



1

Informe sobre les subvencions, les subscripcions i els altres tipus d'ajuts o publicitat que ha rebut la premsa diària en els darrers deu anys i el mapa actual d'aquest mitjà

Desembre del 2004

Informe sobre les subvencions, les subscripcions i els altres tipus d'ajuts o publicitat que ha rebut la premsa diària en els darrers deu anys i el mapa actual d'aquest mitjà

En els últims deu anys, el principal instrument de la política de suport del Govern de la Generalitat de Catalunya a la premsa diària han estat els convenis i les subvencions directes, generalment de caràcter discrecional, canalitzades als diferents mitjans quasi sempre a través del Departament de la Presidència.

L'excepció a la discrecionalitat han estat les ajudes regulades a la premsa en català (l'ajut automàtic), canalitzades a través del Departament de Cultura. Aquest ajuts han estat i estan a l'abast de totes les publicacions que compleixen els requisits i els sol·liciten a l'Administració.

Encara que la petició del Parlament de Catalunya se centra en la premsa diària, la realitat empresarial del sector fa difícil separar els diaris dels altres mitjans de comunicació. Els receptors dels ajuts públics són grups editors que, molt sovint, també tenen altres mitjans de comunicació (publicacions setmanals o digitals, ràdios, televisions...) Qualsevol ajut públic a un projecte concret repercuteix en les finances de tot el grup. Per això, a l'hora d'elaborar aquest informe, s'ha considerat convenient comptabilitzar les ajudes a tots els mitjans de comunicació que pertanyen als grups editors de diaris.

Molts dels convenis subscrits per l'Administració catalana amb les empreses periodístiques han inclòs compromisos concrets en matèria de subscripcions i d'insercions publicitàries. En aquest informe també s'han comptabilitzat aquests compromisos com a ajudes, ja que la fórmula del conveni garanteix als mitjans de comunicació uns ingressos més estables –per subscripcions o per publicitat– que les pràctiques comercials convencionals.

Així, per tots aquests conceptes, del 1995 al 2004 (ambdós inclosos) el Govern de la Generalitat ha destinat 90 milions d'euros a mitjans de comunicació de titularitat privada. A aquesta quantitat s'hi han d'afegir uns 23 milions d'euros d'inversió publicitària en premsa escrita, contractada per vies convencionals, i 3 milions d'euros més de subscripcions directes a diferents publicacions.

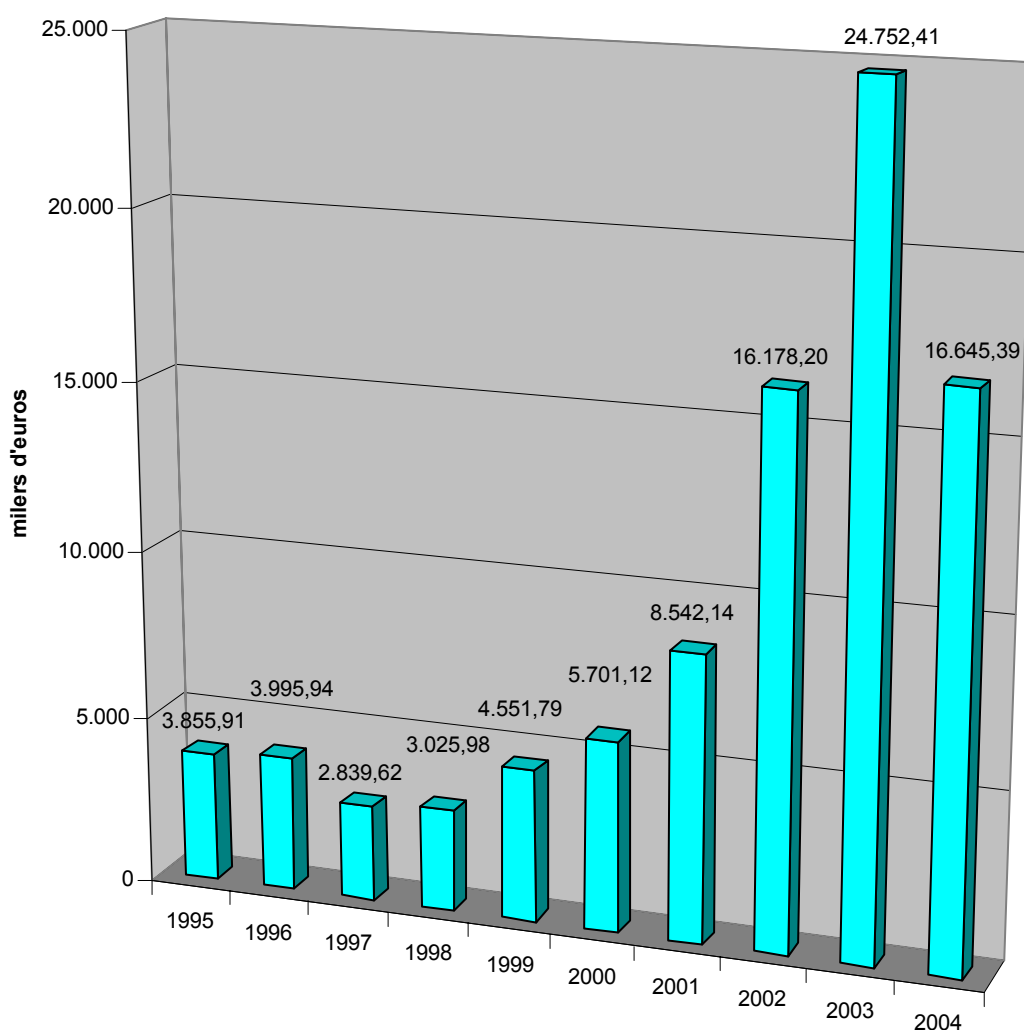
1. Convenis, subvencions i subscripcions

