de un modo ficticio. Incluso se puede primar la mala gestión empresarial. Un ejemplo de empresa periodística protegida sería la del desaparecido diario *Pravda*, fundado por Lenin en la antigua Unión Soviética, que llegó a publicar 13 millones de ejemplares. Pero cuando se abre la Unión Soviética a la libertad de mercados, sus actuales propietarios, unos editores griegos, lo cierran alegando la falta de disciplina de sus trabajadores y su alto nivel de alcoholemia. Curiosamente, los periodistas estaban acostumbrados a recibir primas por cada información publicada, un ejemplo de fomento de independencia.

Este periódico, fundado en 1912, no superó en su última etapa unas decenas de miles de ejemplares vendidos, que iban dirigidos a los comunistas nostálgicos. Este diario, que fue capaz de soportar 12 cierres durante la etapa zarista, no pudo superar la libre competencia. Posteriormente, el Gobierno de Yeltsin subvencionó un 30% el coste del papel a los periódicos seleccionados por el Ministerio de Información ruso. El *Pravda* fue un ejemplo de cómo un Gobierno puede desbancar un medio de comunicación mediante las ayudas a este sector. Todo lo contrario de lo que debería ser.

La última Ley de Ayudas a la Prensa en España está claramente influenciada por la normativa francesa. Para el Gobierno Francés, suponía un problema ayudar a los medios de comunicación al temer las consecuencias. Por ello, encargó la realización de varios informes (Tallón, 1992: 253):

- *Serisé*, julio de 1972. Aporta conclusiones como las siguientes:

“La principal razón de la ayuda del Estado a la prensa es de orden político, en su sentido más noble. Se trata de favorecer la existencia de diarios que representen diversas corrientes de opinión y les permitan participar en la vida pública. Si el objeto de la ayuda es la comunicación del pensamiento a través de los periódicos, y si el beneficiario final es el lector, el adjudicatario inmediato de la subvención es casi necesariamente la empresa periodística, a cuya costa se hace posible que el lector pueda adquirir un diario a un precio inferior al de coste, o bien le permita mejorar su contenido”.

- *Drancourt*, febrero de 1974. Sus conclusiones son más pragmáticas que su predecesor:

“El fin de la ayuda no debe de ser cubrir las deficiencias de la gestión empresarial, sino garantizar el Derecho a la Información y la libertad de expresión de todos los ciudadanos”. La subvención debe de responder a dos exigencias:

- Asegurar la libertad de expresión y mantener la pluralidad de los órganos de prensa.
- Promover los medios materiales y la aplicación de técnicas y métodos modernos a la empresa periodística en todos los niveles para garantizar su futuro, así como potenciar el desarrollo de la comunicación audiovisual.

El Informe Drancourt del año 1974 es el que más ha inspirado el caso español. Este informe francés promulga que el Estado no debe de cubrir la mala gestión empresarial, y que la función de las ayudas del Estado a la Prensa es la de garantizar el Derecho a la Información y la libertad de expresión.

Hay que señalar que si el Estado, cada vez que naciera una nueva tecnología que amenazase a los periódicos tuviera que establecer una ayuda, además de ser muy costoso por la continua revolución tecnológica, sería un agravio comparativo para las demás empresas y medios de comunicación.

- *Vedel*, de 1979. En él se afirma:

“Una ayuda específica debe de poder ser aceptada no para los periódicos sin lectores, sino para los diarios que, aunque tengan un público, no constituyan técnicamente un soporte interesante para los distribuidores de publicidad”. “No es el Estado el que tiene en sus manos el destino de la prensa francesa: es la propia prensa”.

Después de estas premisas es notorio que el trabajo periodístico constituye una de las profesiones de mayor esfuerzo y compromiso para servir a la Sociedad Civil, a la Sociedad Política y al Estado. El periodista trata de responder a las exigencias de información confiable, seria, responsable en su tratamiento, considerando los valores y la ética que rigen su actividad. Sin embargo, esto no libra de obstáculos al ejercicio informativo. “La visibilidad del hecho informativo, su alcance y sobre todo la imagen de los periodistas que asume un carácter público, despierta un conjunto de intereses cuya intromisión llega a entorpecer las actividades periodísticas, e incluso, a vulnerar los derechos del informador” (Zapata, 2010: 2).

2. Objetivos y metodología

El objetivo de esta investigación es proporcionar una visión general del desarrollo histórico y del funcionamiento de los sistemas de subvenciones a la prensa en las Comunidades Autónomas de España con lengua cooficial, es decir, basándose en criterios lingüísticos, pero también en otras Autonomías en las que se conceden para el fomento de la lectura o el auge del periodismo especializado.

Se han consultado los Boletines Oficiales de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco para verificar que las subvenciones concedidas a la prensa responden a seis premisas básicas:

- El fortalecimiento de las ayudas a publicaciones periódicas publicadas en las lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas de Cataluña, Galicia y El País Vasco.
- El fomento de la lectura.
- El auge del periodismo especializado.
- La diversidad de subvenciones según corresponda a publicaciones de pago o gratuitas.
- La periodicidad de las publicaciones periódicas (diaria, semanal, quincenal y mensual).
- La cobertura de las publicaciones (local, nacional).

