

Extra - Innovación en Comunicación. Retos en la TV pública europea y en el periodismo móvil.
Coordinan: M. Túniz y F. Campos (Universidade da Santiago de Compostela) [06]

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

O Juanatey-Boga, VA Martínez-Fernández, M Rodríguez-Castro (2018): “La Europa de dos velocidades reflejada en la financiación del servicio audiovisual público: un análisis basado en los presupuestos”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1054 a 1071.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1296/55es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1296](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1296)

La Europa de dos velocidades reflejada en la financiación del servicio audiovisual público: un análisis basado en los presupuestos

The Two-Speed Europe reflected in Public Service Media Funding:
a budget based analysis

Óscar Juanatey-Boga [CV] [ORCID] [GGS] Profesor del Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidade da Coruña (España) oscarjb@udc.es

Valentín-Alejandro Martínez-Fernández [CV] [ORCID] [GGS] Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidade da Coruña (España) valejand@udc.es

Marta Rodríguez-Castro [CV] [ORCID] [GGS] Investigadora predoctoral del grupo Novos Medios. Universidade de Santiago de Compostela (España) m.rodriquez.castro@usc.es

Abstracts

[ES] Introducción. El sistema audiovisual público (SAP) europeo se enfrenta a retos de innovación, legitimidad y financiación. Este artículo analiza la evolución de la financiación de las radiotelevisiónes públicas (RTVP) europeas entre 2010 y 2016, además de abordar la necesidad de legitimización y actualización de los distintos modelos de financiación vigentes en la UE. **Metodología.** Se han analizado los presupuestos de las RTVPs en relación a habitantes, hogares y PIB en PPA. **Resultados.** Los resultados constatan el impacto de la crisis económica en el SAP. Se distinguen dos trienios con tendencias diferentes: el primero (2010-2013), marcado por la constricción presupuestaria (-4,1%), y el segundo (2013-2016) por una cierta recuperación (4%); así como fuertes diferencias entre la Europa del Norte y la del Sur. **Discusión y conclusiones.** Se concluye que es necesario reformular los modelos de negocio del SAP, de forma que se alcance una mayor estabilidad, adecuación y legitimidad.

[EN] Introduction. European Public Service Media (PSM) faces today challenges regarding innovation, legitimacy and funding. This paper analyzes the evolution of European PSM funding between 2010 and 2016, considering its need for legitimization and update of the different funding models within the EU. **Methodology.** We analyzed the evolution of the budgets of the European PSM in relation to inhabitants, households and GDP in terms of purchasing power parity. **Results.** The results confirm the impact of the economic crisis on the budgets of the European PSM. Two triennials can be identified: the first one (2010-2013), marked by budgetary constrictions (-4.1%), and the second one

(2013-2016), which shows a slight recovery (4%). We also highlight the differences between Northern and Southern Europe. **Conclusions.** Ultimately, we conclude that a reformulation of the European PSM business models is required in order to achieve greater stability, adequacy and legitimacy.

Keywords

[ES] Servicio audiovisual público; financiación; canon; legitimidad; análisis comparativo

[EN] Public Service Media; funding; license fee; legitimacy; comparative analysis

Contents

[ES] 1. Introducción. 1.1. Los retos del servicio audiovisual público en el entorno digital. 1.2. Los modelos de financiación del servicio audiovisual público europeo. 2. Metodología. 3. Resultados. 3.1. La financiación por países. 3.2. La financiación per cápita. 3.3. La financiación en función de los hogares. 3.4. La financiación en función del tamaño de las economías 4. Conclusiones. 5. Bibliografía.
[EN] 1. Introduction. 1.1. The challenges of public service media in the digital environment. 1.2. Funding models of the European public service media. 2. Methodology. 3. Results. 3.1. Funding by country. 3.2. Funding per capita. 3.3. Funding in relation to households. 3.4. Funding in relation to the economies size. 4. Conclusions. 5. References.

Traducción de **Marta Rodríguez Castro**

1. Introducción

El sistema audiovisual público europeo lleva décadas haciendo frente a retos emergentes ante los que está abocado a reflexionar sobre su papel en la sociedad para poder adaptarse a un entorno cambiante y difícilmente predecible. Algunos de los problemas más recurrentes durante la década de 1990, relacionados con una triple crisis de identidad, financiación y problemas operativos (Achille, 1994), están todavía presentes en la lista de desafíos que se concitaron a lo largo de los últimos años, derivados fundamentalmente de la adaptación al nuevo ecosistema digital, lo que Bardoel y Ferrell Lowe (2007) denominaron transición del *Public Service Broadcasting* al *Public Service Media*.

1.1. Los retos del servicio audiovisual público en el entorno digital

Los principales retos que impregnan la gobernanza y la actividad del servicio audiovisual público en la actualidad se concentran en los ámbitos de la innovación, la legitimidad y la crisis de los distintos modelos de financiación vigentes en Europa. El primero de ellos se manifiesta, por ejemplo, en la emergencia de mecanismos de regulación como las pruebas de valor público, empleadas para decidir sobre la aprobación (o no) de propuestas de nuevos servicios de los organismos públicos en el ámbito de los nuevos medios, en un intento por legitimar su actividad pionera en el campo de la innovación (Moe & Donders, 2011, Rodríguez-Castro, 2017).

Los esfuerzos de las radiotelevisión públicas por renovar continuamente su legitimidad ante sus distintos grupos de interés han estado influidos en gran parte por las presiones ejercidas desde el sector privado de los medios de comunicación. Uno de los argumentos más esgrimidos por los medios privados es la obsolescencia del razonamiento del fallo de mercado: un sistema audiovisual no regulado, puramente comercial, desembocaría en un fallo de mercado, donde algunos gustos mayoritarios contarían con una oferta sobredimensionada, mientras que aquellos minoritarios o poco atractivos para el gran público quedarían marginados (Brown, 1996). Este vacío de contenido justificaría la existencia de los medios de comunicación públicos.

A pesar de que el argumento del fallo de mercado parece haber pasado a un segundo plano, lo cierto es que sigue presente en el actual debate sobre el sistema audiovisual público en conexión con las transformaciones derivadas del convulso entorno digital, donde la oferta (tanto de pago como gratuita) se multiplica al mismo tiempo que se personaliza, allanando el camino a los críticos de los medios de comunicación públicos. En Irlanda, durante la celebración del *Forum on Broadcasting* en 2002, el lobby del sector privado expuso su posición para marginar la actividad de la RTÉ en cuestiones de audiencia, contenidos y financiación (Coppens & Saeys, 2006), al limitar a la radiotelevisión pública irlandesa a aquellos sectores a los cuales los medios privados no llegaban. Por otra parte, esta retórica también salió a relucir en Reino Unido en 2015, durante el proceso de renovación de la Royal Charter de la BBC. Justin Lewis (2015) criticó la nueva posición asumida en el documento de consulta pública elaborado por el Departamento de Cultura, Medios y Deporte durante dicho proceso, pues se retomaba el argumento del fallo de mercado para contemplar la posibilidad de modificar la misión y los propósitos públicos de la BBC a fin de focalizar su actividad en audiencias específicas y desatendidas (Department for Culture, Media & Sport, 2015).