En la primera meitat del període estudiat, del 1995 al 1999, el Govern de la Generalitat va destinar uns 3 o 4 milions d'euros anuals a subvencionar els mitjans de comunicació. Però en l'últim any d'aquest quinquenni, el 1999, es van superar els 4 milions d'euros i mig i va començar una tendència a l'alça que encara es va accentuar més en els anys següents.

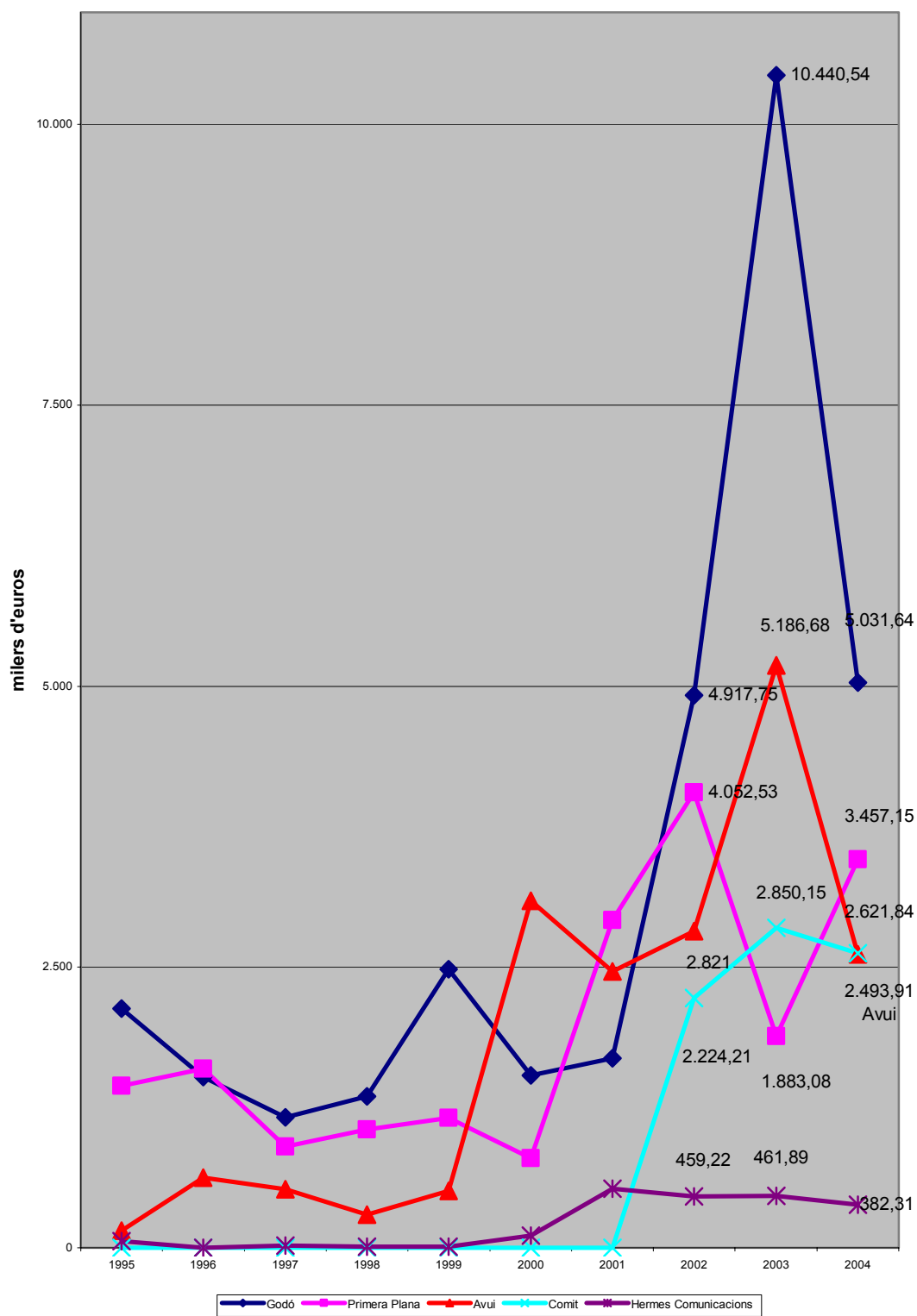
Així, durant la legislatura 2000-2003 els fons públics destinats a subvencionar els mitjans de comunicació de titularitat privada es van incrementar cada any entre un 50 i un 89 per cent. La despesa pública en concepte de convenis i subvencions va arribar al seu màxim el 2003, any de les últimes eleccions autonòmiques, amb prop de 25 milions d'euros dedicats a aquesta política.

