

La intervenció pública en la premsa

Josep Àngel Guimerà i Orts

PID_00201516



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

1. Les polítiques de premsa: ajudes econòmiques i defensa del pluralisme.....	5
2. La justificació de les ajudes: la doble naturalesa de la premsa i el seu paper en el manteniment de la democràcia...	8
3. El cas espanyol: una política en mans de les comunitats autònomes.....	11
4. Catalunya: entre el suport al català i la creació d un sistema mediàtic propi.....	13
5. El futur de les ajudes a la premsa: unes polítiques sempre discutides.....	16
Bibliografia.....	19

1. Les polítiques de premsa: ajudes econòmiques i defensa del pluralisme

Si bé la història dels països occidentals ha estat plena de períodes en què les autoritats públiques han intentat exercir un fort control tant de la creació de diaris com del contingut que s'hi publicava, a la Unió Europea del principi del segle XXI **la premsa s'ha de considerar un mitjà escassament regulat**. Els mitjans impresos, doncs, viuen una situació força diferent de la que hem assenyalat en epígrafs anteriors quan parlàvem de la ràdio i de la televisió.

Tal com assenyalava Mateo (1990), els ordenaments constitucionals de les democràcies parlamentàries europees solen emparar tant la llibertat d'expressió (tot sovint, fins i tot expressada amb la fórmula *llibertat de premsa*) com la llibertat d'empresa. En aquest sentit, el fet que els mitjans impresos no ocupin un recurs considerat escàs com l'espai radioelèctric ha limitat el grau d'intervenció dels poders públics. Així mateix, la premsa pública estatal o regional gairebé no existeix a Europa i només es limita a publicacions locals en alguns països.

De fet, a la Unió Europea del principi del segle XXI **la intervenció pública en la premsa impresa es limita a l'atorgament d'ajudes econòmiques** encaminades tant a facilitar-ne la supervivència com a mitjà de masses en un entorn mediàtic molt canviant com a la defensa i la promoció del pluralisme ideològic, social i cultural.

Les ajudes es classifiquen en dos grans tipus, segons si van a parar directament a mitjans concrets o si es tracta d'un suport indirecte que busca generar estalvis en les despeses de funcionament al conjunt del sector. Fernández Alonso i Blasco Gil (2006, pàg. 56) expliquen amb molta claredat en què consisteixen les anomenades ajudes *directes* i *indirectes*:

“Les primeres es poden definir com subvencions orientades a publicacions concretes i que persegueixen uns objectius clarament definits (per exemple: ajudes a la reconversió tecnològica, a la distribució de la premsa a l'estranger, a la creació de nous títols, etc.). Les ajudes indirectes, de l'altra banda, serien les destinades a la indústria en general, i que busquen, per tant, l'impuls de la premsa en conjunt (és el cas de l'IVA reduït, les tarifes postals o telefòniques preferencials o les ajudes destinades a les agències de notícies, amb la consegüent reducció del cost dels serveis que ofereixen).”

Lectura recomanada

Rosario de Mateo (1990). *Els ajuts de l'Estat a la premsa a l'Europa Occidental*. Barcelona: CEDIC.

Així mateix, hi ha dos grans maneres d'atorgar-les, diferenciades pel grau de discrecionalitat que té l'Administració pública a l'hora de concedir-les (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2006, pàg. 56 i 57):

Els mecanismes *selectius* donen a l'Administració pública un "cert marge per a valorar les sol·licituds en funció de les bases del concurs", ja que els sol·licitants presenten projectes que seran subvencionats segons el valor que els atribueixi l'Estat. En el cas de les ajudes *automàtiques*, "l'Administració es limita a aplicar unes previsions legals molt detallades que no deixen marge a la discrecionalitat". En aquest cas es donen d'acord amb indicadors més *objectius* com ara el nombre d'exemplars venuts, l'audiència del mitjà, el nombre de números de la publicació editats a l'any o el nombre de treballadors en plantilla. Normalment, les indirectes solen ser automàtiques, mentre que les directes poden ser automàtiques o selectives