Por su parte, los defensores de los medios de comunicación públicos han respondido a los ataques dirigidos a reducir su actividad utilizando, entre otros, el argumento del *value for money*; es decir, la relación calidad-precio (Hultén, 2003). Ferrell Lowe y Berg (2013) analizan los datos económicos de las principales radiotelevisiónes públicas europeas y, tras contrastarlos con los resultados obtenidos por sus homólogas privadas, concluyen que las primeras consiguen sacar un rendimiento a sus presupuestos mucho mayor que las segundas, de modo que refutan así los argumentos de los críticos en torno a la sobrecompensación. Además, este rendimiento no es sólo económico, sino que también se concibe a partir de la creación de valor público y social (Crespo, Martínez & Campos, 2017). Consiguientemente, los beneficios sociales que debe aportar hoy el sistema audiovisual público acompañan a otros de tipo económico, como la contribución a un mercado audiovisual nacional o la promoción de la innovación y el talento (Bardoel & d'Haenens, 2007; Ferrell Lowe & Berg, 2013; Bonini & Pais, 2017).

Tras la elevación al nivel europeo de las protestas del sector privado, ya en la década de 1990, la Comisión Europea ha tenido que mediar en el conflicto entre críticos y defensores de unos medios públicos en el contexto digital. Así, la Comisión Europea ha aplicado sus principios de competencia a las políticas de radiodifusión (Comisión Europea, 2009), al mismo tiempo que ejerció presión sobre los Estados miembros para que legitimasen sus medios públicos a través de la adaptación de su misión de servicio público al nuevo ecosistema digital y de un aumento de la rendición de cuentas ante sus distintos grupos de interés (Donders, 2010).

Las quejas del lobby privado, que como ya apuntamos antes se suceden desde hace dos décadas, se intensificaron a raíz de la crisis económica detonada en 2008. El impacto de la recesión en el mercado publicitario fue drástico, encontrándose los medios impresos entre los más afectados (Juanatey, Martínez y Castellanos, 2017). Por el contrario, dentro de un contexto de disminución de los ingresos publicitarios, los medios digitales vieron cómo sus beneficios procedentes de esta fuente aumentaban (Ferrell Lowe & Berg, 2013). Este desplazamiento de los ingresos publicitarios activó la alerta en los medios impresos, que empezaron a trasladar su actividad a los nuevos medios. Las radiotelevisiónes públicas estaban entonces en pleno proceso de creación de su propio espacio en Internet, de forma relativamente exitosa, lo que el sector privado entendió como un obstáculo en el camino hacia su propia transición digital y motivó una nueva oleada de protestas ante la Comisión Europea.

A este continuo cuestionamiento de la legitimidad del servicio audiovisual público se ha sumado además la crisis de sus diversos modelos de financiación.

1.2. Los modelos de financiación del servicio audiovisual público europeo

El proceso de digitalización de los medios públicos coincidió con importantes recortes en sus presupuestos, fruto de la situación de crisis, así como de una mayor demanda de transparencia en la gestión de los recursos (Moe, 2011). A pesar de que los modelos de financiación presentes en el sistema audiovisual público europeo son diversos, en todos se ha notado el impacto de la crisis y actualmente se desarrolla un debate en torno al futuro de la financiación de los medios públicos.

Puede elaborarse una primera aproximación a los modelos de financiación a partir de sus fuentes de ingresos. En su estudio, Ferrell Lowe & Berg (2013) detectan cuatro vías principales de financiación del sistema audiovisual público europeo: el canon, la subvención directa, la publicidad y el sistema de suscripción o *pay-per-view*, a lo que deberíamos añadir otras fuentes de tipo comercial como la comercialización de los derechos de emisión. Mientras que las dos primeras fuentes se conforman a partir de dinero público y, por tanto, favorecen la orientación de la organización hacia los ciudadanos, las dos últimas inclinan la balanza hacia una orientación al consumidor. Además, el peso excesivo de los ingresos comerciales puede suponer un mayor impacto en los presupuestos generales, especialmente en épocas de crisis, debido al descenso, por ejemplo, de los beneficios publicitarios, tal y como ejemplifica Ramsey (2017) con el caso irlandés, país en el que el mercado publicitario en televisión cayó un 10% entre 2007 y 2013, mientras que en los últimos años la publicidad digital y el patrocinio también sufrieron un descenso del 11%.

El canon, en sus distintas variantes, es actualmente la vía de financiación más extendida en Europa. Este sistema proporciona una mayor estabilidad, se considera una fuente de financiación transparente y acrecienta el deber de rendir cuentas ante los ciudadanos. Aunque el canon no está exento de problemáticas, como las tasas de evasión (O'Hagan & Jennings, 2003; Ramsey, 2017), sí que cuenta con mejor reputación que la subvención directa. Un sistema de financiación basado en la subvención directa puede ser más vulnerable ante presiones políticas, al afectar tanto al contenido editorial de la radiotelevisión pública como a la estabilidad presupuestaria, más sometida a las voluntades del gobierno de turno. Las diferencias entre ambos sistemas se pueden ejemplificar a través del caso de los Países Bajos, que en el año 2000 sustituyeron el canon por un modelo basado en la subvención pública (Benson & Powers, 2011), un cambio que supuso un fuerte descenso en el presupuesto de la NPO durante los primeros años y que ha sido cuestionado por aportar vulnerabilidad y restar estabilidad.

Los cambios que se producen actualmente en los sistemas de financiación del servicio audiovisual público europeo pueden estudiarse a partir de la tipología que proponen Berg & Lund (2012). Estos autores hablan de tres tipos de aproximaciones políticas a los medios de comunicación públicos: la orientación de mercado, caracterizada por la externalización o subcontratación de servicios; la convencional, marcada por la producción y gestión propia; y la competitiva, en la que los medios públicos compiten directamente con los privados. El modelo de orientación de mercado se está abriendo paso en un entorno en el que tradicionalmente había imperado el modelo convencional. En Dinamarca, por ejemplo, se da una combinación de ambos modelos que ha afectado a la forma en la que se gestiona y distribuye el canon, que ya no sólo se destina a la radiotelevisión pública danesa, la DR, sino también a algunas iniciativas privadas como los servicios regionales de la TV2 o la radio 24syv.

