

REVISTA DE ESTUDIOS REGIONALES

I.S.S.N.: 0213-7585

2ª EPOCA Septiembre-Diciembre 2023



128

SUMARIO

Leonardo Egidio Torre Cepeda, Joana Cecilia Chapa Cantú y Eva Patricia González González. Integración comercial México-Estados Unidos y su contribución económica nacional y regional en México

Miriam Valdés-Ibarra y Edgar David Gaytán-Alfaro. Estructura productiva y grado de estabilidad en el crecimiento económico de regiones poco diversificadas: El caso del Estado Zacatecas, México

Rocío Gálvez-García y Magdalena Suárez-Ortega. Conditioning factors in Andalusian women's entrepreneurial profile

Christian Joel González Cuatianquis y Reyna Elizabeth Rodríguez Pérez. Crisis económica de 2008-2009: Cambios en la desigualdad salarial entre regiones de acuerdo con su exposición a la apertura comercial

Fernando González-Ferriz, Javier Sánchez-García y Fernando J. Garrigos-Simon. The relationship between export performance and new marketing approaches in the Spanish fashion sector

Isabel Fernández Alonso y Quique Badia Masoni. Financiación pública de medios privados. Los casos de los grupos catalanes Hermes Comunicaciones y Editora de Prensa Periódica Ara (2016-2018)

José Miguel Rojo Martínez. La identidad regional en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia: Un análisis estadístico sobre su extensión

Manuel De Maya Matallana, Prudencio José Riquelme Perea y María López Martínez. Sostenibilidad socioeconómica de las Comunidades Autónomas Españolas mediante indicadores objetivos y subjetivos de calidad de vida

Financiación pública de medios privados. Los casos de los grupos catalanes Hermes Comunicacions y Editora de Premsa Periòdica Ara (2016-2018)

Public funding of private media. The cases of the Catalan groups Hermes Comunicacions and Editora de Premsa Periòdica Ara (2016-2018)

Isabel Fernández Alonso
Quique Badia Masoni
Universidad Autónoma de Barcelona

Recibido, Septiembre de 2021; Versión final aceptada, Diciembre de 2021

PALABRAS CLAVE: Política de medios, Subvenciones, Publicidad institucional, Economía de los grupos de comunicación, Cataluña

KEYWORDS: Media policies, Subsidies, Institutional advertising, Economics of media groups, Catalonia

Clasificación JEL: G38, L53, M21

RESUMEN

Este trabajo describe y analiza las transferencias de fondos públicos –fundamentalmente subvenciones y publicidad institucional– a las dos empresas de medios catalanas que editan las principales cabeceras de línea editorial independentista –*El Punt Avui* y *Ara*– durante los años álgidos del *procés* (2016-2018).

Se trata del primer estudio que se realiza con este enfoque en España. Ha sido posible al recurrir a la normativa sobre transparencia para recabar datos de las principales administraciones catalanas.

Se concluye que los ingresos públicos, al menos un 20% del total, son clave para la supervivencia de las dos compañías.

ABSTRACT

This work focuses on one of the three main mechanisms of media capture by political power: the transfer of public funds to the accounts of companies owning media

outlets. Specifically, it focuses on regulated subsidies and contracts for the display of institutional advertising, which clearly is the channel through which the main transfers are made. However, this is a very complex issue, particularly in a country like Spain with a highly decentralized administration, which means that the Spanish Government and the regional and local governments –provincial councils, city councils and other entities such as insular or regional councils– can arbitrate different means that contribute to swell the coffers of media companies.

This paper sets out to discuss the case of Catalonia, as it is the Spanish autonomous region that has traditionally invested the most in institutional advertising and subsidies to the press. This strong investment is largely explained by the relevance that the different Catalan governments have given to the articulation, through very interventionist media policies, of their own communication system –the so-called *espai català de comunicació*–, seen by them as essential to advance the process of national construction.

Specifically, the public funds received during the three-year period of 2016-2018 –the peak of the so-called *procés* (a nationalist venture aiming at Catalonia's independence)– by the media companies *Hermes Comunicacions* and *Edició de Premsa Periòdica Ara* are analyzed. We aim at assessing the impact that these funds have had on the turnover –and, therefore, on the viability– of the publishers of the two main Catalan pro-independence newspapers during the above-mentioned period. *El Punt Avui* and *Ara*, respectively.

For this purpose, we have obtained, through transparency procedures, the income accrued by the media outlets of both groups from institutional advertising –and other minor sources–, from the Catalan Government (Generalitat de Catalunya), from the four Catalan provincial councils and from the city councils of the capitals of the four provinces of this community during the three-year period under study. The business figures and income from subsidies were obtained through the Mercantile Register by studying profit and loss statements. The balance sheets and management reports of the two said companies have provided us with elements of interpretation regarding business strategies and, especially, the dependence of both companies on public financing.

Qualitative analysis has therefore been used, as well as documentary analysis as a research tool –including also abundant journalistic work–, and secondary data analysis.

It is concluded that the two companies under study, *Hermes Comunicacions* and *Edició de Premsa Periòdica Ara*, have a proven dependence on public funding, particularly on institutional advertising of the Generalitat, but also on subsidies and other means for the transfer of public funds, such as block subscriptions to the newspapers by the different administrations.

Specifically, it is shown that public funding accounts for at least 20% of the turnover of these companies. It should be remembered that only the four largest Catalan municipal administrations have been analyzed, and that there is evidence of regular agreements with other municipalities.

Particularly significant is the acknowledgment of this dependence on the public sector by the management reports of the companies here analyzed. Thus, in its 2017

report, *Hermes Comunicacions* points out that the suspension of institutional campaigns, coinciding with the intervention of the Generalitat by the central government as a result of the unilateral declaration of independence, forced them to an immediate reduction in production and personnel costs. Meanwhile, the management reports of *Edició de Premsa Periòdica Ara* related to the financial years 2016, 2017 and 2018 coincide in highlighting as one of their main risks the dependence on institutional advertising for their turnover (the more conspicuous one being the year 2017).

This dependence is even more relevant if we take into account the accumulated long-term debt of the two companies that exceeded € 13 million for the publisher of *El Punt Avui* at the end of the three-year period under study, with a turnover of about € 16 million in 2018, and € 10.6 million for the publisher of *Ara*, showing a turnover of about € 13 million the same year 2018.

It is clear that the two companies have always had a strong support from the public sector, especially from the Generalitat, as it can be seen in the discretionary subsidies of one and a half million euros that the Catalan government granted for the merging of *El Punt* and *Avui*, and one million euros for the launching of *Ara* a decade ago.