Les ajudes no busquen incidir en els continguts informatius que posa en circulació cada publicació, sinó tractar d'**assegurar que el conjunt de l'oferta sigui prou plural** per a garantir la presència en l'esfera pública tant dels diversos punts de vista ideològics com de les expressions culturals, per molt minoritàries que siguin. Tal com exposen autors com Mateo (1990) o Humphreys (2006), històricament la premsa s'ha considerat una peça clau en el manteniment de la democràcia, que necessita uns mitjans plurals que alimentin i dinamitzen el debat públic sobre els afers d'interès general.

És des d'aquesta perspectiva que s'ha considerat que la premsa ha tingut una naturalesa dual. Que no es tracta, malgrat la llibertat de mercat de què gaudeix i de ser una activitat essencialment privada, d'un negoci com els altres.

D'una banda, s'entén que la premsa difon una informació escrita que és considerada un bé cultural, amb un fort component ideològic amb molta capacitat per a incidir en la creació, manteniment o transformació dels valors polítics, socials, econòmics i culturals en una societat determinada. D'una altra banda, aquesta informació també és una mercaderia que es produeix, es ven i es compra seguint les pautes de l'economia de mercat. Així mateix, els diaris inclouen una publicitat que té per objectiu estimular el consum però que, al mateix temps, permet el finançament de l'empresa i la sortida del diari. Tal com explica Mateo (1990, pàg. 23) i com veurem més endavant amb detall:

“La informació elaborada cal considerar-la tenint en compte aquesta dualitat, patent en la interrelació dels dos aspectes assenyalats: la informació com a ideologia i la informació com a mercaderia, en tant que estan aparellades les nocions de benefici i de servei d’interès públic. Tots dos reconeixements constitueixen els eixos essencials a l’hora d’analitzar els fonaments sobre els quals es recolzen els diferents governs per a dur endavant la concessió d’ajudes econòmiques a les empreses periodístiques”

2. La justificació de les ajudes: la doble naturalesa de la premsa i el seu paper en el manteniment de la democràcia

Les ajudes a la premsa van nàixer a Europa tot just acabada la Segona Guerra Mundial i el primer país en crear-les fou França. En un context de destrucció i forta crisi econòmica i institucional, un Govern format per forces d'esquerra les va instaurar “com a reacció al predomini dels capitalistes en la premsa de guerra i postguerra, amb l'objectiu declarat de fomentar el pluralisme entre les capçaleres de diaris i promoure l'accés dels lectors a fonts d'informació diferents” (Humphreys, 2006, pàg. 41).

Aquesta iniciativa va ser la pionera, però el fenomen de les ajudes no es va estendre per Europa fins ben entrada la dècada dels seixanta i, sobretot, els setanta. L'eclosió d'una forta crisi econòmica internacional va afectar fortament totes les indústries del món capitalista, inclosa òbviament la premsa. És llavors quan es comença a parlar, per primera vegada, de *crisi de la premsa*.

La producció periodística va entrar en un atzucac provocat per la combinació de diversos factors. En aquell moment hi havia la necessitat d'invertir en noves tecnologies, sobretot d'impressió. Però la forta crisi financera fixava uns interessos bancaris altíssims, mentre els costos laborals, de les matèries primeres (amb un paper premsa que va arribar a pujar un 80% en un any) i de l'energia i de la distribució (sobretot amb la crisi del petroli del 1973) ho feien gairebé impossible. A més a més, la consolidació de la televisió com a mitjà de comunicació de masses va provocar tant una pèrdua de lectors com una davallada de la facturació publicitària. Davant d'aquesta situació, nombrosos països de l'Europa occidental van decidir intervenir per ajudar la premsa (Mateo, 1990; Humphreys, 1996 i 2006; Sánchez Taberner, 1993).