3. Subvenciones estatales a la prensa

Las ayudas del Estado a la prensa existieron en España durante los años setenta y ochenta del pasado siglo con los Gobiernos de Unión de Centro Democrático (UCD) y del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) (Blasco Gil, 2008: 95-103). En una primera etapa, hasta 1983, las ayudas tenían un marcado carácter discrecional (Fernández y Santana, 2000: 70-71) y se llegaron a repartir el equivalente a cuatro millones de euros. Más tarde, la Ley 29/1984, reguladora de la concesión de ayudas a empresas periodísticas y agencias informativas estableció un modelo reglado de ayudas directas e indirectas al sector, inmerso todavía en la crisis de los setenta, con plantillas sobredimensionadas, altos costes de producción, necesitado de una renovación tecnológica, con elevadas deudas con el Estado y en un contexto de muy bajos índices de lectura (Morales, 2006: 106).

Así, las principales modalidades de ayudas directas se otorgaron en concepto de apoyo a la difusión, al consumo de papel prensa nacional y a la reconversión tecnológica (Mateo, 1990). En el año 1988, las autoridades comunitarias advirtieron al Gobierno español de que su ingreso en la Comunidad Europea exigía la supresión de las ayudas al papel prensa de producción nacional porque contravenía la normativa sobre competencia (*El País*, 14 de septiembre de 1988, p. 21). Fue entonces cuando el Gobierno derogó parcialmente la normativa sobre ayudas a la prensa mediante la Ley 37/1988. Pero el Ejecutivo fue más allá de las demandas comunitarias y suprimió todas las modalidades de ayudas directas existentes entonces –excepto, obviamente, la publicidad institucional, basándose en la

mejoría económica del sector, que había alcanzado incrementos notables de los beneficios, de la inversión publicitaria y de la difusión (Fernández y Blasco, 2006).

Posteriormente, a través de la Ley 31/1990, se suprimió la mayoría de las ayudas indirectas, de forma que en 2007, en España, únicamente pervivían las relativas al franqueo postal, que tienen una mínima repercusión porque la mayoría de las empresas cuenta con su propia distribuidora, y un IVA del 4% sobre la venta al número. Según la Secretaría de Estado de Comunicación, a principios de los años 2000 “los Presupuestos Generales del Estado no consideran la asignación de ninguna partida destinada a ayudas a empresas periodísticas ni a agencias informativas” y han dejado esta actividad en manos de los Gobiernos de las Comunidades Autónomas, “que tienen atribuida esta facultad en la medida en que posibiliten la promoción de su realidad lingüística, es decir, el uso y conocimiento de su idioma propio” (Morales, 2006: 105).

Cabe matizar, no obstante, estas dos afirmaciones. Por una parte, el Ministerio de Cultura concede anualmente subvenciones a revistas de temática cultural. Por otra parte, si bien es cierto que las Comunidades Autónomas concentran las subvenciones a la prensa en España, es importante destacar que, aunque la mayoría se justifican por razones lingüísticas, también existen subsidios en comunidades sin lengua propia, así como ayudas que no se conceden por motivos lingüísticos en comunidades que cuentan con dos lenguas cooficiales.

En opinión del profesor Justino Sinova (1999: 240), “a lo largo de la historia de los medios las ayudas que la Administración ha prestado forman una larga relación”. Las ayudas públicas son las que se han conocido en los ámbitos empresariales, divididas en directas e indirectas:

- *Ayudas directas*, que suponen un ingreso monetario en la empresa, realizado gratuitamente por el Estado, sin contraprestación. Entre ellas, se encuentran:
 - Subvención para adquisición de papel-prensa u otros productos.
 - Subvenciones para renovación tecnológica.
 - Subvenciones para nuevos productos o nuevas actividades.
 - Subvención por ejemplares difundidos, taquillajes, etc.
 - Subvención por difusión en el extranjero.
 - Subvención por participación en objetivos políticos, campañas, etc.
- *Ayudas indirectas*, cuando el beneficio de la ayuda no lo recibe directamente la empresa periodística, o cuando el Estado deja de percibir un ingreso que corresponde hacer a la empresa:
 - Reducción o exoneración de impuestos.
 - Reducción de tarifas postales, telegráficas y telefónicas.
 - Créditos oficiales baratos.
 - Subvenciones a fabricantes de papel-prensa.
 - Estímulos económicos a fabricantes de maquinaria de artes gráficas.
 - Beneficios económicos en favor del personal de la empresa periodística.

- Subvenciones a instituciones corporativas de la Prensa.
- Control de los ingresos publicitarios de los medios públicos.
- Reducción de coste de los servicios de agencias informativas públicas.
- Campañas en favor del consumo de medios de comunicación.
- Limitación de difusión de productos extranjeros.