It is relevant, however, that *Ara* refused to disseminate the advertising of 1-O illegal referendum, which, by contrast, was featured in the pages of *El Punt Avui*. One possible explanation for this different behavior regarding such relevant event is *Ara*'s greater financial backing from its main shareholders, who have granted participating loans to the publisher covering almost all of its non-current liabilities. Although it should be noted that most of the partners of *Edició de Premsa Periòdica Ara* are funded by the public coffers in different ways, its current majority shareholder, Ferran Rodés, is also a shareholder of *Media Planning*, one of the agencies systematically assigned to manage the Generalitat's institutional campaigns.

All in all, we are faced with two examples of media capture by the political power. It is clear that the survival of these journalistic projects –one of them, *Catalonia Today*, launched by former president of the Catalan Government, Carles Puigdemont, and now run by his wife is not only due to business logic. It is also obvious that, for example, the income figures for institutional advertising of *El Punt Avui* and *Ara* are not proportional to their audience, neither in print nor in digital, with the former being clearly the biggest beneficiary of the two. This, in turn, raises serious doubts about the general criteria for planning public advertising, a very opaque procedure that governments can easily use as an instrument of pressure, especially in times of crisis like the present time.

Studies on transfers of public funds to media companies in other Spanish autonomous regions are needed to determine if the financial dependence of media companies on political decisions at any given time is a generalized practice.

1. INTRODUCCIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA

En contextos democráticos, junto a la captura de los medios por diferentes grupos de interés –caso claro de los anunciantes–, se observan tres mecanismos fundamentales de captura por el poder político: la propiedad, la regulación y las transferencias de fondos públicos (Enikolopov y Petrova, 2016).

En el sistema mediático español hay abundantes ejemplos de las tres estrategias. En cuanto a la propiedad, nuestro país es con certeza el que cuenta con más medios públicos en el entorno europeo occidental: una radiotelevisión pública nacional, trece de ámbito autonómico y también abundantes canales de radio y televisión impulsados por las administraciones locales. A ello se suman las agencias de noticias de titularidad pública como EFE o la Agència Catalana de Notícies. El fracaso absoluto del concurso público para elegir a los máximos órganos de gestión de RTVE evidencia la voluntad de control de estos medios por el poder, de la que también se observan abundantes ejemplos en el ámbito autonómico (Fernández Alonso y Fernández Viso, 2012).

En cuanto a la regulación, el ejemplo más claro de captura de los medios por parte del poder político lo constituye el sistema de adjudicación de licencias –incluidas las condiciones de emisión– de FM y de TDT. Basta cotejar el color político de los gobiernos con el perfil editorial de los principales beneficiarios de los concursos. Un ejemplo muy llamativo de esto que apuntamos fue la adjudicación en 2005, por parte del Ejecutivo de Zapatero, de dos programas de TDT de cobertura nacional, con la posibilidad de que uno de ellos pudiera emitir en analógico –algo prohibido desde 2000 a los nuevos operadores digitales–, a la Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta. Esta misma empresa también se vio beneficiada por el Decreto-Ley 11/2009, que introducía la TDT de pago, en pleno agosto y por un procedimiento legislativo absolutamente excepcional, justo antes de que comenzase el Campeonato de Liga y en contra de las recomendaciones del Consejo de Estado¹.

1 <https://comunicacion.e-noticies.es/zapatero-hunde-a-prisa-y-beneficia-a-mediapro-31876.html> *El País*, perjudicado por esta decisión, revelaba los vínculos entre el entonces Gobierno socialista y los principales accionistas de La Sexta: https://elpais.com/diario/2007/09/22/sociedad/1190412013_850215.html

En esta línea, es significativo que el Gobierno de España conserve la competencia para adjudicar las licencias de emisión frente al regulador independiente, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), si bien en el caso de Cataluña, el otorgamiento de estas mismas licencias –a los operadores de radio y televisión de cobertura autonómica y local– por su consejo audiovisual (CAC) también ha sido muy cuestionado, debido al control que ejercen las fuerzas políticas mayoritarias en el Parlamento sobre el sistema de designación de los miembros de este regulador².

Pero en este texto nos centraremos en el tercer mecanismo referido de captura de los medios por parte del poder político: las transferencias de fondos públicos a medios privados, que se vehiculan fundamentalmente a través de la publicidad institucional, por más que se hayan estudiado mucho más las subvenciones.

Las subvenciones o ayudas a la prensa son un fenómeno que, con el argumento del fomento del pluralismo, se generaliza en Europa coincidiendo con la crisis del petróleo de los años setenta, que supuso un incremento considerable de los costes de producción y comercialización, a los que se sumaba la necesidad de realizar inversiones para la reconversión tecnológica, en un momento en que los tipos de interés eran muy elevados y se derrumbaban los ingresos por publicidad. Pretendía ser una fórmula para salvar a cabeceras que, en este contexto, se encontraban en una situación muy frágil (Mateo, 1990, pp. 28-32). En España, a escala estatal, las ayudas directas –a medios concretos y para fines concretos– se extienden hasta finales de los ochenta. El entonces Gobierno socialista justificó su eliminación –por la vía de la Ley 37/1988– debido al incremento del total de beneficios declarados del sector (un 500% entre 1984 y 1987), al aumento de la inversión publicitaria (un 192.04% entre 1982 y 1987) y al impulso de la difusión (un 15.18% entre 1982 y 1986)³. Desde entonces perviven las ayudas indirectas –IVA reducido a la venta de diarios– y también las directas a escala autonómica, casi todas por motivos lingüísticos, en las comunidades que cuentan con una lengua cooficial junto al español (Aguado-Guadalupe y Blasco-Gil, 2020). Cabe matizar que, entre las ayudas directas, se observan

2 https://cronicaglobal.elespanol.com/politica/el-cac-adjudica-nueve-licencias-de-radio-a-la-vanguardia-y-seis-a-miquel-calcada_10800_102.html

3 *Boletín Oficial de las Cortes Generales*, serie D, n° 257, 2 de diciembre de 1988, pp. 12847 y 12848.

en ocasiones ayudas no regladas, otorgadas con total discrecionalidad por las administraciones, sin que medie un concurso público ni criterios objetivos de adjudicación. En este texto veremos dos ejemplos significativos.

En los últimos años, con la aprobación de las normativas sobre transparencia, aunque aún no existan estudios académicos en esta línea, se ha podido intuir la incidencia de las campañas de publicidad de las administraciones públicas –publicidad institucional– en las cuentas de las empresas mediáticas. La Moncloa ofrece cifras, aunque solo globales –ingresos por sectores mediáticos– desde 2006⁴. La información sobre esta materia por comunidades es muy diversa⁵.

Junto a estas dos formas de transferencias de fondos públicos a medios privados –subvenciones y publicidad institucional– existen otras de menor cuantía de las que raras veces se habla, como las suscripciones en bloque –que se han de reclamar por el sistema de transparencia a cada administración– y los encargos editoriales, sobre los que no existe información accesible, aunque sí evidencias claras de su existencia como pueden ser los acuerdos contenidos en algunas actas municipales, tal como veremos más adelante. Tampoco son nada desdeñables fórmulas tan peculiares como fue en su momento –entre 2014 y 2018– el alquiler de parte del múltiplex de TDT de cobertura autonómica con el que contaba Godó en Cataluña por parte de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales –la radiotelevisión pública catalana– por un importe anual de 1,9 millones de euros⁶.