Si bé cada país va aplicar aquelles polítiques que va considerar oportunes d'acord amb les seves necessitats, hi ha un fort consens sobre el fet que van ser les lleis d'ajudes a la premsa de Bèlgica i Luxemburg les que van marcar la pauta al continent. Segons Mateo (1990, pàg. 30 i 31), aquestes lleis sintetitzen les raons que després van legitimar les polítiques públiques de tota l'Europa democràtica dels seixanta i el setanta.

És en aquests textos on s'explicita **la doble naturalesa econòmica i cultural de la premsa**; i es defineixen els mitjans impresos com un servei públic essencial per a la democràcia. Serien aquests trets els que farien necessari la consideració de raons tant econòmiques com politicoideològiques a l'hora de concedir les ajudes. Davant la importància atorgada a la premsa, totes dues lleis sostenen que el seu mal funcionament econòmic no podia posar en risc la

seva existència. Davant d'això, doncs, **l'Estat té l'obligació de donar el suport econòmic necessari** perquè la llibertat de premsa i el pluralisme informatiu no siguin simples principis retòrics.

En concret, es tenia una gran preocupació per aquells mitjans amb una orientació política més crítica amb el poder o més minoritària; amb escàs tiratge o amb poc públic i que, per tant, encara tenien més compromesa la supervivència: "Això implica el perill que es redueixi la diversitat d'opinió, no solament per la desaparició de publicacions, sinó també per la concentració de la propietat" (Mateo, 1990, pàg. 31).

Com molt bé explica Humphreys (1996 i 2006), una de les grans preocupacions era evitar una concentració massa elevada de mitjans impresos en poques mans, de manera que poguessin condicionar negativament el debat públic i reduir, per tant, la qualitat de la democràcia. Així mateix, aquest autor defensa que les ajudes poden ser un instrument de gran utilitat per a salvaguardar, també, la diversitat cultural i per a vetllar pels drets de les comunitats minoritàries.

Tots aquests **principis legitimadors han estat contínuament sota revisió** i debat, sobretot en aquells països amb més tradició democràtica (especialment els escandinaus). Ara bé, com apunta Humphreys (2006), totes les discussions han acabat ratificant-ne la validesa i fins i tot s'ha ampliat la llista d'arguments a favor seu en un context en què la societat de la informació semblava prometre una diversitat i pluralisme mai vistos.

Humphreys (2006) recull fins a set raons que justifiquen el manteniment d'aquestes ajudes: la crisi de la premsa continua, amb una davallada constant dels tiratges; la necessitat d'inversió en noves tecnologies és encara més important en el context de la digitalització; calen mitjans que ordenin l'excés d'informació, que compensin la comercialització dels continguts i que vetllin per no marginar col·lectius exclosos; el pluralisme continua en risc per la tendència a la concentració dels mitjans; cal lluitar pel manteniment de la diversitat cultural, en risc tant per la concentració com per la globalització; cal donar suport als mitjans de les minories ètniques i d'altres col·lectius no presents en els mitjans; i, per acabar, cal donar suport a un periodisme d'investigació i d'actualitat que troba problemes per arribar al públic a causa de la tendència a l'entreteniment del conjunt de la indústria mediàtica.

Lectura recomanada

Peter Humphreys (2006). "Les ajudes a la premsa en el context de la societat de la informació. Perspectiva històrica, tipologia, concepte i justificació". A: I. Fernández Alonso i altres (ed.). *Ajuts a la premsa a Europa* (pàg. 38-55). Barcelona: Generalitat de Catalunya.

La presència dels diferents tipus d'ajudes ha estat molt variable tant en el temps com en l'espai. Històricament, **les indirectes han estat presents a la majoria de països** (Humphreys, 1996, pàg. 39): la majoria dels estats membres de la UE han concedit rebaixes a les tarifes postals i de telecomunicacions, i també un IVA reduït i fins i tot l'exempció fiscal d'alguns impostos.