4. Ciudadanía y Derecho a la Información

En la sociedad del siglo XXI todos los ciudadanos necesitan tener un acceso libre, amplio e igualitario a la información, a los datos y a las versiones sobre los diversos acontecimientos que construyen nuestra esfera de lo público. Se trata de tener la posibilidad de conocer las noticias que son prioritarias para que cada ciudadano tenga una mejor comprensión de su mundo social.

Únicamente con una información de calidad es posible una auténtica democracia. Este es un principio fundacional del *Derecho a la Comunicación*, el cual se ha incorporado como un recurso en el desarrollo de la vida democrática contemporánea (Parra, 2010: 2).

El Derecho a la Información es un pilar del Estado de Derecho; no puede haber vigencia del Estado sin él, ya que este a su vez garantiza la libertad de pensamiento. En consecuencia, sin este derecho tampoco podría ejercerse el control ciudadano de la gestión pública. El concepto de la libertad de expresión es la exteriorización de otro derecho fundamental, la libertad de pensamiento, que ya se estableció en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789. En este sentido, 150 años después fue ampliado por la Declaración de las Naciones Unidas con el concepto de libertad de información. Se trata de un derecho fundamental que alcanza no solo a los periodistas o empresarios de la comunicación, sino a toda persona, independientemente de su condición.

El Derecho a la Información garantiza la provisión de datos, el proceso de la investigación para recabarlos y, además, el derecho de la audiencia a no ser engañada por anunciantes o presentadores del medio. En materia periodística, cuando un medio difunde datos señalados como información, pero que distan de serlo realmente, se incurre en la desinformación y en la subinformación (Zapata, 2010: 4). Estos aspectos, así como la exageración o la espectacularización de determinados elementos en la difusión de noticias, pueden atraer la atención masiva de la audiencia.

Por tanto, si a las personas se les niega el acceso a la información, se les impide expresar sus pensamientos o se las priva de su derecho a emitir y conocer opiniones. Así, la manifestación de sus ideas no será libre y se estará así cometiendo una flagrante violación de sus derechos. Respecto al interés público informativo, quedan excluidos todos los temas que son necesarios para el desarrollo de una sociedad civilizada y que de alguna forma y con un criterio objetivo contribuyen a que se haga efectivo el pluralismo político e ideológico.

Además, el sociólogo Georg Simmel (2010: 66-67) afirma:

“La democracia persigue la publicidad como un estado deseable en sí mismo, en virtud de que todos deben conocer los hechos y circunstancias que les conciernen, pues solo así podrán decidir al respecto. Y es a partir de esa diferenciación entre vida privada y pública en que comienza una interesante interacción evolutiva: lo que por su esencia es público y por su contenido interesa a todos, acaba haciéndose cada vez más público externamente, en su forma sociológica; y lo que se refiere solo al yo, a los asuntos centrípetos del individuo, adquiere una formación sociológica cada vez más privada, más apta para permanecer en secreto”.

En consecuencia, “el Derecho a la Información pública es un derecho amigo de la sociedad, de la prensa, de la educación, de la libertad; al tiempo que es un derecho enemigo del control, de la concentración, de la arbitrariedad y de los regímenes autoritarios” (Silva, 2011: 288).

5. Ayudas a la prensa en las Comunidades Autónomas

5.1. Andalucía

La Junta de Andalucía aprobó mediante la Orden de la Consejera de la Presidencia, de 28 de diciembre de 2011, Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA), de 12 de enero de 2012, las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para el fomento de la lectura de la prensa escrita en Andalucía. Posteriormente, a través de la Orden de 8 de febrero de 2012 (BOJA de 15 de febrero), se realizó su convocatoria caracterizada por las siguientes premisas:

- Las subvenciones concedidas tienen una cuantía total máxima de 600.000 euros, limitada por las disponibilidades presupuestarias.
- El porcentaje máximo de la subvención será del 70% con un valor límite de 100.000 euros por beneficiario.
- Los gastos subvencionables comprenderán los relativos a:
 - Retribuciones por elaboración de textos, fotografía, derechos de autoría o similares.
 - Adquisición, producción e impresión de materiales.
 - Medios de apoyo para el desarrollo de actividades concretas.
- Dotación de soportes y recursos informativos a centros y entidades socio-educativos y culturales.
- Se considera gasto realizado el que ha sido efectivamente pagado con anterioridad a la finalización del período de justificación.
- Será compatible con otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos para la misma finalidad procedentes de cualesquiera Administraciones o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales.
- Se incrementará el importe de la subvención concedida con los rendimientos financieros que se generen por los fondos librados.
- Excepcionalmente, la convocatoria de subvenciones podrá fijar, además de la cuantía total máxima dentro de los créditos disponibles, una cuantía adicional cuya

aplicación a la concesión de subvenciones no requerirá de una nueva convocatoria. La fijación y utilización de esta dotación presupuestaria adicional estarán sometidas a las siguientes reglas:

- Sólo resultará admisible la fijación de esta cuantía adicional cuando la dotación necesaria de los créditos a los que resulta imputable no figure en el Presupuesto en el momento de la convocatoria, pero se prevea obtener en cualquier momento anterior a la resolución de concesión por depender de un aumento de los créditos derivado de una generación, una ampliación o una incorporación de crédito.
- La convocatoria deberá hacer constar expresamente que la efectividad de la cuantía adicional queda condicionada a la declaración de disponibilidad del crédito, previa aprobación de la modificación presupuestaria que proceda en un momento anterior, en cualquier caso, a la resolución de concesión de la subvención.
- El importe de las subvenciones en ningún caso podrá ser de tal cuantía que, aisladamente, o en concurrencia con subvenciones o ayudas de otras Administraciones Públicas, o de otros entes públicos o privados, nacionales o internacionales, supere el coste de la actividad a desarrollar por la persona beneficiaria.
- En ningún caso, el coste de adquisición de los gastos subvencionables podrá ser superior al valor de mercado.
- Tampoco serán gastos subvencionables:
 - Los intereses deudores de las cuentas bancarias.
 - Los intereses, recargos y sanciones administrativas y penales.
 - Los gastos de procedimientos judiciales.
- En ningún caso se consideran gastos subvencionables los impuestos indirectos cuando sean susceptibles de recuperación o compensación ni los impuestos personales sobre la renta. No obstante, cuando las subvenciones se financien con fondos provenientes de la Unión Europea deberá regirse por las reglas de subvencionabilidad a lo establecido en la normativa comunitaria y nacional que resulte de aplicación.
- Cuando el importe del gasto subvencionable supere la cuantía de 30.000 euros en el supuesto de coste por ejecución de obra, o de 12.000 euros en el supuesto de suministro de bienes de equipo o prestación de servicios por empresas de consultoría o asistencia técnica, la persona beneficiaria deberá solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores, con carácter previo a la contracción del compromiso para la prestación del servicio o la entrega del bien.

5.2. Cataluña

Los medios de comunicación que utilizan la lengua catalana o aranesa deben enfrentarse diariamente a una desventaja competitiva respecto a los medios de la competencia editados en otros idiomas y, por tanto, con muchas más expectativas de mercado. En este sentido, se considera oportuno establecer una línea de ayudas destinada a las empresas periodísticas y las entidades sin ánimo de lucro para la edición de publicaciones periódicas en soporte de papel en catalán o en aranés (Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya [DOGC], de 2 de junio de 2009).

Así, la Generalitat de Catalunya aprobó, mediante la Orden CMC/276/2009, de 22 de mayo (DOGC de 2 de junio de 2009), las bases reguladoras para la concesión de subvenciones estructurales a publicaciones periódicas en soporte papel en catalán o en aranés, modificada por la Orden CMC/479/2009, de 2 de noviembre, y por la Orden CMC/154/2010, de 3 de marzo. Seguidamente, a través de la Orden PRE/1687/2011, de 6 de julio de 2011 (DOGC de 11 de julio de 2011), se realizó su convocatoria cuyas principales características son las siguientes:

- El procedimiento de concesión de las subvenciones es el de concurrencia no competitiva.
- La dotación máxima correspondiente a la tramitación de esta convocatoria es de 1.703.127 euros, con cargo al presupuesto prorrogado del año 2010.
- Estas subvenciones son incompatibles con la percepción de otras ayudas para el mismo objeto otorgadas por cualquier departamento u organismo de la Generalidad de Cataluña. Sin embargo, la percepción de estas subvenciones es compatible con la obtención de otras ayudas, ingresos o recursos para la misma finalidad, procedentes de otras administraciones o entes públicos o privados, siempre y cuando el importe total no sobrepase el coste de la actividad subvencionada.
- Requisitos generales para todas las publicaciones:
 - Estar en activo en el momento de la resolución sobre la solicitud.
 - Estar editada en un 100% en catalán o en aranés, o tener ediciones en estas lenguas, con independencia de que puedan incluir la traducción a otras lenguas.
 - Tener un contenido de redacción mínimo del 50%.
 - Editarse de acuerdo con el Código deontológico de la profesión periodística de Cataluña y los criterios del Consejo de la Información de Cataluña.
- Requisitos específicos para publicaciones semanales, revistas y prensa gratuita:
 - Publicaciones semanales de pago de ámbito nacional: Deben tener un contenido mínimo de 20 páginas de formato DIN A3 o 28 de formato DIN A4, o el equivalente en otros formatos, y la tirada mínima siguiente:
 - Publicaciones de información general: 2.500 ejemplares.
 - Publicaciones especializadas: 1.500 ejemplares.
 - Publicaciones semanales de pago de ámbito local:
 - Cuando son editadas por empresas periodísticas. El contenido mínimo es de 16 páginas de formato DIN A3 o 20 de formato DIN A4, o el equivalente en otros formatos, y la tirada mínima, de 800 ejemplares.
 - Cuando son editadas por entidades sin ánimo de lucro: El contenido mínimo es de 8 páginas de formato DIN A3 o 12 de formato DIN A4, o el equivalente en otros formatos, y la tirada mínima, de 300 ejemplares.
 - Revistas de pago de ámbito nacional:
 - Cuando son editadas por empresas periodísticas. El contenido mínimo es de 16 páginas de formato DIN A3 o 20 de formato DIN A4, o el equivalente en otros formatos, y la tirada mínima, de 800 ejemplares.