Dentro del debate en torno al futuro de la financiación del servicio audiovisual público europeo es precisamente el canon uno de los temas más discutidos. El cobro de una tasa por la posesión de un televisor constituye una idea obsoleta considerando las nuevas formas de consumo audiovisual actuales (Herzog & Karppinen, 2014). El futuro el canon está siendo definido a través de tres alternativas (Nissen, 2006): su expansión a todo tipo de dispositivos de consumo de medios públicos,

como ha sido el caso de Suecia; su completa eliminación, pasando a financiarse el servicio audiovisual público a través del subsidio directo (Países Bajos); o bien su conversión en un impuesto especial aplicable a todos los ciudadanos y hogares, algo que se ha implantado en Alemania y Finlandia. En otros países, como Irlanda, el debate, político y social, sigue en marcha (Ramsey, 2017).

Las reflexiones sobre la situación del canon también han dado lugar a propuestas innovadoras como la de Bonini & Pais (2017), quienes plantean la fusión de este modo de financiación con estrategias de crowdfunding, de forma que los ciudadanos pudiesen decidir en qué programas invertir una cuota del 20% del canon, lo que supondría un incremento de la participación estructural de la sociedad en la gestión de sus medios públicos.

La Unión Europea de Radiodifusión publicó recientemente un informe en el que establece cuatro principios esenciales que debe cumplir el sistema de financiación del servicio audiovisual público: la estabilidad y la adecuación de sus presupuestos; la independencia de interferencias políticas; su carácter justo y justificable; y su transparencia y responsabilidad, necesarias para poder rendir cuentas ante la ciudadanía (EBU, 2017). Una financiación en conformidad con estos cuatro criterios contribuiría a la legitimación de los medios de comunicación públicos europeos, consolidándolos como los espacios mediáticos con mayor autonomía e independencia con respecto a influencias externas del conjunto del ecosistema mediático actual (Karppinen & Moe, 2016). En definitiva, para conseguir unos medios de comunicación públicos fuertes y legitimados se requiere una financiación adecuada y con capacidad de adaptación al entorno volátil en el que está inmerso.

Este artículo se enmarca en los estudios sobre financiación, regulación y legitimidad del servicio audiovisual público europeo, analizando los datos presupuestarios de las radiotelevisiónes públicas de los 28 países de la Unión Europea entre 2010 y 2016.

2. Metodología

Además de la revisión teórica recogida en los párrafos anteriores, a la hora de desarrollar este artículo se ha optado por analizar los datos de ingresos de todas las radiotelevisiónes públicas europeas desde 2010 a 2016, a partir de la base de datos del Observatorio Audiovisual Europeo (OBS, 2017). Esta información se ha complementado con las publicaciones de la Unión Europea de Radiodifusión y las memorias anuales de gestión de las propias compañías que en algunos casos han servido para completar algún dato. Por tanto, se ha optado por una investigación a través del análisis de la evolución temporal de tres variables, los ingresos totales, los ingresos públicos y otros ingresos de los 28 países que conforman la Unión Europea, conformando un análisis estadístico descriptivo que permite llevar a cabo una comparación del comportamiento de los distintos territorios analizados respecto a la financiación del servicio público audiovisual.

Para afinar el análisis comparativo del sistema de financiación por países y modelos es necesario ponderar los ingresos de cada una de las corporaciones y países con respecto a sus habitantes, número de hogares y PIB en paridad del poder adquisitivo (PIB/PPA) para lo cual, y dado su absoluto reconocimiento por parte de la comunidad investigadora y su oficialidad, se ha optado por tomar los datos procedentes de la Oficina Europea de Estadística, Eurostat.

De este modo, se han podido cruzar las diferentes cifras de ingresos de los servicios públicos audiovisuales con ciertas variables socioeconómicas que caracterizan a sus respectivos países, todo ello para todos los años del período analizado (todos los que conforman la década actual), lo que permite identificar de forma adecuada la actual situación y tendencias de la financiación del servicio público de radiotelevisión en la Unión Europea.

3. Resultados

Al analizar los datos de la financiación de los servicios públicos de radiotelevisión en los países de la Unión Europea, la primera cuestión a reseñar es que estos han estado sujetos e influenciados por las variables y vicisitudes económicas experimentadas por las economías de dichos territorios y, por tanto, se puede apreciar con relativa claridad el impacto de la crisis económica que afectó con especial virulencia a los países occidentales durante los últimos años de la pasada década y los inicios de la actual.

Conviene señalar en todo caso que, conforme se va a reflejar en los resultados abordados a continuación, el comportamiento de los países en este período ha presentado importantes divergencias en lo referido a la financiación de sus sistemas de radiotelevisión pública frente al señalado impacto de la crisis económica, de modo que tras un primer análisis agregado de los datos a nivel de la Unión Europea, resulta absolutamente necesario plantear un análisis más profundo de los datos procedentes de los distintos países.

En una primera aproximación a la evolución de los presupuestos manejados por los servicios públicos de radiotelevisión en la década actual, y recogidos en los datos desde el año 2010 hasta el 2016 en la tabla 1, podría pensarse que entre los años señalados se ha atravesado un período de absoluta estabilidad, pues los ingresos totales entre en año 2010 y el año 2016 apenas variaron un exiguo -0,3%; es decir, prácticamente permanecieron invariables.

Tabla 1. Evolución de la financiación del Servicio Audiovisual Público en la UE (en millones de euros)

Total UE	Ingresos públicos	Otros ingresos	Ingresos totales
2010	25.732,2	7.886,5	33.618,8
2011	25.621,7	7.700,0	33.321,7
2012	25.503,5	7.341,5	32.845,0
2013	25.305,7	6.926,8	32.232,6
2014	25.710,8	7.328,3	33.039,0
2015	26.305,9	7.482,1	33.699,1
2016	26.034,3	7.458,8	33.519,5
%Δ16/10	1,2	-5,4	-0,3
%Δ13/10	-1,7	-12,2	-4,1
%Δ16/13	2,9	7,7	4,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA.

Este aparente estancamiento oculta, por el contrario, el paso por dos etapas bien diferenciadas. En primer lugar, un trienio de constantes caídas en la financiación del sistema de radiotelevisión pública, con una disminución de ingresos del 4,1% entre 2010 y 2013, y un crecimiento posterior del 4% en los siguientes 3 años, del 2013 al 2016, que compensa la contracción anterior y devuelve el volumen de financiación prácticamente a la situación inicial.

Si atendemos a la desagregación de los datos que facilita el Observatorio Europeo del Audiovisual entre ingresos públicos y otros ingresos, donde la primera partida se refiere a la financiación a través

de los distintos mecanismos establecidos para hacer llegar fondos al servicio público de radiotelevisión y, bajo el concepto de otros ingresos, se recogen principalmente los procedentes de la actividad comercial, tales como publicidad, patrocinios, venta de contenidos propios y otros similares; nos encontramos con una situación similar a la de los datos agregados, si bien conviene indicar en este caso que la importante bajada de la variable conceptualizada como “otros ingresos”, durante el primer trienio de más de un 12%, no ha sido todavía corregida en los tres años posteriores, donde el crecimiento ha sido solo de un 7,7%, consecuencia de diferentes factores y entre los cuales se encuentra el de la mayor competencia por la tarta publicitaria, al igual de fenómenos ya muy arraigados como Internet y otros en pleno desarrollo, tal es el caso de las plataformas de contenidos a la carta como Netflix o HBO.