En canvi, el **nombre de països on es donen ajudes directes ha anat variant** al llarg dels anys. De fet, n'hi ha casos com els del Regne Unit, Irlanda, Alemanya o Suïssa, que mai no n'han atorgat. Així mateix, cada país aplicava ajudes diferents i amb intensitats variables depenent de tradicions polítiques, contextos econòmics o segons la dimensió del sector de la premsa (Sánchez Tabernero, 2006; Humphreys; 2006; Mateo, 1990; Fernández Alonso i Blasco Gil, 2006).

De tota manera, en el seu estudi comparatiu de 2006, Fernández Alonso i Blasco Gil van poder sintetitzar **les principals línies d'ajudes directes existents** al continent europeu (2006, pàg. 73):

- Ajudes orientades a publicacions no líders, amb escassos recursos publicitaris o amb dificultats econòmiques. Busquen evitar el tancament de mitjans o la concentració en poques mans per falta de viabilitat dels més petits.
- Ajudes per al millora de la qualitat de la redacció. L'objectiu és millorar la informació que s'ofereix al públic i sovint inclouen la contractació de periodistes professionals a temps complet.
- Ajudes a la difusió, de manera que el mitjà augmenti el nombre de públic al qual arriba.
- Ajudes orientades a la reconversió industrial. Com hem vist, una de les raons que va portar al naixement de les ajudes al final dels anys seixanta. Ara són menys freqüents i busquen ajudar els editors de premsa a la diversificació multimèdia.

Fernández Alonso i Blasco Gil (2006, pàg. 74) també sintetitzen quins són **els principals mecanismes d'atorgament**, molt diferents entre si. El sistema més generalitzat és el que encarrega la gestió i el control del procés d'atorgament de subvencions al Govern, normalment a un departament vinculat a la cultura. Un altre mecanisme força estès és el que opta per un òrgan amb certa autonomia respecte del Govern. El menys habitual, però, és cedir la competència de donar les ajudes a un ens públic però sense vincles amb el Govern, normalment una autoritat independent sobre comunicació.

3. El cas espanyol: una política en mans de les comunitats autònomes

Dins del context europeu, el cas espanyol és força peculiar. Si bé es mantenen ajudes indirectes (IVA reduït del 4% i tarifes de comunicacions reduïdes), Fernández Alonso i Blasco Gil (2006, pàg. 57) posen de manifest que és l'únic estat de l'Europa occidental que havia donat ajudes directes però que ho va deixar de fer als anys noranta. Com veurem més endavant, a Espanya, aquest tipus de suport només el donen algunes comunitats autònomes.

Quan a Europa es van instaurar les primeres ajudes, **Espanya es trobava sota una dictadura molt poc interessada en la defensa del pluralisme** i pel paper dels mitjans impresos en la salvaguarda de la democràcia. Tot i això, la dimensió industrial va preocupar el règim. Cal tenir present que als països del sud d'Europa la crisi de la premsa dels anys seixanta i setanta va ser especialment dura, a causa del baix índex de lectura que històricament s'havia donat en aquest país, l'existència d'una premsa més propagandística que periodística, i els problemes econòmics estructurals de les empreses editores (Fernández i Santana, 2000).

És per això que el franquisme va instaurar ajudes indirectes, com tarifes telefòniques, telegràfiques i postals reduïdes, preus dels abonaments a l'agència EFE rebaixats i diverses bonificacions a periodistes. Així mateix, també va donar ajudes directes relacionades amb el consum de paper premsa produït a Espanya, que va mantenir fins al 1971 (Fernández i Santana, 2000).

Amb l'arribada de la democràcia, el 1978 es va recuperar l'ajut al consum de paper premsa espanyol i es van crear dues línies més: a la reconversió industrial i a la difusió. Tot i això, l'impacte sobre el pluralisme va ser força reduït perquè es van beneficiar les grans capçaleres i els primers anys també es va considerar que els governs de la UCD les atorgaven amb molt poca transparència (Fernández i Santana, 2000).