- Cuando son editadas por entidades sin ánimo de lucro. El contenido mínimo es de 8 páginas de formato DIN A3 o 12 de formato DIN A4, o el equivalente en otros formatos, y la tirada mínima, de 300 ejemplares.
- Revistas de pago de ámbito local:
- Tirada mínima de 300 ejemplares. Este criterio no se aplica a las revistas editadas en municipios de menos de mil habitantes, según el último censo, ni a las revistas escritas en aranés.
- 12 páginas de formato DIN A3 o 20 de formato DIN A4, o la equivalencia en otros formatos, teniendo en cuenta las características de diseño y tipografía.
- Prensa gratuita:
- Tirada superior a los 5.000 ejemplares certificado por PGD (publicaciones gratuitas ejemplares que se puedan distribuir) o bien por medio de facturas de impresión.
- 16 páginas como mínimo, independientemente del formato.
- Para la evaluación y el cálculo de los gastos subvencionables se toman como referencia los datos relativos a la actividad correspondiente al año anterior al de la convocatoria. Los conceptos de dichos gastos son los siguientes:
- A las publicaciones de ámbito nacional: gastos de edición, impresión, comercialización, publicidad y promoción.
- A las publicaciones de ámbito local: gastos de edición, impresión y comercialización.
- Las subvenciones consisten en una dotación económica, cuyo importe no puede superar el 30% de los gastos imputables a la publicación objeto de la ayuda. Se exceptúan de esta limitación las publicaciones de ámbito local editadas por entidades sin ánimo de lucro.
- En la certificación de la OJD se tomará como parámetro la difusión de pago ordinario (suscripciones individuales más venta al número) más 1.000 ejemplares por número editado.
- En caso de que el importe total de las subvenciones que se concedan supere la dotación presupuestaria disponible para el año de la convocatoria correspondiente, estas se podrán reducir proporcionalmente al exceso sobre el importe máximo de la convocatoria.
- El importe de las subvenciones para *publicaciones diarias de pago* se determina de acuerdo con los siguientes criterios:
- *Publicaciones diarias de pago de ámbito nacional.* Este importe se calcula a partir de los siguientes criterios, que se aplican acumulativamente:
 - 300 euros por número.
 - 0,035 euros por ejemplar difundido según certificación de la OJD/difusión de pago ordinario o 0,01 euros por ejemplar de tirada acreditada mediante facturas de impresión.
- En el caso de diarios con ediciones territoriales, se otorga una subvención complementaria de 100 euros por número para el conjunto de las ediciones.
- *Publicaciones diarias de pago de ámbito local.* Este importe se calcula a partir de los siguientes criterios, que se aplican acumulativamente:

- 175 euros por número.
- 0,035 euros por ejemplar difundido según certificación de la OJD/difusión de pago ordinario o 0,01 euros por ejemplar de tirada acreditada mediante facturas de impresión.
- En el caso de diarios con ediciones territoriales, una subvención complementaria de 100 euros por número para cada una de estas ediciones, a contar desde la segunda y hasta un máximo de tres.
- En el caso de las publicaciones editadas por entidades sin ánimo de lucro, no es aplicable el límite establecido por el apartado 7.1.
- Determinación del importe de las subvenciones para publicaciones semanales de pago:
 - *Publicaciones semanales de pago de ámbito nacional.* Este importe se calcula a partir de los criterios siguientes, que se aplican acumulativamente:
 - 260 euros por número.
 - 0,05 euros por ejemplar difundido según certificación de la OJD/difusión de pago ordinario o 0,02 euros por ejemplar de tirada acreditada mediante facturas de impresión.
 - Una subvención adicional de 380 euros por número a las publicaciones semanales que acrediten uno de estos dos aspectos: la distribución en un mínimo de 1.500 quioscos y otros puntos de venta o un nivel de suscripción superior al 50% de la tirada acreditada.
 - *Publicaciones semanales de pago de ámbito local:*
 - *Publicaciones semanales de ámbito local editadas por empresas periodísticas.* La subvención se calcula de acuerdo con los siguientes criterios:
 - 100 euros por número.
 - 0,04 euros por ejemplar difundido según certificación de la OJD/difusión de pago ordinario o 0,01 euros por ejemplar de tirada acreditada mediante facturas de impresión.
 - *Publicaciones semanales de ámbito local editadas por entidades sin ánimo de lucro:*
 - En este supuesto, la subvención se calcula a razón de un importe neto de 100 euros por número. No se aplica el límite establecido por la base 7.1.
 - Determinación del importe de las subvenciones para revistas de pago:
 - *Revistas de pago de ámbito nacional:*
 - *Editadas por empresas periodísticas.* El importe de las subvenciones se calcula de acuerdo con los siguientes criterios, que se aplican acumulativamente:
 - 1.020 euros por número editado.
 - 0,07 euros por ejemplar difundido según certificación de la OJD/difusión de pago ordinario o 0,03 euros por ejemplar de tirada acreditada mediante facturas de impresión.
 - Una única subvención adicional de 510 euros por número a las revistas que acrediten uno de estos dos aspectos: la distribución en un mínimo de 250 quioscos y otros puntos de venta o un nivel de suscripción superior al 50% de la tirada acreditada.