Para compensar esto, los ingresos públicos recogen en los últimos tres años una mejora de la financiación (2,9%) que amortigua con cierta holgura la anterior caída en el primer trienio analizado (-1,7%).

3.1. La financiación por países

En una segunda aproximación al análisis de la financiación del servicio público de radio televisión en la Unión Europea, conforme se recoge en la tabla 2 y en el gráfico 1, se puede constatar la aparición de comportamientos divergentes entre países en la evolución de dicha financiación en los últimos años.

De este modo, parece apreciarse con claridad lo que en otros ámbitos y sectores viene denominándose en los últimos años como la Europa de las dos velocidades (Comisión Europea, 2017). Por un lado, los países principalmente del sur, cuyas economías se vieron más sacudidas por la crisis y que incluso en algunos casos precisaron de los denominados “rescates” de la Unión Europea y el FMI, países como Grecia, España, Portugal, Chipre o incluso Italia e Irlanda (también rescatada) y gran parte de los del Este, como Polonia, Rumanía, Bulgaria, la República Checa, Croacia o Eslovenia, presentan para el período analizado importantes recortes en sus ingresos para financiar el servicio público de radio televisión, con caídas muy importantes en porcentaje que en muchos casos son de dos dígitos y que no consiguen ni siquiera compensarse con los generalmente modestos incrementos de los últimos años, salvo quizá en el caso de Italia en el último año, del 2015 al 2016, donde se ha producido un fuerte incremento de los ingresos.

Por otro lado, se encuentran la denominada Europa del Norte, conformada principalmente por los países bálticos y escandinavos, como Lituania, Letonia, Estonia, Suecia, Dinamarca, Finlandia o Bélgica, con moderadas subidas de los ingresos en los últimos años, a los cuales cabría añadir economías más potentes como Alemania, Reino Unido y Francia, que muestran también crecimientos de la financiación para el sistema público de radio televisión, aunque ciertamente algo más modestos.

Detrás de esa cifra, que parece arrojar una estabilidad cuasi absoluta, como es que el valor de la variación para la Unión Europea entre 2016 y 2010 sea prácticamente nulo, lo que realmente se esconde es un absoluto desequilibrio entre el comportamiento de esos dos perfiles de países susceptibles de caracterizarse dentro de la Unión Europea: la Europa del Norte frente a la Europa del Sur; al fin y al cabo, como ya se apuntó, una Europa de dos velocidades también en lo referido a la financiación de los servicios públicos de radiotelevisión.

Tabla 2. Ingresos del Servicio Público de Radiotelevisión por países (en millones de euros)

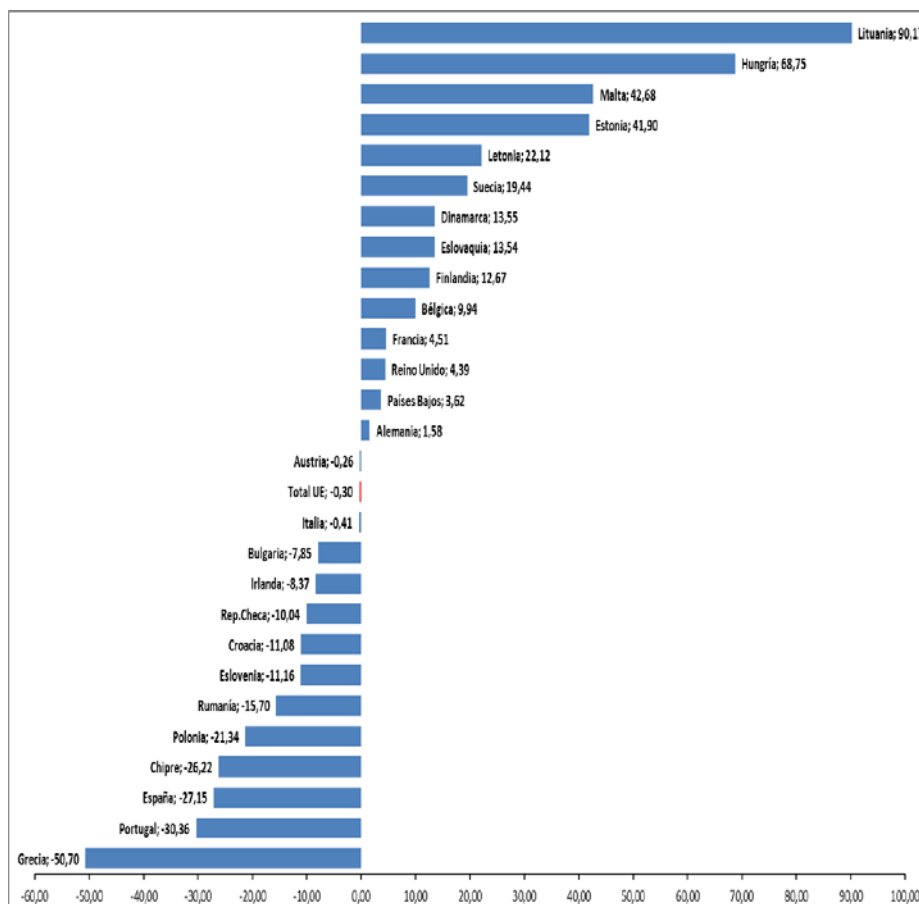
ESTADO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	%Δ16/10
Alemania	9.034,5	8.787,2	8.591,2	8.823,5	9.445,9	9.212,4	9.177,7	1,6
Austria	971,2	991,6	1.001,9	1.008,1	984,3	978,1	968,7	-0,3