Se trata, en todo caso, de un tema muy complejo, particularmente en nuestro país, debido a la existencia de un elevado grado de descentralización administrativa que hace que tanto el Gobierno de España como los autonómicos y locales –diputaciones, ayuntamientos y otros entes como consejos insulares o comarcales– puedan arbitrar diferentes fórmulas que contribuyan a engrosar las arcas de las empresas mediáticas.

Así las cosas, en este texto hemos optado por detenernos en el caso de Cataluña, por ser la comunidad autónoma española que tradicionalmente más invierte en publicidad institucional y en subvenciones a la prensa (Arce

4 <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Paginas/PlanesEInformes.aspx>

5 En el momento de escribir estas líneas, otros miembros del proyecto de investigación en el que se enmarca este artículo están tratando de sistematizarla.

6 https://www.ara.cat/media/Corporacio-llogar-Grupo-Godo-multiplex_0_1954604569.html

Media⁷; Aguado-Guadalupe y Blasco-Gil, 2020). Esta fuerte inversión se explica en buena parte por la relevancia que los diferentes gobiernos catalanes han concedido a la articulación, mediante unas políticas de medios muy intervencionistas, de un sistema comunicativo propio –el denominado *espai català de comunicació*–, considerado esencial para avanzar en el proceso de construcción nacional (Guimerà y Fernández-Viso, 2014).

En concreto, analizaremos los ingresos públicos que han recibido durante el trienio 2016-2018 –el momento álgido del denominado *procés* (nacionalista hacia la independencia) (Lagares Díez, Pereira López y Járaiz Gulías, 2021)– las sociedades Hermes Comunicacions y Edició de Premsa Periòdica Ara, con el objetivo de ver el peso que estos ingresos han supuesto en el volumen de negocio –y, consiguientemente, en la viabilidad– de las compañías que editan las dos principales cabeceras independentistas del panorama comunicativo catalán durante el referido periodo: *El Punt Avui* y *Ara*, respectivamente.

Para ello, hemos recabado, vía transparencia, los ingresos que los medios que forman parte de ambos grupos han obtenido en concepto de publicidad institucional –y otras partidas menores– de la Generalitat de Catalunya, de las cuatro diputaciones catalanas y de los ayuntamientos de las capitales de las cuatro provincias de esta comunidad durante el trienio objeto de estudio. Las cifras de negocio y los ingresos en concepto de subvenciones los hemos recabado a través del Registro Mercantil, estudiando las cuentas de pérdidas y ganancias. Los balances y los informes de gestión de las mencionadas sociedades nos han aportado elementos interpretativos sobre las estrategias empresariales y, especialmente, sobre la dependencia de ambas de la financiación pública.

Hemos seguido, por tanto, una metodología cualitativa y las técnicas de investigación han sido el análisis documental –incluyendo también abundantes trabajos periodísticos– y el análisis secundario de datos.

7 Los datos de Arce Media han sido adquiridos por los autores en el marco del proyecto de I+D+i en que se engloba este trabajo. Las cifras de las diferentes administraciones autonómicas y locales son estimativas, a partir del cálculo del coste de las inversiones que cada una de ellas ha insertado en los principales medios.

2. TRANSFERENCIAS PÚBLICAS E IMPACTO EN LAS CUENTAS DE HERMES COMUNICACIONS

Hermes Comunicacions es una sociedad anónima, constituida el 28 de junio de 1993, que cuenta en el momento de cerrar este artículo con un administrador único, Joan Vall i Clara, que compró, en diciembre de 2019, el 74,36% de las acciones a Joaquim Vidal i Perpinyà, pasando así a contar con el 77,1% del grupo. Vall i Clara acumula casi tres décadas de experiencia en diferentes cargos de gestión de esta empresa, siendo consejero delegado desde 2012 hasta que asume el control de la sociedad⁸.

Aquel año (2012), a su vez, Vidal i Perpinyà había comprado las acciones del anterior presidente de Hermes Comunicacions, Joan Bosch, justo un mes después de la aplicación de un ERE que había afectado a 49 trabajadores. Vidal i Perpinyà era entonces propietario de la Televisió de Girona y empresario del sector de la alimentación. Previamente había sido alcalde de Sant Gregori (1983-1995) y senador por Gerona (1996-2000), en ambos casos en las listas de la extinta Convergència i Unió (CiU). Es, en todo caso, la persona que está al frente del grupo que analizamos durante el trienio objeto de estudio (2016-2018)⁹.

2.1. Activos del grupo

Hermes Comunicacions, según se observa en sus cuentas anuales de 2016, absorbió, con efectos contables a 1 de enero de ese año, las sociedades Catalonia Today S.L.U., Revista Presència S.L.U. y Xarxa de Serveis i Comunicació 2014 S.L.U., de modo que entre 2016 y 2018 los activos mediáticos legalmente adscritos al grupo son el diario *El Punt Avui*, El Punt Avui Televisió, y las revistas *Catalonia Today* y *Presència*.

El Punt Avui es un diario independentista que comienza a publicarse el 31 de julio de 2011, resultado de la fusión de dos cabeceras, *El Punt* y *Avui*, ambas lanzadas al mercado catalán durante la Transición. *Avui*, en 1976, mediante suscripción popular –fue el primer diario editado en catalán– y *El Punt*, en 1979 –*Punt Diari* hasta 1990–, orientado inicialmente al mercado gerundense.

8 <https://comunicacio21.cat/noticies/joan-vall-nou-propietari-del-punt-avui/>

9 <https://comunicacio21.cat/noticies/el-punt-avui-canvia-de-mans-per-1-euro/>

En 2009, Hermes Comunicacions, editora de *El Punt*, compró el 100% de las acciones de la Corporació Catalana de Comunicació S. L.¹⁰, sociedad participada por Godó (40%), Planeta (40%) y el Institut Català de Finances (20%), constituida en 2004 para tratar de reflotar –sin éxito– *Avui*, a raíz de la quiebra de su entonces editora, Premsa Catalana S.A.¹¹. Finalmente, Hermes Comunicacions absorbió a su filial Corporació Catalana de Comunicació con efectos contables a partir del 1 de enero de 2012, tal como recoge también las cuentas anuales del grupo correspondientes a 2016.

El proceso de integración de las dos cabeceras contó con una importante inyección extraordinaria de fondos públicos: 1,5 millones de euros en el marco de las subvenciones Departamento de Cultura de 2010, en concepto de “convergencia de los sistemas de redacción, comerciales y locales”¹².