De fet, al final dels anys vuitanta les ajudes directes de l'Administració central es van acabar. Entre les raons adduïdes pel Govern espanyol hi ha la negativa de la Unió Europea a permetre subvencions al consum de paper espanyol i també un augment notable tant de la difusió de premsa (un 15,9% entre 1982 i 1986) com, sobretot, de la facturació publicitària (un 192% entre 1982 i 1987) i dels beneficis de les empreses editores (un 500% entre 1984 i 1987) (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2012). Així doncs, apel·lant a les reserves expressades per Europa en relació amb una de les línies d'ajut, el Govern va decidir suprimir-les totes.

Des de llavors atorguen subvencions directes a la premsa unes quantes comunitats autònomes. Només s'ha publicat un estudi comparat en què es reculli informació sobre tots els casos amb dades de 2007 (Blasco Gil, 2008). Entre les conclusions d'aquesta investigació destaquen:

L'existència d'ajudes a 9 de les 17 comunitats autònomes, amb un clar predomini de les orientades a afavorir les llengües minoritzades (català, basc, gallec, asturià), tot i que també n'hi ha amb altres objectius (transport entre illes o el foment de la lectura de premsa). Entre totes les comunitats destacava Catalunya, que era la que més diners hi destinava i amb molta diferència. També es va observar l'ús d'uns mecanismes de concessió que atorgaven als governs un gran marge de discrecionalitat, fet que podia afectar negativament la transparència del procediment.

Tal com apunten Fernández Alonso i Blasco Gil (2012, pàg. 3):

“Per comprendre tant l'enfocament de les ajudes [indirectes] d'abast estatal com les de les autonomies, s'han de considerar dos factors. Per un costat, els trets distintius de les relacions entre poder polític i mitjans a Espanya, clarament marcades per l'intervencionisme governamental. I, per un altre costat, la dimensió lingüística de les polítiques de mitjans de determinades comunitats autònomes, un fet normalment vinculat a processos de construcció nacional.”

El 2012, el nombre de comunitats que atorgaven ajudes havia baixat a vuit: Andalusia, Astúries, Catalunya, País Valencià, Galícia, Navarra, País Basc i les Canàries. D'aquestes vuit, sis apel·laven a raons lingüístiques i només Andalusia i les Canàries adduïen un motiu diferent. La primera, atorgar ajudes per a projectes que tinguin per objectiu l'impuls de la lectura –és una de les comunitats autònomes amb un índex de lectura més baix. La segona, ajudes al transport de productes entre illes (que no es limita només a premsa però que es pot entendre com una ajuda al sector)

Com veurem més endavant amb més detall, la comunitat autònoma que dona més ajudes és, amb molta diferència, Catalunya, seguida de lluny per Galícia i el País Basc. A més distància se situen la resta d'autonomies, i el País Valencià és la que menys n'atorga el 2012. En tot cas, i en el context de la crisi financera que afecta les administracions públiques a partir de 2010, **el volum total de les ajudes als mitjans ha tendit a baixar** (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2012).

Lectura recomanada

José Joaquín Blasco Gil (2008). “Las ayudas públicas a la prensa en las Comunidades Autónomas españolas en 2007: tipología, cuantía de las subvenciones y sistema de adjudicación”. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación* (núm. 75, pàg. 95-103).

4. Catalunya: entre el suport al català i la creació d un sistema mediàtic propi

Dins del ja per si peculiar context espanyol, **Catalunya és un cas singular**. Va ser la primera comunitat autònoma que va posar en marxa ajudes a la premsa l'any 1981 i la primera que les va regular amb un decret del Govern de la Generalitat de 1983.