El 2004, el volum total de fons públics dedicats als convenis i subvencions ha disminuït un 32%. Les partides del Departament de la Presidència dedicades al suport als mitjans de comunicació han disminuït aproximadament en la mateixa proporció i han passat dels 18 milions d'euros del 2003 als 12 milions l'any 2004.

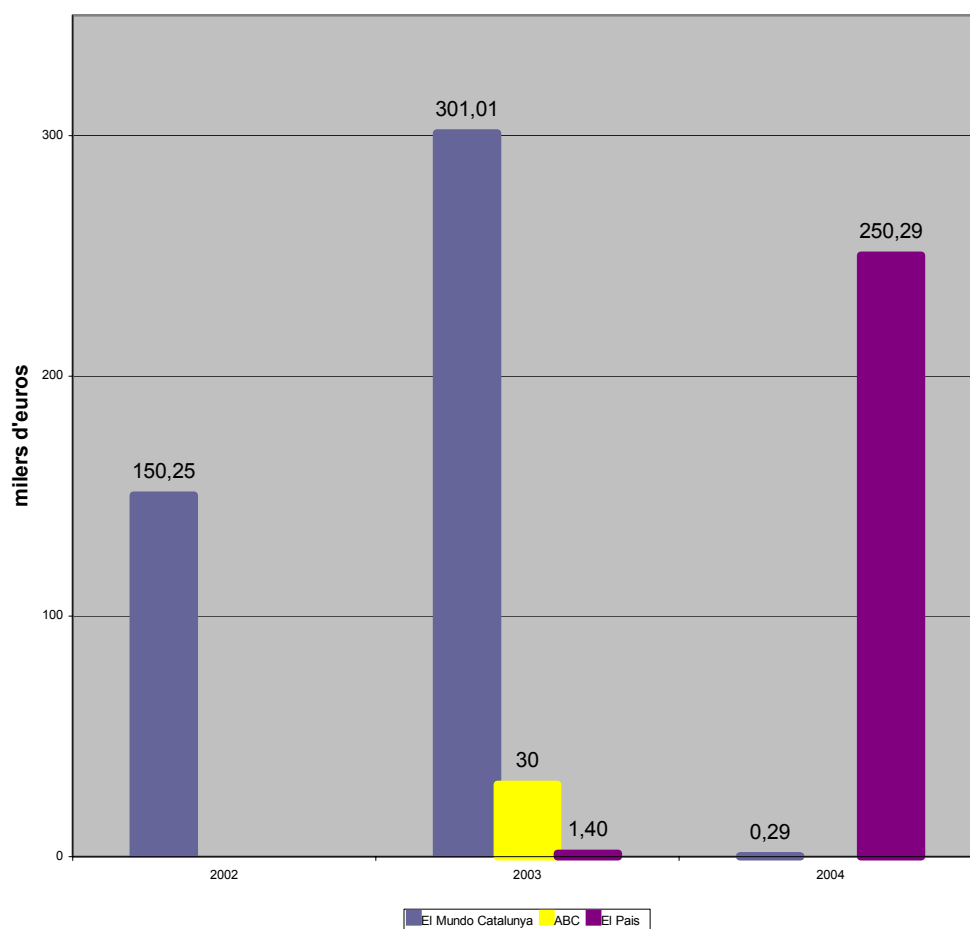