El Punt Avui Televisió fue un canal de televisión digital terrestre de cobertura local, que emitió en diversas demarcaciones muy pobladas de Cataluña entre abril de 2014 y diciembre de 2019. Se lanzó gracias a un acuerdo de alquiler entre las sociedades Publicitat i Comunicació del Vallès, S.L. –controlada por el empresario italiano Nicola Pedrazzoli y con licencias de emisión en Barcelona, Sabadell, Lérida, Blanes, Tarragona y Vic– y Xarxa de Serveis i de Comunicacions 2014 S.L que, como hemos visto, sería absorbida dos años después por Hermes Comunicacions.

La autorización del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC), por acuerdo 52/2014, para que El Punt Avui Televisió pudiera emitir por las frecuencias que hasta entonces utilizaba el Canal Català de Pedrazzoli, se realizó gracias al voto de calidad del presidente de este regulador. Tres consejeros –los propuestos por los partidos constitucionalistas– realizaron un voto particular en el que, junto a otras cuestiones de procedimiento, denunciaban que no quedaba garantizada la emisión de contenidos de proximidad específicos para cada demarcación, tal como exigía la normativa audiovisual vigente. Apuntaban, en este sentido, que el diario *El Punt Avui* había anunciado una programación común en todas ellas, lo que podría

10 https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2009-11-27/el-punt-compra-a-lara-el-diario-independentista-avui_343175/

11 https://elpais.com/diario/2004/12/30/sociedad/1104361207_850215.html

12 Aparece como beneficiaria la Corporació Catalana de Comunicació, S. L. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 9 de mayo de 2011, p. 26.377.

suponer la articulación artificial de una especie de canal de TDT privada de cobertura autonómica, cosa que efectivamente ocurrió.

Los consejeros propuestos por los partidos constitucionalistas denunciaron en diversas ocasiones posteriores esta evidente irregularidad. Por ejemplo, en el acuerdo 40/2015 que, también con el voto particular del Presidente del CAC, supuso el sobreseimiento de un expediente sancionador a El Punt Avui Televisió por emitir toda la programación en cadena. La excusa para eludir la multa fue una modificación legal del concepto de “producción propia” recogido en la Ley de la comunicación audiovisual de Cataluña, gracias a los votos de CiU y Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), las dos grandes fuerzas políticas nacionalistas (Fernández Alonso, 2017, pp. 376-380).

El Punt Avui Televisió es, sin duda, el principal actor de la TDT local en Cataluña durante el trienio que se contempla en este artículo.

Otro de los activos de Hermes Comunicacions, *Presència*, fue un semanario lanzado en 1965, suplemento de *El Punt* –también lo fue de otros diarios– desde 1982 y sustituido por *La República* en mayo de 2018. *La República*, sin embargo, no está editada por Hermes Comunicacions sino por la sociedad Maig 2011 S.L.L. Esta sociedad, que en 2018 también editaba *L'Economic* y *L'Esportiu*, estaba presidida por Emili Gispert Negrell, antiguo apoderado de *El Punt* y contaba con Vall i Clara como socio minoritario. *La República* comienza a funcionar con 12 empleados despedidos de Hermes Comunicacions que, con las aportaciones del paro, se convierten en socios –y trabajadores– de Maig 2011¹³.

Finalmente, *Catalonia Today* es una revista sobre Cataluña escrita en inglés y orientada a extranjeros que viven en esta comunidad, impulsada por el ex presidente de la Generalitat Carles Puigdemont. Desde 2011 –cuando el hoy eurodiputado accedió a la Alcaldía de Gerona en las listas de CiU– está dirigida por su mujer, Marcela Topor. Según apunta el periodista Antonio Fernández, “fuentes cercanas a Puigdemont reconocen que la publicación fue ideada para ser mantenida con subvenciones públicas, siguiendo la estrategia que habían impulsado los sucesivos gobiernos de Jordi

13 https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/el-punt-avui-la-republica_544469_102.html

Pujol”¹⁴. Fernández subraya, en esta línea, la existencia de transferencias de fondos públicos a *Catalonia Today*, especialmente durante los años del Gobierno tripartito de socialistas, republicanos y ecologistas (2003-2010). Así, por ejemplo, percibió 97.300 euros en 2005 de la Secretaría General del Consejero Primero del Departamento de la Presidencia —el republicano Bargalló—, cuando Xavier Vendrell —en el momento de escribir este texto investigado por un presunto desvío de fondos públicos para financiar la estancia de Puigdemont en Waterloo— estaba al frente de esta secretaría. La finalidad de esta subvención era “potenciar la política comercial del semanario y mejorar su posible posicionamiento en el mercado”¹⁵. En 2006, cuando ERC ya había abandonado el primer tripartito, *Catalonia Today S.L.* ingresó, por citar otro ejemplo, 97.450 euros, también del Departamento de la Presidencia, en esta ocasión para la edición de los suplementos *CT Review* y *Money and Business*¹⁶.

2.2. Ingresos totales anuales y subvenciones públicas durante el trienio

Según las cuentas anuales que constan en el Registro Mercantil, Hermes Comunicacions ingresó en 2016 un total de 19.244.432,86 euros, de los que 620.529,62 corresponden a subvenciones públicas. El ejercicio se saldó con un resultado positivo de 345.723,12 euros.

En 2017, siempre de acuerdo con las cuentas anuales, la cifra de ingresos descendió a 17.718.383,14 euros, 535.208 resultado de ayudas públicas. En el informe de gestión de la sociedad que acompaña a las cuentas anuales se recogen dos explicaciones para este descenso: por un lado, la pérdida del principal cliente de la sociedad en materia de contratación de programas de televisión, lo que implicó una pérdida de facturación de 2,3 millones de euros; y por otro lado, la intervención económica de la Generalitat y la posterior aplicación el artículo 155 de la Constitución, que supuso la paralización de la contratación de publicidad institucional desde el

14 https://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2018-03-11/puigdemont-recibio-como-editor-433-000-en-subvenciones-y-dejo-colocada-a-su-mujer_1533349/

15 PRE/3624/2005, de 19 de diciembre. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 28 de diciembre de 2005, p. 43.267.

16 PRE/4195/2006, de 28 de noviembre. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 22 de diciembre de 2006, p. 53.857.

mes de septiembre de 2017, reduciendo la facturación en aproximadamente 1,2 millones de euros.

Como consecuencia de todo esto, el ejercicio se cerró con unas pérdidas de 1.514.064 euros, que obligaron a un proceso de reestructuración basado “en la reducción de costes de fabricación del diario, así como en la reducción de los costes de personal directo y colaboradores”.

En 2018, los ingresos totales sufrieron un nuevo descenso para situarse en 16.029.322,42 euros, ascendiendo las subvenciones públicas a 552.628,73. El ejercicio se cerró con unas pérdidas de 634.529,72 euros, “muy por debajo de los costes de reestructuración”, según apunta el informe de gestión, que señala 1,5 millones de pagos ese año en concepto de indemnizaciones.