- *Editadas por entidades sin ánimo de lucro.*
- El importe de la subvención se calcula a razón de un importe neto de 730 euros por número editado.
- *Revistas de pago de ámbito local:*
- El importe de la subvención se calcula a razón de un importe neto de 315 euros por número editado.
- Determinación del importe de las subvenciones para prensa gratuita.
- El importe de las subvenciones para prensa gratuita se determina de acuerdo con los siguientes criterios:
 - *Publicaciones diarias:*
 - Con certificación de PGD: 175 euros por número.
 - Sin certificación de PGD: 100 euros por número.
 - *Publicaciones semanales:*
 - Con certificación de PGD: 225 euros por número.
 - Sin certificación de PGD: 150 euros por número.
 - *Publicaciones quincenales:*
 - Con certificación de PGD: 300 euros por número.
 - Sin certificación de PGD: 175 euros por número.
 - *Publicaciones mensuales:*
 - Con certificación de PGD: 420 euros por número.
 - Sin certificación de PGD: 225 euros por número.

5.3. Galicia

El Estatuto de Autonomía de Galicia, en su artículo 5, especifica que la lengua propia de Galicia es el gallego y que los poderes públicos de Galicia garantizarán el uso normal y oficial de los dos idiomas y potenciarán el uso del gallego en todos los planos de la vida pública, cultural e informativa, y dispondrán los medios necesarios para facilitar su conocimiento.

Según el artículo 27.20, corresponde a la Comunidad Autónoma gallega la competencia exclusiva de promoción y enseñanza de la lengua gallega en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, en el ámbito de sus competencias, sin perjuicio de lo dispuesto en la Constitución y en la leyes orgánicas. La Ley 3/1983, de 15 de junio, de normalización lingüística, en su título IV, del uso del gallego en los medios de comunicación, establece que será obligación de la Xunta de Galicia contribuir al fomento del gallego en los medios de comunicación, con medidas que potencien la producción editorial y su difusión.

Además, el sistema gallego de ayudas a la prensa también se concibe en torno al objetivo de formar la presencia de la lengua propia de la comunidad en los medios, aunque en este caso las subvenciones las convoca y las adjudica directamente la Secretaría General de Comunicación del Ejecutivo de Santiago de Compostela, capital de la Comunidad Autónoma de Galicia.

La Administración gallega dispone de dos líneas de subvenciones:

- A las publicaciones periódicas escritas íntegramente en gallego.
- A las empresas periodísticas y de radiodifusión (editoras de prensa, agencias de noticias, emisoras de radio y portales de Internet) que editen espacios en castellano en los que se utilice, en mayor o menor medida, la lengua gallega.

Los subsidios a las publicaciones periódicas escritas íntegramente en gallego son una ayuda selectiva que examina una comisión formada por miembros de la Secretaría de Comunicación, junto con personal de la Secretaría General de Política Lingüística, de acuerdo con los criterios de uso regular del gallego normativo, así como de su tirada, difusión y periodicidad. Además, podrán optar a las ayudas a empresas periodísticas y de radiodifusión aquellas publicaciones (en papel o electrónicas) y emisoras de radio (se excluye la televisión) que difundan informaciones en las que tenga un especial protagonismo la lengua, la cultura y la identidad gallegas. Por ello, además de la difusión y la periodicidad del medio solicitante, también se utiliza como criterio el porcentaje de uso del gallego.

La resolución de 9 de febrero de 2011 de la Secretaría General de Medios (DOG de 15 de febrero) estableció las bases reguladoras para la concesión de ayudas económicas en régimen de concurrencia no competitiva dirigidas a empresas que realicen publicaciones periódicas escritas íntegramente en gallego, cuyas características son las siguientes:

- Las publicaciones deben estar escritas íntegramente en gallego conforme a la normativa oficial vigente.
- Con carácter de publicación de forma periódica.
- Se incluye el pie de imprenta con todos los datos que establezca la legislación vigente.

En cuanto a las publicaciones que se encuentran excluidas de estas ayudas económicas, hay que destacar las siguientes:

- Los Boletines de información interior o de instituciones.
- Las publicaciones de organizaciones políticas, empresariales, profesionales, sindicales o de entidades públicas.
- Las publicaciones que, estando sometidas al control de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), no presenten el certificado acreditativo de la difusión expedido por dicho organismo.
- Las publicaciones que durante el año 2010, según informe de la Secretaría General de Política Lingüística de la Consellería de Educación y Ordenación Universitaria que se incorporara al acta de la comisión de evaluación, no se hubiesen publicado en gallego normativizado.
- Aquellas publicaciones que no se hubiesen editado durante el año 2010 o no mantengan su actividad en el momento de la solicitud de subvención.