El decret lliga l'atorgament de subvencions a la premsa al català, ja que les ajudes s'atorguen a publicacions escrites íntegrament o parcialment en aquesta llengua. És més, aquest text legal desenvolupa les previsions sobre aquesta matèria que contenen tant la Llei de política lingüística aprovada el 1983 com l'Estatut d'autonomia mateix. D'aquesta manera, doncs, les subvencions públiques a la premsa queden lligades a la normalització lingüística (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2012, pàg. 6).

La possibilitat d'atorgar ajudes autonòmiques en paral·lel a les que atorgava l'Administració central fins a les darreries dels vuitanta es basa en el repartiment de competències en comunicació establert per la Constitució espanyola. La Carta Magna fixa que l'Estat central es reserva poder fixar les “normes bàsiques del règim de premsa, ràdio i televisió i, en general, de tots els mitjans de comunicació social, sense perjudici de les facultats en el seu desenvolupament i execució que corresponguin a les comunitats autònomes” (article 149.1.27).

A més de ser la pionera en molts aspectes, Catalunya també destaca per ser **la comunitat autònoma que més recursos destina a les subvencions**. Per exemple, en el període 2008-2011, les ajudes atorgades per la Generalitat superaven amb escreix les concedides per les altres comunitats autònomes juntes (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2012, pàg. 6 i 9).

Una interpretació d'aquesta primerenca i voluminosa ajuda a la premsa es troba en la voluntat dels successius governs de la Generalitat tant de contribuir a la normalització de la llengua catalana com de construir un sistema de mitjans de comunicació propi per al Principat. Tot plegat està entroncat amb el projecte de reconstrucció nacional que es va emprendre a Catalunya a partir dels anys vuitanta per mirar de recuperar tant la identitat nacional catalana com l'autogovern perduts i perseguits durant la dictadura franquista (Fernández Alonso, Guimerà Orts i Fernández Viso, 2011).

De fet, tal com expressen Fernández Alonso i Blasco Gil (2012: 11), les subvencions han ajudat “al desenvolupament d'un important nombre de publicacions de l'àmbit local i comarcal (moltes gratuïtes), que constitueixen un

tret diferencial del panorama mediàtic de Catalunya enfront d'altres regions de l'estat". Així mateix, també han estat clau per al naixement de diaris nacionals com *ARA*, el manteniment d'altres capçaleres com *Avui* (inclosa la seva fusió amb *El Punt*) o la creació de la versió en català d'*El Periódico*, *Segre* o *La Vanguardia*.

El sistema català d'ajudes va patir **un gran canvi a partir de l'any 2006**. Fins llavors, les poques recerques existents posaven de manifest que es tractava d'un sistema poc transparent. Per exemple, dels 23 milions d'euros que es van concedir entre 2000 i 2003, 18 es van atorgar discrecionalment des del Departament de Presidència, sense cap mena de concurs ni de convocatòria pública (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2005).

La resta es van atorgar des del Departament de Cultura per mitjà de tres modalitats d'ajudes reglades destinades a: l'edició i comercialització de publicacions periòdiques en català i aranès (en funció dels resultats de difusió de l'any anterior); a projectes per a la consolidació d'empreses periodístiques, i, amb una quantitat molt menor, a activitats relacionades amb la premsa (organitzades per entitats empresarials i professionals). Les primeres eren automàtiques i les altres dues selectives.

A partir de 2006, i després d'un debat entre associacions de premsa, Govern i universitaris de tot Europa, es va canviar el sistema. El Govern sorgit de les eleccions de 2003 (format per PSC, ERC i ICV) volia crear un sistema més transparent i, eventualment, modernitzar-lo d'acord amb allò que es pogués estar fent a Europa (Fernández Alonso i Blasco Gil, 2006).

A partir d'aquí **es posa en marxa una reordenació** que té dos objectius bàsics. El primer, fer que totes les ajudes es donin per mitjà de convocatòria pública i amb transparència. El segon, ampliar-lo a la resta de mitjans de comunicació de masses catalans (ràdio, televisió i Internet). El resultat va ser la creació de cinc línies d'ajudes, de les quals dues orientades a la premsa: subvencions a l'edició i comercialització de publicacions periòdiques en català o aranès; i subvencions a projectes que fomenten i consoliden l'espai català de comunicació (Blasco Gil, 2008). És a dir, ajudes automàtiques i selectives.