Al concluir el trienio, el pasivo no corriente del grupo –deuda a largo plazo– superaba los 13 millones de euros, de los que 2,46 aparecen en el balance como deuda con entidades financieras y 10,65 como “otros pasivos financieros”.

2.3. Ingresos por publicidad institucional

Como apuntábamos en la introducción, las cifras de ingresos de los medios de Hermes Comunicacions en concepto de publicidad institucional han sido facilitadas a los autores por la Generalitat, las cuatro diputaciones provinciales y los cuatro ayuntamientos que son capitales de provincia. En el Cuadro 1 los recogemos desglosados por administración contratante y años.

Es evidente que el grueso de los ingresos proviene, con una enorme diferencia, de la Generalitat, destacando entre el resto de administraciones la Diputación y el Ayuntamiento de Gerona, la provincia donde tiene su origen este grupo.

Cabe matizar que las administraciones apenas han insertado publicidad en las revistas durante el trienio estudiado. Solo constan 9.328 euros de ingresos por campañas institucionales de la Diputación de Barcelona en *Presència*¹⁷. Toda la publicidad se ha orientado al diario y a la televisión de Hermes Comunicacions. En especial al diario, y sobre todo a su versión en

17 Hemos de precisar que la Diputación de Gerona y los ayuntamientos de Tarragona y Gerona no nos han facilitado los datos desglosados por medios.

papel. Así, por ejemplo, si tomamos los datos más significativos, los de la Generalitat, observamos, aunque no se detalle en el Cuadro, que *El Punt Avui* ingresó por publicidad pública 1.945.266 euros en 2016, 2.525.013 en 2017 y 1.356.814 en 2018. Su difusión media esos años fue de 21.656 ejemplares (Corbella Cordoní, 2019, p. 133). Mientras, *elpuntavui.cat* percibió, respectivamente, 233.796, 253.947 y 166.171 euros, disfrutando de una audiencia media durante el trienio de 49.539 (Corbella Cordoní, 2019, p. 157). El Punt Avui Televisió ingresó, a su vez, 233.580, 402.637 y 201.714 euros.

CUADRO 1
**TRANSFERENCIAS EN CONCEPTO DE PUBLICIDAD
 INSTITUCIONAL A HERMES COMUNICACIONS POR PARTE DE
 LAS PRINCIPALES ADMINISTRACIONES CATALANAS (2016-2018)**

Administraciones	2016	2017	2018
Generalitat de Catalunya	2.412.642 €	3.181.597 €	1.724.699 €
Diputación de Barcelona	29.774 €	30.624 €	160.233 €
Diputación de Tarragona	6.408 €	6.924 €	3.777 €
Diputación de Lérida	23.878 €	20.876 €	12.285 €
Diputación de Gerona	80.547 €	74.639 €	68.124 €
Ayuntamiento de Barcelona	53.083 €	70.245 €	53.340 €
Ayuntamiento de Tarragona	1.936 €	2.600 €	-
Ayuntamiento de Lérida	-	-	-
Ayuntamiento de Gerona	85.116 €	67.469 €	78.022 €
Total	2.693.384 €	3.454.974 €	2.100.480 €

Fuente: Las administraciones que aparecen en la columna de la izquierda

2.4. *Peso de las transferencias públicas sobre el total de ingresos*

Hemos sistematizado datos sobre ingresos totales y subvenciones públicas, tal como constan en el Registro Mercantil, y también datos sobre ingresos por campañas de publicidad institucional facilitados por las grandes administraciones catalanas (Generalitat, diputaciones y ayuntamientos de las cuatro capitales de provincia). Si sumamos los ingresos anuales por subvenciones y publicidad institucional y los cotejamos con los totales de cada ejercicio obtenemos un porcentaje de facturación del grupo analizado que proviene con certeza del sector público.

CUADRO 2
INGRESOS TOTALES DE HERMES COMUNICACIONS, INGRESOS
PROCEDENTES DEL SECTOR PÚBLICO Y PORCENTAJE DE LOS
SEGUNDOS SOBRE LOS PRIMEROS

Hermes Comunicacions	2016	2017	2018
Ingresos totales	19.244.432 €	17.718.383 €	16.029.322 €
Ingresos por publicidad institucional	2.693.384 €	3.454.974 €	2.100.480 €
Subvenciones	620.529 €	535.208 €	552.628 €
Cantidad y % ingresos procedentes del sector público	3.313.913 € (17,22%)	3.990.182 € (22,52%)	2.653.108 € (16,55%)

Fuente: Registro Mercantil, Generalitat de Cataluña, diputaciones y ayuntamientos de Barcelona, Tarragona, Lérida y Gerona.

De los datos que se recogen en el Cuadro 2 podemos concluir que el peso de las aportaciones públicas es nuclear en las cuentas de Hermes Comunicacions, situándose en torno al 20%. La media exacta de estos datos sería un 18,76%, pero es seguro que hay fuentes que lo incrementarían. Por ejemplo, las suscripciones en bloque de la Generalitat, que implicaron para el grupo gerundense 142.405 euros en 2016, 156.052 en 2017, y 142.033 en 2018¹⁸. Y también convenios con administraciones locales como el caso del suscrito con el Ayuntamiento de Riells i Viabrea “relativo a la contratación de servicios de publicidad y difusión para el año 2018”, un convenio renovable anualmente que supone la transferencia (mínima) a Hermes Comunicacions de 1.035,20 euros en concepto de suscripciones y una cifra mensual adicional de 163,73 euros en concepto de publicidad¹⁹.

A la vez, sorprende la cifra de ingresos procedentes del sector público en 2017 –22,52%, casi 4 millones de euros–, pese a que en el informe de gestión correspondiente a este año se apuntaba que se dejaron de percibir 1,2 millones de euros como consecuencia de la aplicación del artículo 155 de la Constitución y la toma de control de la Generalitat por parte del Gobierno de España a raíz de la declaración unilateral de independencia.

Si consideramos, según consta en las respectivas cuentas anuales, que el ejercicio 2016 se cerró con un saldo positivo para Hermes Comuni-

18 Datos facilitados a los autores por el Gobierno catalán, previo requerimiento a través del Portal de Transparencia.

19 Acta de la Junta de Gobierno Local, del 24 de enero de 2018. La vigencia de la primera anualidad de este convenio es del 8 de febrero de 2018 al 7 de febrero de 2019.

cacions de 345.723,12 euros; 2017, con un saldo negativo de 1.514.064 euros; y 2018, con un saldo también negativo de 634.529 euros, se ha de concluir que la dependencia de las transferencias públicas es crucial para la supervivencia del grupo. Se entienden, por tanto, las medidas de reestructuración que se emprendieron nada más producirse la intervención de la Generalitat por el Estado, máxime si tenemos en consideración la deuda acumulada de más de 13 millones de euros.