Convenis i subvencions 1995-2004



Convenis, subvencions i subscripcions Els cinc primers

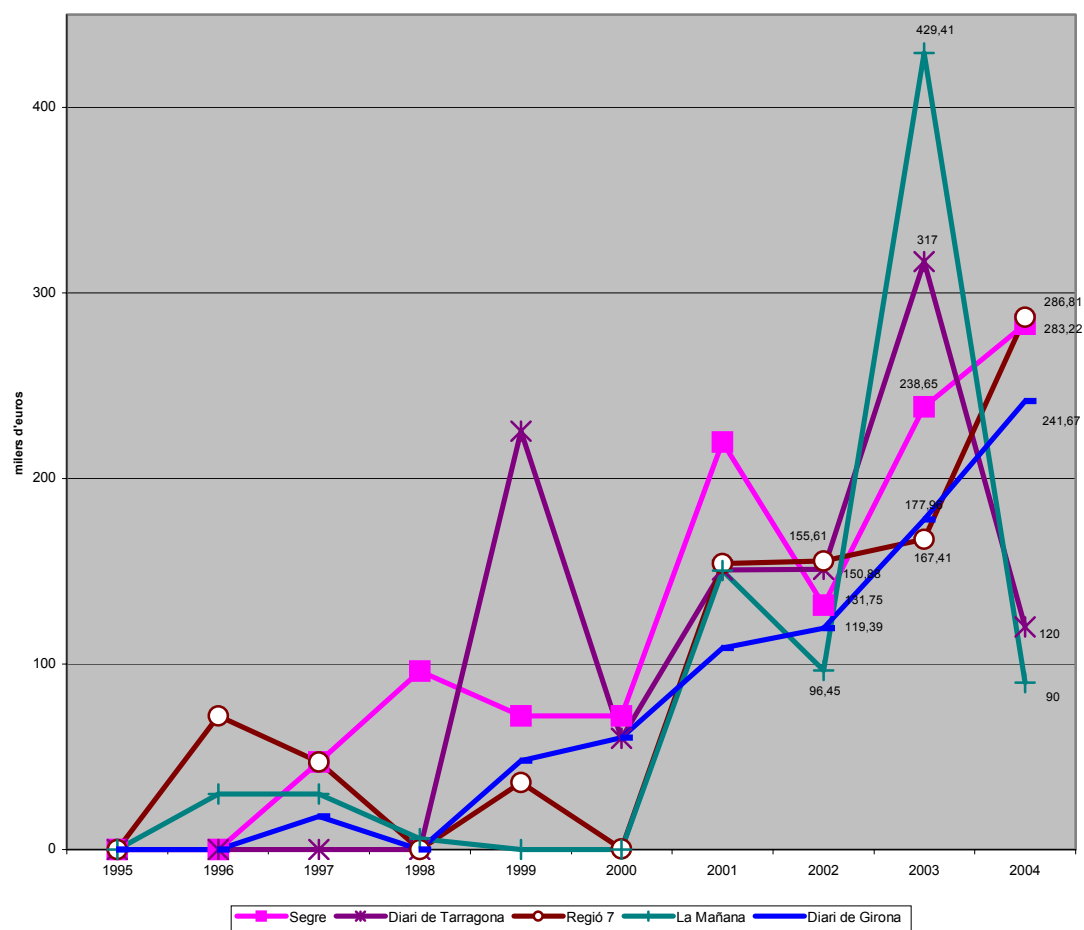


Convenis, subvencions i subscripcions a diaris d'àmbit estatal



- Els diaris d'àmbit estatal amb edició a Catalunya han rebut subvencions els últims tres anys, especialment El Mundo Catalunya (2002 i 2003) i El Pais (2004).