Tot plegat representa **un augment de la transparència** en el conjunt del programa de subvencions, tot i que en cap cas no s'estableixen mecanismes per a mesurar els impactes (siguin positius o siguin negatius) d'aquestes polítiques –més enllà de la creació dels nous mitjans, com ja hem assenyalat.

L'arribada de la crisi financera sembla tornar a obrir el debat, especialment amb el retorn de CiU al govern el 2010. Tot i que es mantenen les mateixes línies, s'han retallat les aportacions fins a un 67% entre 2010 i 2011 –la més elevada de totes les aplicades pel Govern en el sector comunicatiu. Això ho

provocat queixes de les associacions del sector, que afirmen que molts mitjans hauran de tancar si una retallada d'aquestes dimensions es manté en el temps (Fernández Alonso, Guimerà Orts i Fernández Viso, 2011).

De fet, des del Govern de la Generalitat s'ha assenyalat diversos cops que cal repensar les ajudes a projectes (orientades a la creació de nous mitjans) en un entorn de crisi en què hi ha molts mitjans amb problemes econòmics. En aquest sentit, doncs, i com veurem en l'epígraf següent, **les ajudes a Catalunya estan essent discutides com també ho són a la resta d'Europa occidental.**

5. El futur de les ajudes a la premsa: unes polítiques sempre discutides

Tot i que, com dèiem abans, els arguments que defensen l'aplicació d'ajudes a la premsa s'han mantingut vigents i fins i tot s'han reforçat al llarg del temps, la seva existència no ha deixat mai d'estar discutida. De fet, es van posar objeccions des de bon començament i amb raons que també han perviscut al llarg de les dècades.

Un clar exemple de la negativa a donar suport econòmic directe a la premsa el trobem al Regne Unit als anys setanta. Quan mitja Europa ja subvencionava la premsa o estava a punt de fer-ho, el govern britànic va posar en marxa una comissió el 1974 per debatre-ho. "La comissió va dedicar temps i diners a investigar quins mecanismes d'intervenció s'utilitzaven a Europa, però no en va saber veure la rellevància a la Gran Bretanya" (Humphreys, 2006, pàg. 41). És a dir, no li van veure cap avantatge per a millorar la situació de la premsa. Des de llavors, l'exempció de l'IVA és l'única subvenció indirecta de què gaudeix el sector britànic.

Al principi del segle XXI les crítiques a les ajudes han pujat de to i s'han posat seriosament en qüestió per raons de diferents tipus, sobretot relacionades amb la seva eficàcia real, i perquè provoquen problemes nous.

D'una banda, diversos estudis **enposen en dubte l'eficàcia** per a salvar diaris en risc de tancament. Tot i que altres estudis també demostren el contrari, alguns autors han posat de manifest que la concentració no s'ha aturat i els diaris estan cada cop en menys mans (Sánchez-Taberner i Carvajal 2002, pàg. 48-49).

Així mateix, hi ha autors que sostenen que si les ajudes se sostenen en el temps i s'atorguen de manera generalitzada, **fracassen en la seva intenció d'ajudar a resoldre els problemes econòmics de fons**. Per exemple, hi ha estudis que demostren que els diners públics no han servit perquè les publicacions siguin viables per elles mateixes a llarg termini (Humphreys, 2006, pàg. 46 i 47).

En un context de multiplicació de l'oferta mediàtica arran de la digitalització i la constitució de l'anomenada societat de la informació, també han rebut crítiques per **ajudar només un dels molts canals que els ciutadans usen per a informar-se** i, per tant, que contribueixen al debat públic que necessita la de-

mocràcia. Per a Sánchez-Tabernero (2006, pàg. 25), en aquest context “sembla més difícil justificar les ajudes directes: dit d’una altra manera, el que importa és que les persones estiguin ben informades, no que comprin diaris”.