3. TRANSFERENCIAS PÚBLICAS E IMPACTO EN LAS CUENTAS DE EDICIÓ DE PREMSA PERIÒDICA ARA

Edició de Premsa Periòdica Ara es una sociedad limitada que inició sus operaciones el 25 de enero de 2010 con el objetivo de editar todo tipo de publicaciones multiplataforma en catalán. El proyecto fue impulsado por conocidos empresarios y periodistas catalanes. Entre los primeros, la familia Carulla –propietaria de Agrolimen, que invirtió a través de la Fundación Carulla–, Ferran Rodés –a través de Acta Diurna S.L.–, Oriol Soler –impulsor y máximo responsable del Grupo Cultura 03, desde 2016 Grupo cooperativo SOM y desde 2021 integrado en Abacus Cooperativa–, Daniel Martínez –presidente del Grupo Focus, dedicado a la gestión de equipamientos culturales y a la producción de espectáculos y actos culturales– y Víctor Font, cofundador y CEO de la consultora de telecomunicaciones Delta Partners, recientemente integrada en FTI Consulting. Entre los segundos –periodistas–, Toni Soler, Albert Om, Antoni Bassas, Xavier Bosch y Carles Capdevila (el primer director, fallecido en 2017).

El primer presidente de Edició de Premsa Periòdica Ara fue Oriol Soler, investigado judicialmente, en el momento de escribir estas líneas, por presunto desvío de fondos públicos para financiar la estancia de Carles Puigdemont en Waterloo. A mediados de 2012 Soler dejó el cargo, lo que implicó también la desinversión del Grupo Cultura 03, que contaba con el 24% de las acciones de la compañía que analizamos. Le sustituyó al frente del consejo de administración Ferran Rodés, en aquel momento presidente del Consejo Editorial del diario *Ara* y, asimismo, vicepresidente del grupo de comunicación Havas y de la sociedad holding Inversiones y Servicios Publicitarios, consejero de Acciona y presidente del Consejo Asesor para el

Desarrollo Sostenible de Cataluña (CADS) y de la Fundación Creafutur²⁰. El padre de Ferran Rodés, Leopoldo Rodés, había creado en 1978 la empresa Media Planning Group, que se convirtió en líder español del sector publicitario y se integró en la multinacional francesa Havas en 1999.

Desde 2012 el cambio más significativo en el accionariado de Edició de Premsa Periòdica Ara ha sido la adquisición por parte del propio Rodés de las participaciones de la Fundació Carulla, que salió del accionariado en 2019, una vez cerrado el trienio que analizamos. De este modo, Rodés tomaba el control total de la sociedad, con un 68% de la propiedad. Víctor Font conserva un 23%, que podría vender en breve²¹, y se mantienen como accionistas menores Toni Soler, Albert Om, Antoni Bassas y Xavier Bosch²². A raíz de la salida de la familia Carulla el empresario farmacéutico Antoni Vila Casas, a través de la sociedad Terranea Diet S.L., suscribió una ampliación de capital que también le convierte en accionista de la editora²³.

El único activo de Edició de Premsa Periòdica Ara es el diario del mismo nombre, que salió a la calle el 28 de noviembre de 2010 habiendo recibido para ello una suculenta subvención del Departament de Cultura de 990.000 euros por el concepto “edición del nuevo diario generalista en catalán *Ara*”²⁴. Cabe matizar que la sociedad es accionista mayoritaria de la editora de *Ara Balears*, que sustituyó al *Diari de Balears* (Grupo Serra) en 2013²⁵, si bien no presenta cuentas anuales consolidadas.

3.1. Ingresos totales anuales y subvenciones públicas durante el trienio

Según figura en las cuentas de pérdidas y ganancias depositadas en el Registro Mercantil, la editora de *Ara* ingresó en 2016 13.448.763 euros, de los que 561.968 corresponden a subvenciones públicas. No constan explícitamente, como sucedía en el caso de Hermes Comunicacions, los ingresos en concepto de publicidad institucional. Este ejercicio se cerró con un déficit de 554.947 euros.

20 https://www.ara.cat/media/Ferran-Rodes-nou-president-IARA_0_727727279.html

21 <https://www.lavanguardia.com/deportes/20200518/481260701916/victor-font-vende-su-empresa-delta-partners-a-una-consultoria-americana.html>

22 <https://comunicacio21.cat/noticies-destacades/rodes-comprara-el-28-dels-carulla-a-lara/>

23 https://www.ara.cat/media/diari-ara-nou-accionista-antoni-vila-casas_0_2253374691.html

24 *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 9 de mayo de 2011, p. 26.377.

25 https://cronicaglobal.elespanol.com/business/diario-ara-inyecta-fondos-edicion-balear_163151_102.html

En 2017 los ingresos ascendieron a 12.676.335 euros, 313.425 procedentes de subvenciones públicas. El déficit al final del ejercicio aumentó considerablemente con respecto al año anterior, hasta alcanzar los 2.126.655 euros.

En 2018 la cifra total de ingresos fue de 13.074.201 euros y la de subvenciones, de 674.419. El déficit se situó en 1.970.280 euros.

Al concluir el trienio que analizamos, la deuda total de Edició de Premsa Periòdica Ara, tal como se observa en el balance correspondiente a 2018, era de 16.057.600, 10.657.015 correspondientes al pasivo no corriente. A la vez, el grueso de esta última cifra deriva de la partida “deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo”, que asciende a 10.080.102 euros.

Estas deudas se refieren a préstamos participativos concedidos por los propios socios de la editora. Los más importantes son los de la Fundación Carulla, que ascienden a 4.904.019 euros, y los de Acta Diurna (Rodés), que alcanzan los 4.318.100 euros. Se observa, por tanto, que los principales accionistas desempeñan un rol clave en la viabilidad del proyecto.

Es muy significativo que los tres informes de gestión correspondientes a los años que contemplamos señalan como uno de los riesgos —el principal en 2017— la dependencia de los ingresos por publicidad de las instituciones públicas.

3.2. Ingresos por publicidad institucional

Veamos, a continuación, los ingresos en concepto de publicidad pública de Edició de Premsa Periòdica Ara, organizados por administración contratante y años.

Por lo que respecta a las administraciones, el principal anunciante es claramente, como sucedía con Hermes Comunicacions, la Generalitat de Catalunya. Se observa que es igualmente relevante, aunque a mucha distancia, el Ayuntamiento de Barcelona, ciudad sede de la empresa.