Convenis, subvencions i subscripcions a diaris regionals i comarcals



Subscripcions

La despesa dels darrers deu anys en subscripcions directes a mitjans de comunicació no és significativa, perquè les subscripcions en bloc més importants s'han fet a través de convenis i, per tant, estan incloses en els quadres anteriors.

En qualsevol cas, les subscripcions a mitjans de comunicació han evolucionat de manera semblant a les subvencions i la publicitat: a partir del 1999 i, sobretot, durant tota la legislatura 2000-2003, van augmentar de manera important. L'única diferència és que el volum de recursos dedicat a aquest capítol és considerablement més petit que les quantitats destinades a subvencions o la publicitat. El 2004 s'hi han dedicat 382,6 milers d'euros, que, en bona part, corresponen a compromisos adquirits amb anterioritat.

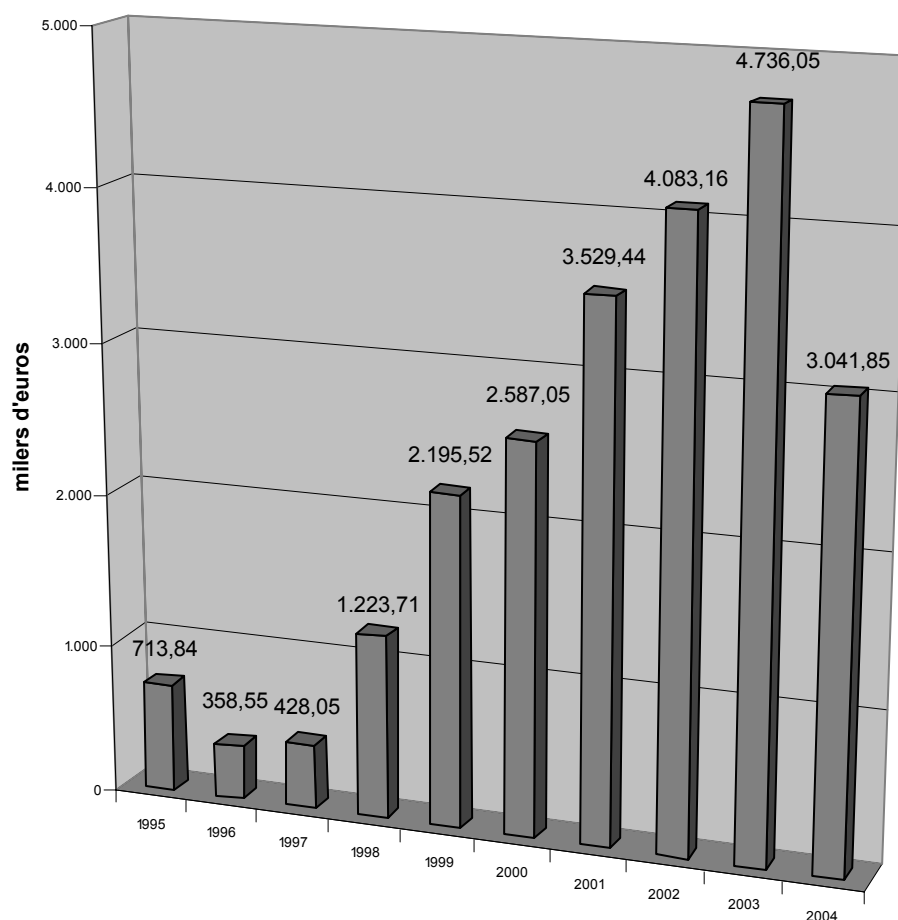
2. Publicitat en la premsa diària

La inversió publicitària del Govern de la Generalitat en la premsa diària i, en conjunt, en els mitjans de comunicació, també ha registrat un fort augment en els últims deu anys. Ha estat un augment continuat, no tan brusc com els increments de les subvencions a partir del 2002, però igualment espectacular.