Les ajudes també han rebut crítiques ideològiques. Els partits polítics conservadors sempre les ha atacades perquè consideren que **atempten contra el principi d’una premsa lliure i independent**. Els liberals, perquè afirmen que **distorsionen el mercat lliure**. Finalment, com afirma amb contundència Humphreys (2006, pàg. 48): “A causa de les polítiques neoliberals que recorren molts països europeus, els sistemes d’ajudes a la premsa pateixen una pressió presupostària creixent, ja que els governs han esdevingut molt més entusiastes que en temps anteriors a l’hora de reduir la despesa pública”. Encara caldria afegir que amb la crisi financera internacional que arrenca el 2010, la pressió s’ha incrementat exponencialment en els darrers anys.

En definitiva, doncs, les ajudes a la premsa **han estat un instrument molt debatut des de la seva aparició** i en els darrers anys sembla que es reforcen tant les crítiques com les raons per a defensar-les. En tot cas, és evident que es tracta d’uns mecanismes que han estat i continuen essent un element clau dins de les polítiques de comunicació de les democràcies europees i una peça clau per a entendre com estan estructurats els sistemes de comunicació contemporanis.

Bibliografia

Blasco Gil, José Joaquín (2008). "Las ayudas públicas a la prensa en las Comunidades Autónomas españolas en 2007: tipología, cuantía de las subvenciones y sistema de adjudicación." *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación* (núm. 75, pàg. 95-103).

Fernández Alonso; Isabel; Blasco Gil, Jose Joaquín (2005). "Las ayudas a la prensa en Cataluña". *Sphera Pública* (núm. 5, pàg. 181-199).

Fernández Alonso; Isabel; Blasco Gil, Jose Joaquín (2006). "Les ajudes a la premsa a Europa el 2006: tipologia, quantia de les subvencions i sistemes d'adjudicació". A: I. Fernández Alonso; M. de Moragas; J. J. Blasco Gil; N. Almirón (eds.). *Ajudes a la premsa a Europa* (pàg. 56-76). Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Fernández Alonso; Isabel; Blasco Gil, Jose Joaquín (2012). *Las ayudas a la prensa en España en un contexto de crisis (2008-2012). Análisis del caso catalán*. Bellaterra: Observatori de Polítiques de la Comunicació de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. [Informe de recerca inèdit]

Fernández Alonso, Isabel; Guimerà Orts, Josep Àngel; Fernández Viso, Ana (2011). "Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Catalunya (2011)". *Derecom* (núm. 8).

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

Humphreys, Peter (1996). *Mass media and media policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.

Humphreys, Peter (2006). "Les ajudes a la premsa en el context de la societat de la informació. Perspectiva històrica, tipologia, concepte i justificació". A: I. Fernández Alonso; M. de Moragas; J. J. Blasco Gil; N. Almirón (eds.). *Ajudes a la premsa a Europa* (pàg. 38-55). Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Mateo, Rosario de (1990). *Els ajudes de l'Estat a la premsa a l'Europa Occidental*. Barcelona: CEDIC.

Sánchez-Tabernero, Alfonso (1993). *Media concentration in Europe: commercial enterprise and the public interest*. Düsseldorf: European Institute for the Media / European Cultural Foundation.

Sánchez-Tabernero, Alfonso (2006). "La premsa europea a l'inici del segle XXI: trets definitoris i tendències de futur". A: En: I. Fernández Alonso; M. de Moragas; J. J. Blasco Gil; N. Almirón (eds.). *Ajudes a la premsa a Europa* (pàg.18-37). Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Sánchez-Tabernero, A.; Carvajal, M. (2002). *Media concentration in the European market. New trends and challenges*. Pamplona: Universidad de Navarra.