Además, estas ayudas económicas serán compatibles con otras ayudas concedidas por otras Administraciones o entes públicos o privados nacionales o internacionales siempre que la

acumulación de ayudas no supere el coste total de la actividad subvencionada y se respeten las condiciones establecidas en cada régimen de ayudas en la normativa nacional y comunitaria aplicable.

5.4. País Vasco

La Orden de 20 de julio de 2011, publicada en el Boletín Oficial del País Vasco de 12 de agosto de 2011, estableció las bases reguladoras para la concesión de ayudas para financiar la edición de publicaciones periódicas de carácter científico-sanitario durante el año 2011, cuyas características son las siguientes:

- El importe de los recursos económicos destinados a la finalidad de la presente modalidad asciende a cuarenta y tres mil trescientos veinte (43.320) euros.
- Podrán acceder a esta modalidad de ayudas las Asociaciones de profesionales de la salud sin ánimo de lucro, los Colegios oficiales de profesionales sanitarios y las Entidades científicas de especialidades con domicilio oficial en la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV).
- La adjudicación de las ayudas se realizará según los criterios y la ponderación siguiente:
 - Calidad científica de la publicación: máximo 50 puntos.
 - Colectivo profesional al que va dirigida: máximo 20 puntos.
 - Ámbito de difusión: máximo 30 puntos.
 - No se financiarán aquellas solicitudes que en la valoración no alcancen 50 puntos.
- El pago de la ayuda concedida se efectuará según lo previsto en el artículo 13, efectuándose el abono de la segunda parte de la ayuda tras presentar, antes del 28 de febrero de 2012, la siguiente documentación:
 - Ejemplar de cada número de la revista publicado en el año 2011.
 - Balance y cuenta de resultados con el visto bueno del representante legal de la entidad.
 - Facturas originales por un importe igual o superior a la cuantía de la ayuda recibida y copia del resto, de las facturas del total de gastos generados por la edición de la publicación durante el año.

6. Conclusiones

La convergencia digital ha supuesto una gran transformación de la prensa, lo que ha provocado un replanteamiento de la política económica auspiciada por el Estado. La financiación pública de la comunicación, concebida como servicio público, está cada vez más influenciada por la funcionalidad, en vez de por una tecnología determinada. Estas medidas suponen un mayor apoyo para la prensa, tanto en su versión impresa como digital, lo que ralentiza el aumento de la comercialización y la competitividad entre los distintos medios de comunicación social. A nivel continental, los Gobiernos de los países de Europa Occidental han innovado en lo relativo a la concesión de ayudas económicas a la prensa mediante el paradigma pluralista y democrático.

En las Comunidades Autónomas analizadas, se ha constatado que la concesión de las subvenciones a las publicaciones periódicas es otorgada exclusivamente por sus respectivos Gobiernos. Igualmente, tras la investigación realizada, se infiere que el objetivo de estas ayudas económicas está orientado al fortalecimiento de las publicaciones en las lenguas propias de las Comunidades Autónomas bilingües. Sin embargo, Andalucía no se rige por criterios lingüísticos, ya que otorga subvenciones para fomentar la lectura de prensa.

Además, El País Vasco representa el paradigma del periodismo especializado, mediante la financiación a la prensa de carácter científico-sanitario. Galicia no concede subvenciones a la televisión, pero sí a las publicaciones periódicas, en papel o electrónicas, escritas íntegramente en gallego. Igualmente, Cataluña promulga una legislación muy exhaustiva acerca de las ayudas a la prensa, diferenciando las cuantías entre la prensa gratuita y la de pago.

Por consiguiente, sería deseable un replanteamiento conceptual de las subvenciones a las publicaciones periódicas, ya que la publicidad institucional insertada en la prensa de las respectivas Comunidades Autónomas constituye un patrocinio. El auge de la racionalización industrial, auspiciado por la concesión de ayudas económicas a medios minoritarios, así como la creciente valoración de los proyectos de investigación periodística configuran los principales activos de la concesión de estas contribuciones financieras.

7. Referencias bibliográficas

Blasco Gil, J. J. (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.º 75, 2008, pp. 95-103.

Boletín Oficial del Estado (BOE) n.º 185, de 3 de agosto de 1984, pp. 22628-22629. Ley desarrollada por el Real Decreto 2089/1984 (BOE n.º 277, de 19 de noviembre de 1984, pp. 33250-33252).

Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA), de 12 de enero de 2012, por el que se aprueban las bases reguladoras tipo para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para el fomento de la lectura de la prensa escrita en Andalucía. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/2012/7/> [acc. 12.03.2012].

Boletín Oficial del País Vasco (BOPV), de 12 de agosto de 2011, en el que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas para financiar la edición de publicaciones periódicas de carácter científico-sanitario. http://www.euskadi.net/cgi-bin/k54/ver_c?CMD=VERDOC&BASE=B03A&DOCN

Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC), de 2 de junio de 2009, en el que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones estructurales a

publicaciones periódicas en soporte papel en catalán o en aranés.