Bélgica	716,1	726,5	765,7	775,9	795,9	782,6	787,3	9,9
Bulgaria	66,2	63,9	65,3	62,1	62,1	62,5	61,0	-7,9
Chipre	45,0	36,8	37,7	30,8	31,7	30,8	33,2	-26,2
Croacia	202,1	190,1	188,9	183,1	179,7	180,0	179,7	-11,1
Dinamarca	806,7	829,1	861,8	888,9	923,4	893,3	916,0	13,5
Eslovaquia	101,9	114,5	97,5	100,5	104,1	112,9	115,7	13,5
Eslovenia	133,5	109,8	118,9	116,8	117,9	118,3	118,6	-11,2
España	2.794,2	2.572,1	2.165,2	1.953,0	1.810,0	1.937,4	2.035,6	-27,1
Estonia	28,4	28,3	28,5	30,5	29,4	33,6	40,3	41,9
Finlandia	420,0	432,5	456,1	469,1	475,6	472,0	473,2	12,7
Francia	4.378,5	4.568,5	4.658,7	4.490,7	4.497,8	4.479,6	4.576,0	4,5
Grecia	386,0	328,8	n.a.	n.a.	175,6	182,0	190,3	-50,7
Hungría	177,6	238,4	302,0	300,5	279,6	289,2	299,7	68,8
Irlanda	408,5	388,1	374,0	364,4	364,3	369,9	374,3	-8,4
Italia	2.821,0	2.825,0	2.625,0	2.562,0	2.594,8	2.493,1	2.809,5	-0,4
Letonia	21,7	21,5	22,5	24,0	26,9	26,6	26,5	22,1
Lituania	17,3	19,1	20,7	20,9	22,2	25,1	32,9	90,2
Luxemburgo	n.a.	n.a.	4,6	5,0	5,3	5,6	5,9	n.a.
Malta	8,2	9,1	10,1	9,6	10,3	12,2	11,7	42,7
Países Bajos	857,2	855,9	864,5	834,0	855,0	848,4	888,2	3,6
Polonia	521,5	471,4	383,4	427,5	428,7	460,7	410,2	-21,3
Portugal	309,0	317,0	259,0	234,0	213,5	211,5	215,2	-30,4
Reino Unido	7.076,1	7.053,4	7.539,6	7.135,4	7.230,7	8.115,7	7.386,9	4,4
Rep. Checa	359,6	340,6	345,0	337,2	330,9	326,5	323,5	-10,0
Rumanía	230,6	230,1	223,8	214,0	215,1	205,5	194,4	-15,7
Suecia	726,2	772,5	833,3	830,9	828,5	833,7	867,4	19,4
Total UE	33.618,8	33.321,7	32.845,0	32.232,6	33.039,0	33.699,1	33.519,5	-0,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA.

Así, de acuerdo al gráfico 1, la variación de ingresos en la Unión Europea refleja un valor prácticamente nulo y con cierta centralidad en la gráfica (prácticamente la mitad de los países por encima de la media y la mitad por debajo de la misma), si bien realmente se observan países como Grecia, Portugal, España o Chipre con recortes de ingresos por encima del 25% (del 50% en el caso de Grecia), y esto, como se ha indicado, a pesar del ligero repunte de los últimos años, pero que no sirve para amortiguar la importantísima caída de los años correspondientes a la crisis económica que sacudió con mayor virulencia a las economías de estos países y que consecuentemente se vieron abocados a establecer políticas de recortes con significativo impacto en la financiación del servicio público de radiotelevisión.

Gráfico 1. Variación porcentual de ingresos por países 2016/2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA

3.2. La financiación per cápita

Una vez analizadas las cifras globales de ingresos del servicio público de radiotelevisión en la Unión Europea, resulta fundamental contextualizar las mismas en función de una serie de características de los países estudiados.

Relativizar las cifras en función del número de habitantes del país respectivo es esencial, pues parece lógico pensar que el tamaño de la población condiciona de alguna forma la financiación del servicio público. Así, ponderar las cifras en función del número de habitantes ayuda a comprender qué países llevan a cabo una apuesta más fuerte por su radiotelevisión pública.

En este sentido, y como dato medio, el servicio público de radiotelevisión dispone en la Unión Europea de 65,7 euros por habitante para el año 2016, aproximadamente 1 euro menos (66,9) de la cantidad del 2010, una cifra que ha permanecido bastante estable en los últimos 6 años moviéndose alrededor de esos 65-66 euros, tal y como se recoge en la tabla 3.

Ahora bien, ese valor medio refleja una importante dispersión del presupuesto por habitante del que disponen las corporaciones públicas en los diferentes países, de modo que quedan plasmadas importantes diferencias en los ingresos por habitante.

Los que bien pudiera catalogarse nuevamente como países nórdicos (Dinamarca, Suecia o Finlandia), así como las dos grandes economías europeas (Alemania y Reino Unido) ofrecen valores muy por encima de la media europea. Frente a esta situación hay casos como el de España o Italia que, pese a ser la cuarta y quinta potencias económicas en Europa, presentan unos presupuestos por habitante para el servicio público de radiotelevisión muy por debajo de la media europea, conforme se aprecia en el gráfico 2.

De hecho, en el caso de España, se ha bajado de unos 60 euros por habitante, muy cerca de la media europea en el año 2010, a menos de 44 euros en el año 2016, un tercio menos que la media europea.

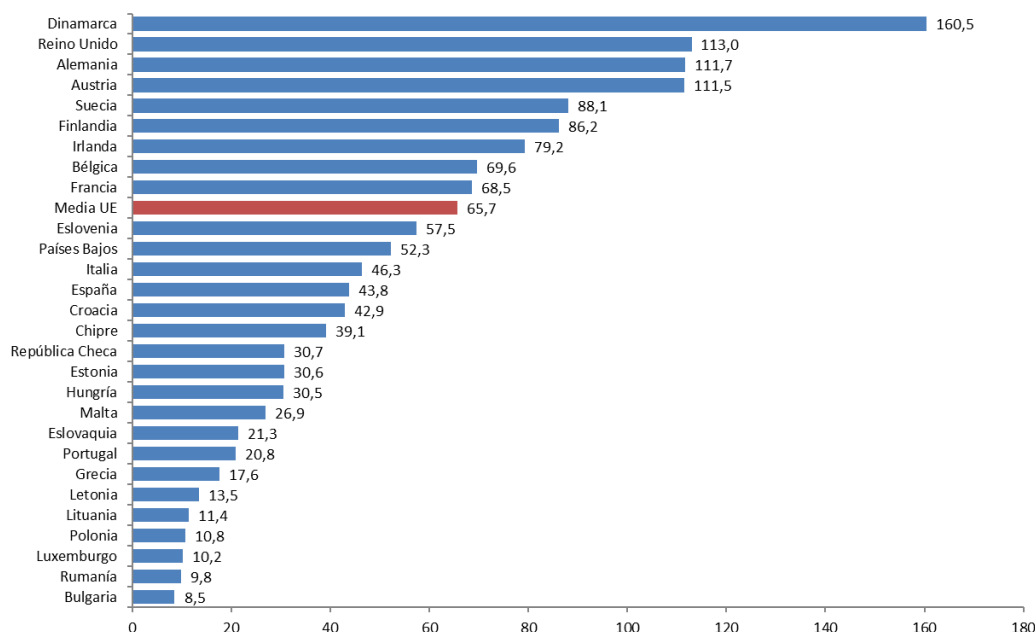
Tabla 3. Ingresos del Servicio Público de Radiotelevisión por habitante