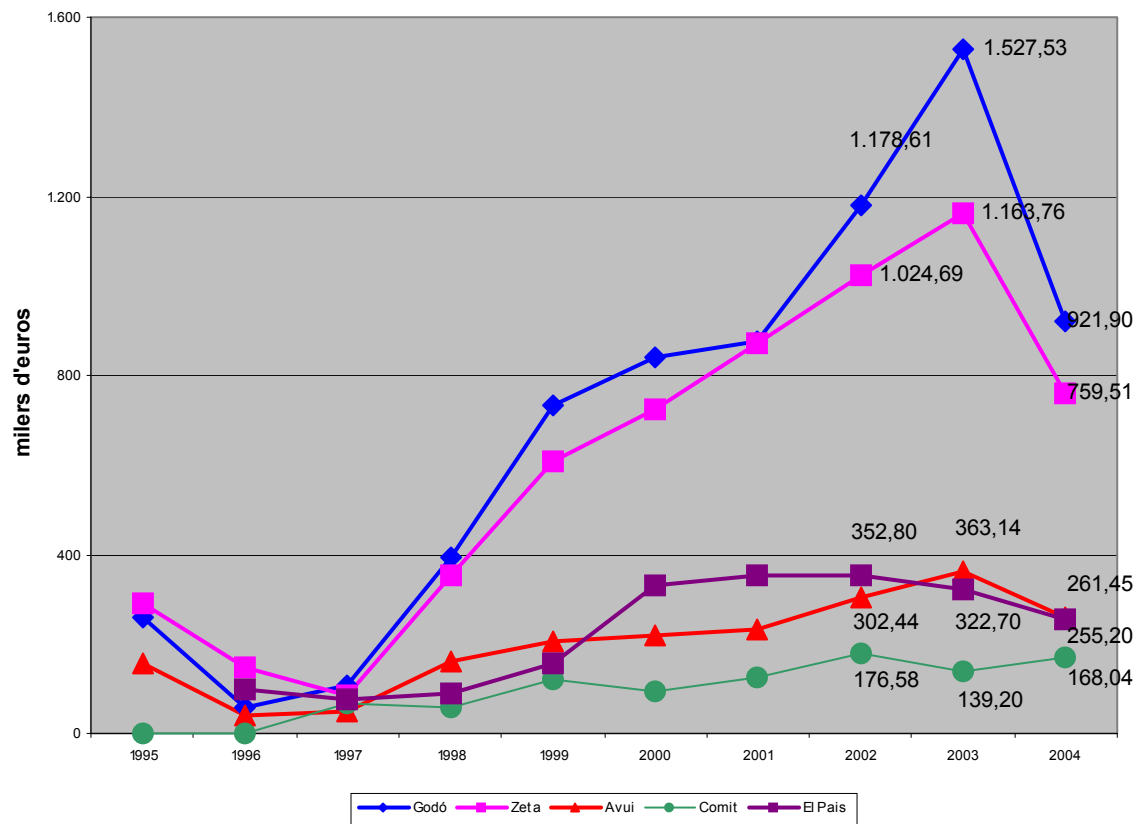
Les dades del 95 al 97 recollides en aquest informe corresponen només al Departament de la Presidència i a la Direcció General de Difusió, ja que en aquells anys la contractació es feia de manera directa i no hi ha dades centralitzades. A partir del 98 la contractació es va fer a través de les centrals de mitjans.

El 2004 la inversió publicitària ha disminuït un 35% respecte l'any anterior.