Las cifras que se recogen en el Cuadro 3 corresponden fundamentalmente a la edición en papel de Ara y, en menor medida, a la edición digital. Algunas cuantías menores se refieren a otros proyectos de la editora como Ara Criatures y Ara Play. A título ilustrativo, el diario en papel percibió del Gobierno catalán 1.057.863 euros en 2016, 1.080.926 en 2017, y 600.980 en 2018, contando esos años con una cifra media de ventas de 14.637 ejemplares (Corbella Cordoní, 2019, p. 133). Entretanto, ara.cat ingresó

de la misma administración 324.713 euros en 2016, 503.421 en 2017, y 343.352 en 2018, por más que la audiencia de la versión digital siempre ha sido muy superior a la de la edición en papel. En concreto, contó con una audiencia media de 165.009 usuarios únicos diarios durante el trienio que estudiamos (Corbella Cordoní, 2019, p. 157).

CUADRO 3
TRANSFERENCIAS EN CONCEPTO DE PUBLICIDAD
INSTITUCIONAL A EDICIÓ DE PREMSA PERIÒDICA ARA POR
PARTE DE LAS PRINCIPALES ADMINISTRACIONES CATALANAS
(2016-2018)

Administraciones	2016	2017	2018
Generalitat de Catalunya	1.392.941 €	1.584.347 €	944.332 €
Diputació de Barcelona	42.137 €	22.833 €	38.507 €
Diputació de Tarragona	2.060 €	3.451 €	1.498 €
Diputació de Lérida	5.817 €	7.381 €	7.461 €
Diputació de Gerona	14.541 €	11.179 €	7.030 €
Ayuntamiento de Barcelona	298.420 €	322.029 €	257.263 €
Ayuntamiento de Tarragona	2.722 €	3.690 €	-
Ayuntamiento de Lérida	-	-	967 €
Ayuntamiento de Gerona	14.212 €	8.650 €	9.200 €
Total	1.772.850 €	1.963.560 €	1.266.258 €

Fuente: Las administraciones que aparecen en la columna de la izquierda.

Cabe subrayar que *Ara*, al igual que el resto de medios, salvo *El Punt Avui* y los públicos autonómicos, rechazó insertar la publicidad institucional del referéndum ilegal del 1 de octubre de 2017 (1-O), con el argumento de proteger el futuro del proyecto²⁶. Esto, según relata *El Confidencial*, le implicó presiones de Oriol Soler, fundador y primer presidente de Edició de Premsa Periòdica Ara y, según algunos medios, cerebro en la sombra de la comunicación del 1-O²⁷.

26 <https://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/8600735/09/17/Las-familias-Rodes-y-Carulla-duenas-de-Ara-se-alejan-del-independentismo.html>

27 La misma fuente afirma que Soler presionó también a diferentes medios para que no fueran muy críticos con el independentismo, llegando a pedir la dimisión del director de *El Periódico de Catalunya*, Enric Hernández: https://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2017-10-21/oriol-soler-video-proces-video-subsenciones_1464526/

3.3. Peso de las transferencias públicas sobre el total de ingresos

Tal como hemos hecho con Hermes Comunicacions, calculamos, a continuación, cuánto suponen las transferencias por publicidad y subvenciones públicas en el conjunto de ingresos de la editora de *Ara* durante el trienio 2016-2018.

CUADRO 4
**INGRESOS TOTALES DE EDICIÓ DE PREMSA PERIÒDICA
 ARA, INGRESOS PROCEDENTES DEL SECTOR PÚBLICO Y
 PORCENTAJE DE LOS SEGUNDOS SOBRE LOS PRIMEROS**

Edició de Premsa Periòdica Ara	2016	2017	2018
Ingresos totales	13.448.763 €	12.676.335 €	13.074.201 €
Ingresos por publicidad institucional	1.772.850 €	1.963.560 €	1.266.258 €
Subvenciones	561.968 €	313.425 €	674.419 €
Cantidad y % ingresos procedentes del sector público	2.334.818 € (17,36%)	2.276.985 € (17,96%)	1.940.677 € (14,84%)

Fuente: Registro Mercantil, Generalitat de Cataluña, diputaciones y ayuntamientos de Barcelona, Tarragona, Lérida y Gerona.

De los datos que se aprecian en el Cuadro 4 podemos concluir que el peso de las aportaciones públicas es también nuclear en las cuentas de Edició de Premsa Periòdica Ara y muy similar al que representaban en el caso de Hermes Comunicacions, situándose ligeramente por debajo del 20%. La media exacta es dos puntos inferior. En concreto, un 16,72%, un porcentaje que no tiene en cuenta, por ejemplo, los ingresos derivados de las suscripciones en bloque de la Generalitat, que en este caso ascendieron a 74.184 euros en 2016, 126.698 en 2017 y 75.610 en 2018²⁸. Tampoco incluye, lógicamente, las más que posibles transferencias de otras administraciones locales catalanas²⁹. A la vez, existen indicios de otras formas de financiación pública de este y quizás otros proyectos periodísticos. Así, en

28 Datos facilitados a los autores por el Gobierno catalán, previo requerimiento a través del Portal de Transparencia.

29 Es el caso de una obligación de pago de 169,40 euros que consta en el acta de la sesión de la Junta de Gobierno local del Ayuntamiento de Vilassar de Mar, de 6 de junio de 2017, con el objeto de publicar la "aprobación inicial del reglamento municipal de prestaciones económicas de carácter social".

2013, la Generalitat encargó al diario *Ara* la elaboración de diez monográficos sobre Cataluña, por los que percibió más de 300.000 euros³⁰.

No obstante, vistas las pérdidas continuas durante el trienio —554.947 euros en 2016; 2.126.655, en 2017; y 1.970.280, en 2018— y los más de diez millones negativos en el pasivo no corriente al final del periodo, resulta evidente que, al margen de los ingresos públicos, la compañía depende para mantener su actividad de los préstamos participativos de los socios a los que hemos hecho referencia anteriormente.

En este sentido, resulta reseñable que estos socios, a su vez, también se han beneficiado de cuantiosos contratos públicos. Es el caso de Focus, que se ha ocupado de la organización de los actos de la Presidencia de la Generalitat³¹, o de diferentes productoras de socios menores de la editora de *Ara*³², en particular *Minoría Absoluta*, propiedad de Toni Soler, cuyo negocio se sustenta esencialmente por las ventas de productos a la televisión pública autonómica³³. No obstante, el ejemplo más llamativo de lo que apuntamos es el del accionista mayoritario, Ferran Rodés, por cuanto su empresa Media Planning (Havas) es una de las agencias de medios homologadas sistemáticamente para planificar las campañas de publicidad pública de la Generalitat, tal como se advierte en las memorias anuales de la Comisión Asesora de Publicidad Institucional³⁴.