	Presupuesto por Habitantes (Euros)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	%Δ16/10	%Δ13/10	%Δ16/13
Alemania	110,4	109,5	107,0	109,6	117,0	113,5	111,7	1,1	-0,8	1,9
Austria	116,3	118,4	119,2	119,3	115,7	114,0	111,5	-4,1	2,6	-6,5
Bélgica	66,1	66,0	69,0	69,5	71,0	69,8	69,6	5,4	5,2	0,1
Bulgaria	8,9	8,7	8,9	8,5	8,6	8,7	8,5	-4,4	-4,4	0,0
Chipre	54,9	43,8	43,7	35,6	37,0	36,4	39,1	-28,8	-35,2	9,9
Croacia	47,0	44,3	44,2	43,0	42,3	42,6	42,9	-8,7	-8,5	-0,2
Dinamarca	145,8	149,1	154,4	158,7	164,1	157,8	160,5	10,1	8,9	1,2
Eslovaquia	18,9	21,2	18,0	18,6	19,2	20,8	21,3	12,8	-1,7	14,8
Eslovenia	65,2	53,5	57,8	56,7	57,2	57,3	57,5	-11,9	-13,0	1,3
España	60,1	55,1	46,2	41,8	38,9	41,7	43,8	-27,1	-30,5	4,9
Estonia	21,3	21,3	21,5	23,1	22,3	25,6	30,6	43,8	8,4	32,6
Finlandia	78,5	80,5	84,4	86,4	87,2	86,3	86,2	9,9	10,1	-0,2
Francia	67,7	70,3	71,4	68,5	68,3	67,4	68,5	1,2	1,1	0,1
Grecia	34,7	29,6	n.d.	n.d.	16,1	16,8	17,6	-49,2	n.d.	n.d.
Hungría	17,7	23,9	30,4	30,3	28,3	29,3	30,5	71,9	71,0	0,5
Irlanda	89,8	84,9	81,6	79,4	79,1	79,9	79,2	-11,8	-11,6	-0,2
Italia	47,7	47,6	44,2	42,9	42,7	41,0	46,3	-2,8	-9,9	7,9
Letonia	10,2	10,4	11,0	11,9	13,4	13,4	13,5	31,5	15,8	13,5
Lituania	5,5	6,2	6,9	7,0	7,6	8,6	11,4	106,9	27,8	61,9
Luxemburgo	n.d.	n.d.	8,8	9,3	9,6	10,0	10,2	n.d.	n.d.	9,6
Malta	19,8	21,8	24,2	22,9	24,2	28,4	26,9	36,0	15,4	17,8
Países Bajos	51,7	51,4	51,7	49,7	50,8	50,2	52,3	1,2	-3,9	5,2
Polonia	13,7	12,4	10,1	11,2	11,3	12,1	10,8	-21,2	-18,1	-3,8
Portugal	29,2	30,0	24,6	22,3	20,5	20,4	20,8	-28,8	-23,6	-6,7
Reino Unido	113,2	111,9	118,7	111,7	112,4	125,3	113,0	-0,2	-1,4	1,2
República Checa	34,4	32,5	32,8	32,1	31,5	31,0	30,7	-10,8	-6,7	-4,4
Rumanía	11,4	11,4	11,1	10,7	10,8	10,3	9,8	-13,4	-5,9	-8,0
Suecia	77,7	82,0	87,9	87,0	85,9	85,5	88,1	13,3	11,8	1,3
Media UE	66,9	66,3	66,6	65,2	65,2	66,3	65,7	-1,8	-2,5	0,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

Conviene matizar, de acuerdo con la tabla 3, que las caídas más pronunciadas en el presupuesto por habitante se producen entre 2010 y 2013, período en el que países como España, Chipre, Polonia, Portugal, Irlanda o Italia acumulan una importante reducción que, en la mayoría de casos, da paso a un periodo de estabilidad o ligero crecimiento de dichos valores.

Gráfico 2. Ingresos del PSM por habitante 2016 (Euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

3.3. La financiación, en función de los hogares

A la hora de abordar el análisis de la financiación del servicio público de radio televisión, se antoja conveniente relativizar las cifras en función del número de hogares. En la medida en que la mayoría de países recurrentes a la aplicación de un canon han utilizado el concepto de hogar como sujeto impositivo, dado que tradicionalmente se ha considerado que es precisamente en ese lugar donde se produce el principal consumo de productos televisivos, resulta fundamental a la hora de tratar la evolución de la financiación de los diferentes países, a los efectos de poder establecer posibles comparaciones, tomar en consideración el número de hogares de cada uno de esos países para ponderar adecuadamente el volumen presupuestario del cual disponen para financiar la actividad de la radiotelevisión pública.

Aun así, no se puede obviar el cuestionamiento del concepto de hogar como sujeto impositivo del canon, ya que la irrupción de producciones multisoporte, multipantalla y de consumo deslocalizado desafían el modelo de consumo tradicional basado en el hogar. En este sentido, Finlandia ha sido pionera al adoptar un sistema impositivo basado en el individuo y no en el hogar, pero en la actualidad la mayoría de países con canon consideran el hogar como eje de su política para aplicar el mismo, por lo cual parece relevante considerar dicha variable para comparar la situación de los distintos países que conforman la Unión Europea.

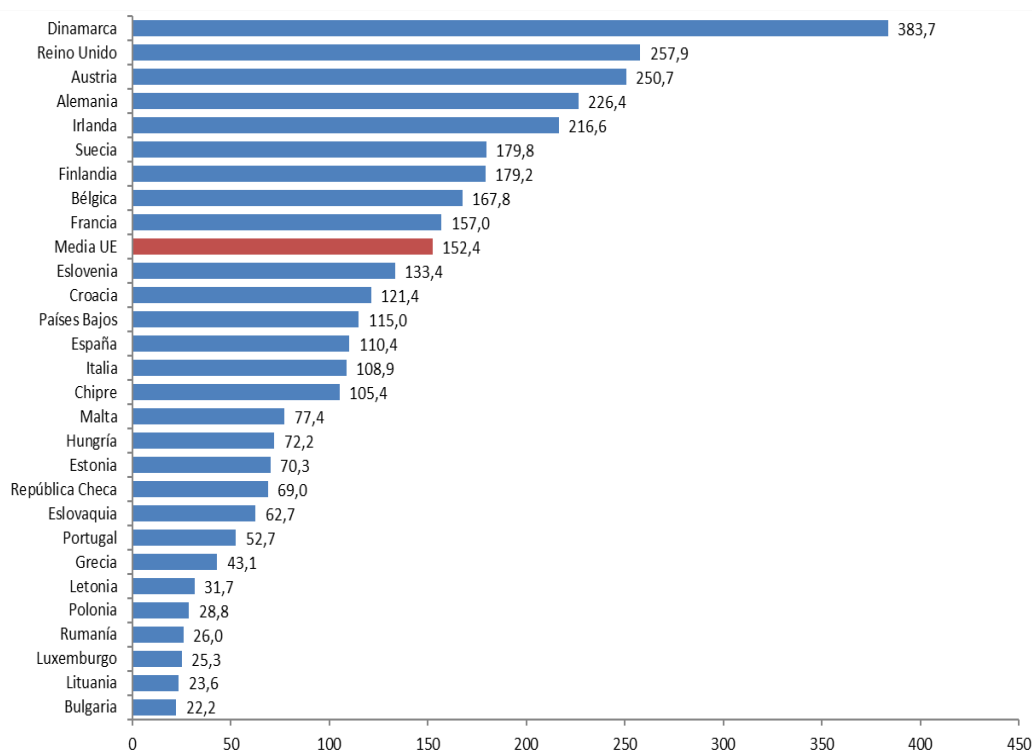
Con base en los datos mostrados en la tabla 4 y en el gráfico 3, la media de ingresos de que dispone el servicio público de radiotelevisión es de 152 euros por hogar en la Unión Europea para el año 2016, ligeramente por debajo de los 160 de que se disponía como media a comienzos de la década.