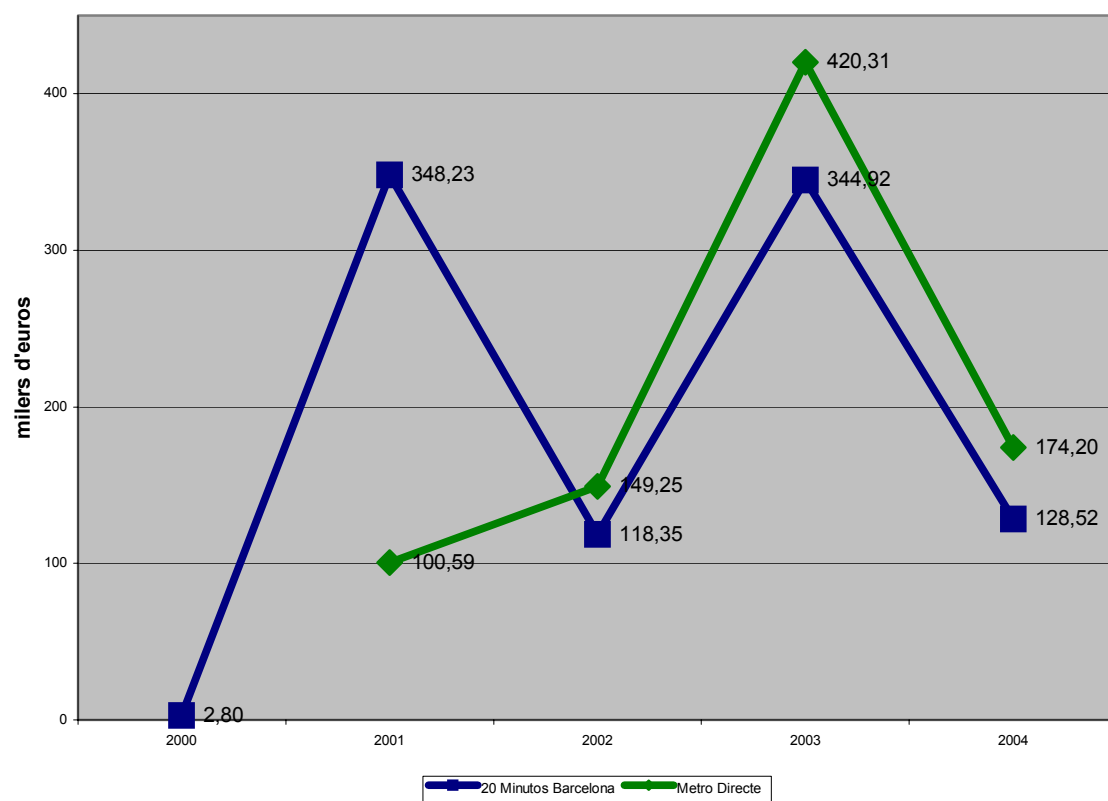
**Publicitat
1995-2004**



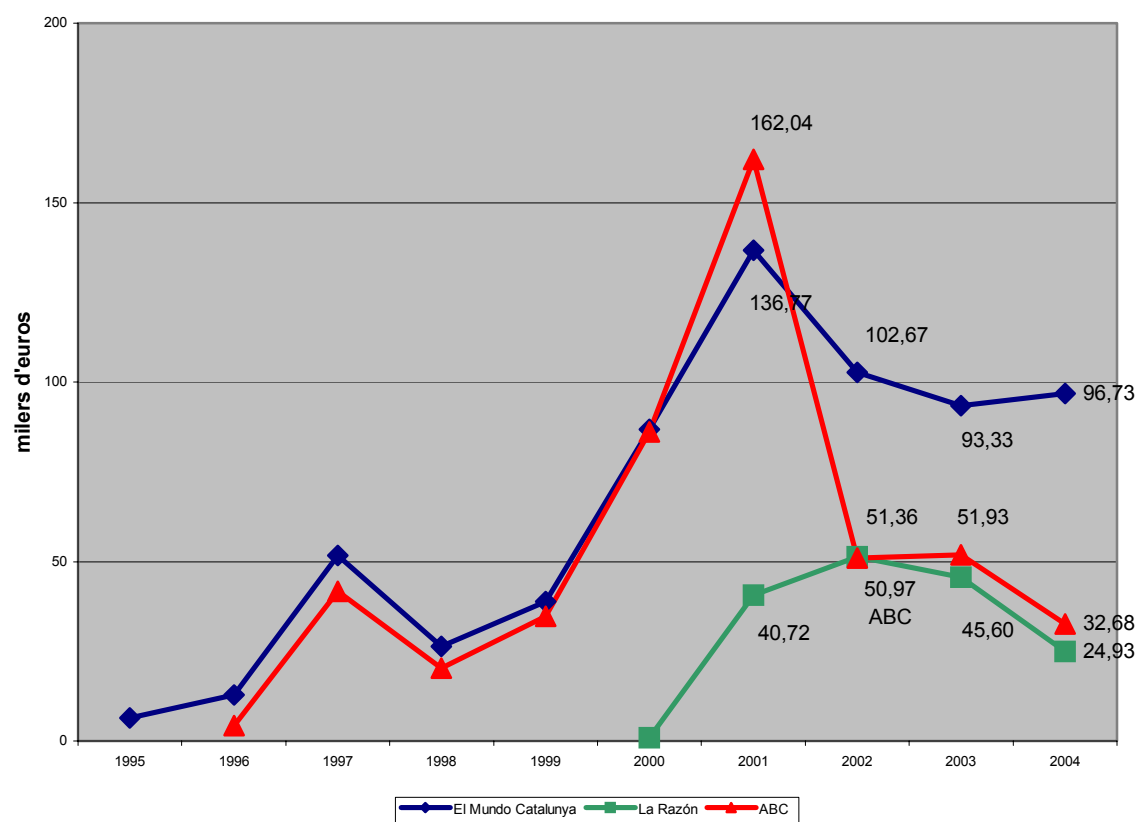
Publicitat als cinc primers



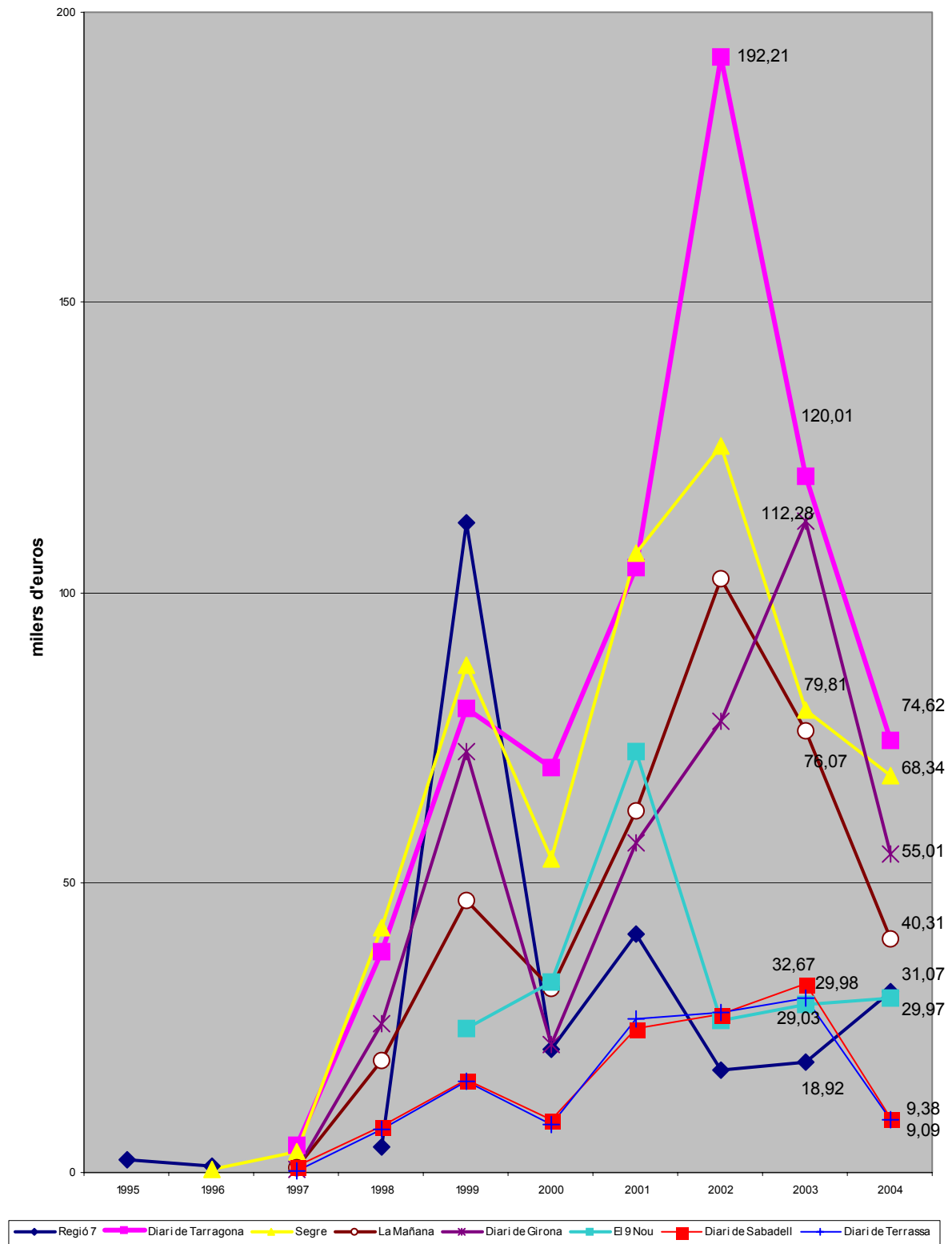
Publicitat als diaris gratuïts



Publicitat als diaris d'àmbit estatal



Publicitat als diaris comarcals



3. Annexos

I. Convenis i subvencions, del 1995 al 2004, departament per departament

II. Publicitat, del 1995 al 2004, departament per departament

III. Subscripcions, del 1995 al 2004, departament per departament