4. CONCLUSIONES

A partir de todo lo expuesto, podemos concluir que las dos sociedades estudiadas, Hermes Comunicacions y Edició de Premsa Periòdica Ara, tienen una probada dependencia de la financiación pública, en particular

30 https://cronicaglobal.elespanol.com/politica/generalitat-contrata-monograficos-en-ara-ferran-rodes_2273_102.html

31 https://cronicaglobal.elespanol.com/politica/accionista-ara-contrato-actos-presidencia-generalitat_1760_102.html

32 <https://comunicacion.e-noticies.es/accionistas-del-ara-facturan-mas-de-50-millones-a-tv3-74127.html>; https://www.eltriangle.eu/ca/confidencial/quants-diners-ha-cobrat-minoria-absoluta-tv3-aquest-2020_106043_102.html

33 https://cronicaglobal.elespanol.com/business/toni-soler-cobra-73-millones-tv3-2010_274209_102.html

34 <http://governobert.gencat.cat/es/transparencia/Gestio-serveis-publics/memoria-sobre-publicitat-institucional/>

de la publicidad institucional de la Generalitat, pero también de las subvenciones y de otras fórmulas de transferencia de fondos públicos como las suscripciones en bloque que realizan las diferentes administraciones a las cabeceras de prensa.

En concreto, se ha demostrado que la financiación pública ronda al menos el 20% del volumen de negocio de estas empresas, sin olvidar que solo se han analizado las cuatro mayores administraciones municipales catalanas y que existen evidencias de convenios regulares con otros ayuntamientos.

Resulta especialmente significativo el reconocimiento que hacen los informes de gestión analizados de esa dependencia del sector público. Así, Hermes Comunicacions señala en su informe correspondiente al ejercicio 2017 que la suspensión de las campañas institucionales, coincidiendo con la intervención de la Generalitat a raíz de la declaración unilateral de independencia, les obligó a una inmediata reducción de costes de fabricación y de personal. Mientras, los informes de gestión de Edició de Premsa Periòdica Ara relativos a los ejercicios 2016, 2017 y 2018 coinciden en subrayar como uno de los principales riesgos –el principal en 2017– la dependencia de la facturación por publicidad institucional.

Esta dependencia es aún más relevante si tenemos en cuenta la deuda acumulada a largo plazo de las dos sociedades que, al final del trienio estudiado, superaba los 13 millones de euros en el caso de la editora de *El Punt Avui*, con una facturación en 2018 de unos 16 millones; y los 10,6 millones en el supuesto de la editora de *Ara*, que ingresó el mismo 2018 unos 13 millones.

Es evidente que las dos empresas han contado siempre con un fuerte apoyo del sector público, especialmente de la Generalitat, como se advierte ya con las subvenciones discrecionales de un millón y medio de euros que el Gobierno catalán otorgó para la integración de *El Punt* y *Avui* y el millón de euros que concedió para el lanzamiento de *Ara*.

No obstante, resulta significativa la negativa de este último diario a difundir la publicidad del referéndum ilegal del 1-O, que sí se recogió en las páginas de *El Punt Avui*. Una posible explicación de este diferente comportamiento ante un hecho tan relevante es el mayor respaldo financiero con que cuenta *Ara* por parte de sus principales accionistas que, como hemos explicado, han concedido préstamos participativos a la editora que cubren casi la totalidad del pasivo no corriente. Si bien cabe subrayar que la mayoría de los socios de Edició de Premsa Periòdica Ara perciben por

diferentes vías ingresos procedentes de las arcas públicas, siendo llamativo para el caso que nos ocupa que el actual accionista mayoritario de esta empresa, Ferran Rodés, sea también accionista de Media Planning, una de las agencias homologadas sistemáticamente para planificar las campañas institucionales de la Generalitat.

Nos encontramos, en todo caso, ante dos ejemplos de captura de los medios por parte del poder político. Es evidente que la pervivencia de estos proyectos periodísticos –uno de ellos, *Catalonia Today*, lanzado por el propio Puigdemont y ahora dirigido por su mujer– no obedece únicamente a una lógica empresarial. También es obvio que, por ejemplo, las cifras de ingresos en concepto de publicidad institucional de *El Punt Avui* y *Ara* no son proporcionales a su audiencia, ni en papel ni en digital, resultando claramente beneficiado el primero. Esto, a su vez, siembra serias dudas sobre los criterios generales de planificación de la publicidad pública, un procedimiento muy opaco que los gobiernos –en el conjunto de España– pueden utilizar fácilmente como instrumento de presión, y mucho más en momentos de crisis como el actual.

Harán falta estudios sobre transferencias de fondos públicos a empresas mediáticas en otras comunidades para ver si la dependencia financiera de estas con respecto a las decisiones políticas de cada momento es algo generalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUADO-GUADALUPE, G.; BLASCO-GIL, J. J. (2020): "An In-Depth Look at Media Subsidies in Spain's Autonomous Communities in 2019", *Trípodos*, Barcelona, nº 48, p. 153-170. Recuperado de http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/780
- CORBELLA CORDOMÍ, J. M. (2019): "La prensa". En CIVIL i SERRA, M.; LÓPEZ, B. (ed.), *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, p. 129-159.
- ENIKOLOPOV, R.; PETROVA, M (2016): "Media Capture: Empirical Evidence". En ANDERSON, S. P.; WALDFOGEL J.; STRÖMBERG D. (ed.), *Handbook of Media Economics*, vol. 1B, Amsterdam, North Holland, p. 688-700.
- FERNÁNDEZ ALONSO, I. (2017): "La independencia de los organismos reguladores y de control. El caso del Consell de l'Audiovisual de Catalunya: Análisis de las actuaciones más controvertidas en el contexto del debate secesionista (2012-2015)". En BOIX PALOP, A.; MARTÍNEZ OTERO, J. M.; MONTIEL ROIG, G. (coord.), *Regulación y control sobre contenidos audiovisuales en España*, Cizur (Navarra), Aranzadi, p. 367-384.
- FERNÁNDEZ ALONSO, I.; FERNÁNDEZ VISO, A. (2012): "¿Cómo se gobiernan las radiotelevisiónes públicas?: órganos de gestión, injerencia política y fragilidad de los mecanismos de control?". En MIGUEL DE BUSTOS, J. C.; CASADO DEL RÍO, M. A. (coord.), *Televisiónes autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, Barcelona, Gedisa, p. 119-142.
- GUIMERÀ i ORTS, J. A.; FERNÁNDEZ VISO, A. (2014): "National reconstruction and the Media in Catalonia". En JONES, H. D. (ed.), *The Media in Europe's Small Nations*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, p. 47-65.
- LAGARES DÍEZ, N.; PEREIRA LÓPEZ, M.; JARÁIZ GULÍAS, E. (2021): "Una lectura espacial de la competición política en las elecciones autonómicas de 2015 en Cataluña: Partidos y liderazgo", *Revista de Estudios Regionales*, nº 121, p. 71-102.
- 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.

Nota final: Este trabajo es resultado del proyecto "Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas: subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español (2008-2020)", con referencia PGC2018-093887-B-I00, financiado por el Gobierno de España en el marco de la Convocatoria 2018 de Proyectos I+D+i "Generación de Conocimiento" del Programa Estatal de Generación del Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i.