No obstante, tras esa media para la UE, nuevamente se encuentra una importante polarización entre las que se podrían considerar economías más avanzadas y fuertes del norte, como los países escandinavos, Alemania, Reino Unido, Francia o Bélgica, con valores en muchos casos superiores al 50% de la media, frente a los países menos poderosos del este y del mediterráneo, incluyendo incluso a dos países como España e Italia que, pese a ser las cuarta y quinta economías de Europa, presentan valores de financiación del servicio público de radiotelevisión muy por debajo de la media europea, en ambos casos alrededor de los 110 euros por hogar, muy lejos, en el caso de España, de los casi 160 que dedicaba en el año 2010.

Conviene subrayar la constatación de que los países con mayores recortes en el período analizado se sitúan en las economías más afectadas por la crisis. Por tanto, nuevamente Grecia, Portugal, España y Chipre, reflejan caídas de más de un 30% en los últimos 6 años, los que corresponden a la década actual, si bien ha de matizarse que en casos como el de España, Chipre, Italia o incluso Irlanda, cuya economía también estuvo en el ojo del huracán, gran parte de esa caída se produjo en los primeros años del período analizado, y en el caso de Grecia hubo una etapa directamente sin servicio público dada la intervención de la economía helena, por lo que no se dispone de datos para los años 2012 y 2013.

Nuevamente los países del norte, principalmente los escandinavos, así como las fuertes economías de Alemania, Reino Unido y Francia, muestran una evolución de sus ingresos respecto al número de hogares mucho más estable, aunque en cualquier caso, y como recoge la media de la Unión Europea, ha habido una cierta tendencia a la reducción en este indicador, explicada por el hecho de que frente al estancamiento de los ingresos en el período, el número de hogares en la Unión Europea, según los datos de Eurostat, creció en casi 10 millones, al pasar de menos de 210 millones de hogares a casi 220 millones entre 2010 y 2016.

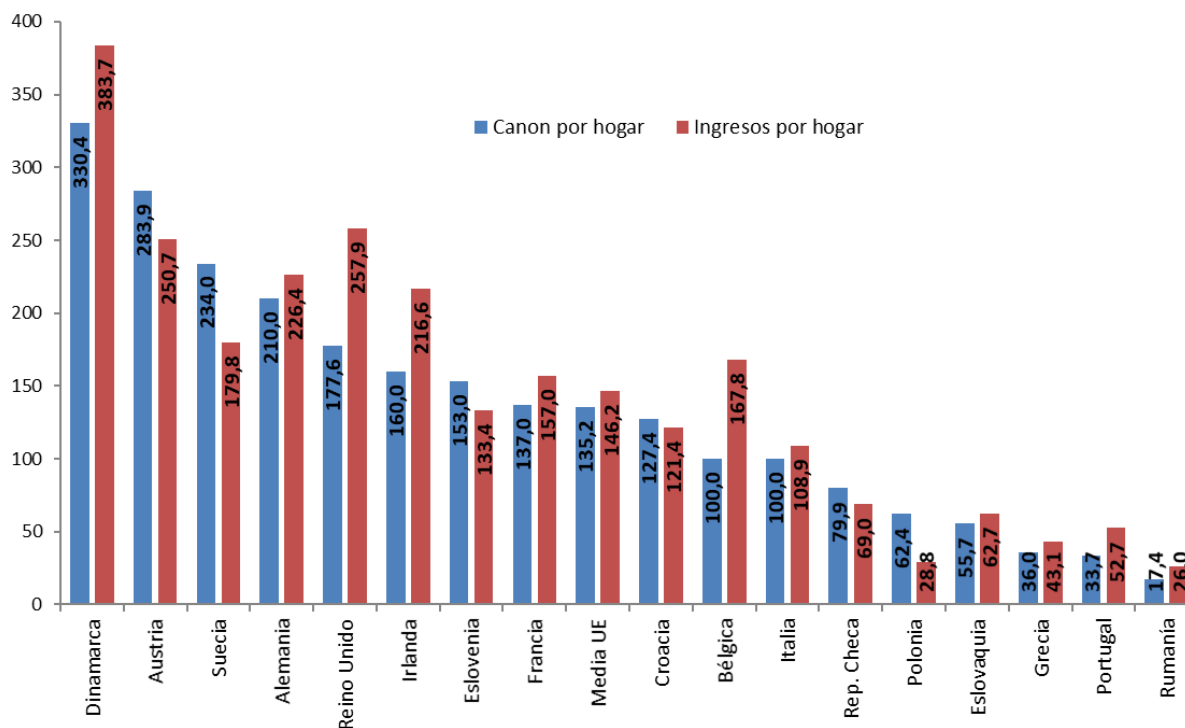
Gráfico 3. Ingresos del PSM por hogar 2016 (Euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

Como ya se señaló, este análisis tiene especial relevancia dado que el canon en aquellos países donde se aplica se hace generalmente sobre los hogares. Para el año 2016, y tal y como se puede apreciar en el gráfico 4, fueron 17 los países de la Unión Europea que optaron por esta vía de financiación del servicio público de radiotelevisión, situándose el canon medio en 135,2 euros por hogar, muy próximo a los ingresos del servicio también por hogar, que fueron de 146,2 euros.

Gráfico 4. Canon e ingresos por hogar del PSM 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

Conviene indicar que casi todos los países muestran una gran proximidad de las cifras entre el canon aplicado por hogar y los ingresos del servicio público por hogar, con algunas excepciones llamativas como el caso belga, donde se produce una cierta distorsión porque el canon solo se aplica en la región francófona y no en la comunidad flamenca.

3.4. La financiación en función del tamaño de las economías

Por último, es necesario relativizar los ingresos del servicio público de radiotelevisión en función del tamaño de las economías de los distintos países. Para ello, se han cruzado los datos procedentes del Observatorio Europeo del Audiovisual sobre ingresos de la radiotelevisión pública con los valores del PIB en paridad de poder adquisitivo (PPA) que facilita Eurostat, al considerarse que este valor es el que mejor representa el tamaño de las distintas economías nacionales analizadas.