<http://www20.gencat.cat/portal/site/portaldogc/menuitem.175f6f96e658ffc3e4492d92b0c0e1a0/?vgnnextoid=641a7e48f7b6e210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&appInstanceName=default&anexos=1&selectedYear=2009&selectedMonth=5&numDOGC=5391>
[acc. 20.03.2012].

Diario Oficial de Galicia (DOG), de 15 de febrero de 2011, en el que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas económicas en régimen de concurrencia no competitiva dirigidas a empresas que realicen publicaciones periódicas escritas íntegramente en gallego. <http://doga.vlex.es/source/doga-210/issue/2011/2/15/6> [acc. 15.03.2012].

Fernández Alonso, I. & Santana, F. (2000): *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.

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

Morales, A. (2006): "Press subsidies in Spain", en Fernández Alonso, I. et al. (eds.) *Press Subsidies in Europe*. Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.

Parra, J. D. (2010): "Periodismo público-ciudadano: sobre el ejercicio del derecho a la comunicación e información en las organizaciones sociales", en *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)*, n.º 82, 2010, pp. 1-8. <http://www.dialogosfelafacs.net/> [acc. 09.04.2012].

Silva, F. (2011): "El derecho a la información pública en la jurisprudencia constitucional. ¿Un derecho fundamental incómodo?", en *Cuestiones Constitucionales. Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, n.º 24, 2011, pp. 285-308.

Simmel, G. (2010): *El secreto y las sociedades secretas*. Madrid: Sequitur.

Sinova, J. (1999): "Las ayudas del Estado a la prensa", en: Sinova, J. y Núñez-Ladéveze, L. (Coord.) *Política y Medios de Comunicación*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES), pp. 235-253.

Tallón, J. (1992): *Lecciones de Empresa Informativa*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.

Zapata, J. G. (2010): "El Derecho a la Información y los derechos de los trabajadores de prensa", en *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)*, n.º 82, 2010, pp. 1-7. <http://www.dialogosfelafacs.net/> [acc. 11.04.2012].

8. Notas

Ley 37/1988, a través de su disposición derogatoria cuarta (BOE n.º 312, de 29 de diciembre de 1988, p. 36486).

A finales de 2005, las Cortes aprobaron la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional (BOE n.º 312, de 30 de diciembre de 2005, pp. 42902-42905), si bien se trata de una normativa que se ocupa de los contenidos de la Publicidad Institucional.

Ley 31/1990, mediante la disposición derogatoria segunda (BOE n.º 311, de 28 de diciembre de 1990, p. 38681).

En noviembre de 2007, la Secretaría de Comunicación de la Generalitat de Cataluña organizó una jornada con editores de prensa y diputados del Parlament, el Congreso y el Parlamento Europeo en la que se reclamó el establecimiento de un IVA 0 para la prensa escrita. Es importante señalar que la reducción del IVA es una medida que, a priori, contaría con la complicidad de la Secretaría de Estado de Comunicación (Morales, 2006: 106).

Si bien una de las principales fuentes de financiación de la Agencia Efe es el contrato de servicios que suscribe anualmente con el Estado.

La Desinformación se define como la distorsión de la información.

La Subinformación se concibe como la difusión de manera parcial e incompleta de datos en una noticia.

Breve Currículum Vitae de los autores:

Dr. Alfonso de la Quintana

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Departamento de Ciencias de la Comunicación I

Universidad Rey Juan Carlos (URJC)

Camino del Molino, s/n. 28943 Fuenlabrada (Madrid). España.

Teléfono: 91-4887299

alfonso.delaquintana@urjc.es

Doctor en Ciencias de la Información. Máster en Dirección y Administración de Empresas. Máster en Prevención de Riesgos Laborales. Técnico Superior y Auditor en Prevención de Riesgos Laborales. Profesor Titular Interino de la Universidad Rey Juan Carlos.

Dr. Carlos Oliva Marañón

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Departamento de Ciencias de la Comunicación I

Universidad Rey Juan Carlos (URJC)

Camino del Molino, s/n. 28943 Fuenlabrada (Madrid). España.

Teléfono: 91-4887304

carlos.oliva.maranon@urjc.es

Doctor en Ciencias de la Comunicación. Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos en las áreas de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Magisterio. Autor, entre otras publicaciones: *Calidad, visibilidad e interactividad: paradigmas de las Universidades Virtuales en España*; *Sociólogos: competencias, formación universitaria y sinergias cognitivas en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)*; y *Fundamentos lingüísticos del lenguaje periodístico y jurídico-administrativo*.

Forma de citar este artículo en las bibliografías

Alfonso de la Quintana y Carlos Oliva (2012): “Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y País Vasco”, en Miguel Hernández Communication Journal, 3, páginas 101 a 120. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 20__ de:
http://mhcj.es/2012/08/28/quintana_oliva/