La media de la Unión Europea se sitúa en 2,2 euros por cada 1000 de PIB en PPA para el año 2016, un valor que se ha visto mermado de forma importante para el período analizado, ya que en 2010 este índice se situaba en 2,6 euros por cada 1000 euros de PIB, de acuerdo con la tabla 5. Así, se pone de relieve la existencia de un reducido grupo de países, como una vez más los países del norte de Europa como Dinamarca, Finlandia o Suecia, así como Reino Unido y Alemania, que junto a Austria, Croacia y Eslovenia son los únicos por encima de la media.

Tabla 5. Ingresos del Servicio Público de Radiotelevisión por PIB en PPA

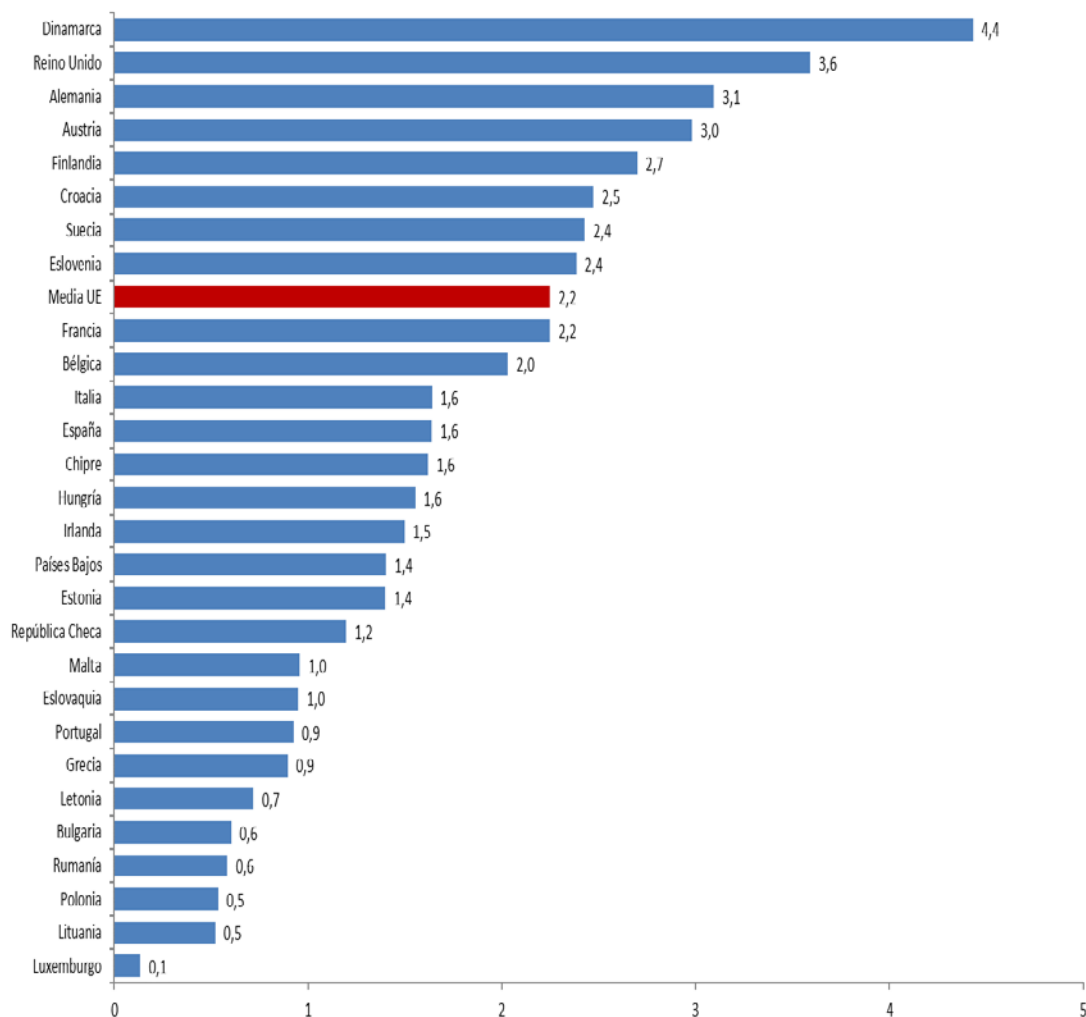
	Presupuesto por PIB en PPA (‰)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	%Δ16/10	%Δ13/10	%Δ16/13
Alemania	3,7	3,4	3,2	3,3	3,4	3,1	3,1	-16,0	-10,6	-6,1
Austria	3,6	3,5	3,4	3,4	3,2	3,0	3,0	-17,5	-6,5	-11,7
Bélgica	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,0	2,0	-5,3	1,2	-6,4
Bulgaria	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	-22,9	-10,7	-13,6
Chipre	2,1	1,7	1,8	1,6	1,7	1,5	1,6	-24,1	-25,5	1,8
Croacia	3,1	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	2,5	-20,5	-13,5	-8,1
Dinamarca	4,4	4,4	4,6	4,6	4,6	4,3	4,4	0,3	4,4	-3,9
Eslovaquia	1,0	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	-4,0	-8,4	4,9
Eslovenia	3,1	2,5	2,6	2,6	2,5	2,4	2,4	-22,3	-15,6	-7,9
España	2,5	2,3	1,9	1,7	1,6	1,6	1,6	-33,3	-28,8	-6,3
Estonia	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2	1,4	8,3	-11,3	22,2
Finlandia	2,6	2,6	2,7	2,8	2,8	2,7	2,7	2,2	7,6	-5,1
Francia	2,4	2,5	2,5	2,3	2,3	2,2	2,2	-8,1	-4,1	-4,2
Grecia	1,6	1,5	n.d.	n.d.	0,8	0,8	0,9	-44,4	n.d.	n.d.
Hungría	1,1	1,4	1,7	1,7	1,5	1,5	1,6	44,2	56,8	-8,1
Irlanda	2,7	2,5	2,3	2,2	2,1	1,5	1,5	-44,6	-17,5	-32,9
Italia	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,6	-7,6	-9,8	2,4
Letonia	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7	-6,7	-7,2	0,5
Lituania	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	43,6	-0,6	44,5
Luxemburgo	n.d.	n.d.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	n.d.	n.d.	2,3
Malta	0,9	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	3,1	6,6	-3,3
Países Bajos	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,3	1,4	-7,5	-8,4	1,0
Polonia	0,9	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	-37,0	-27,3	-13,4
Portugal	1,4	1,5	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9	-33,9	-21,9	-15,3
Reino Unido	4,1	4,0	4,2	3,9	3,7	4,0	3,6	-12,6	-6,3	-6,8
República Checa	1,6	1,5	1,5	1,4	1,3	1,2	1,2	-26,2	-11,7	-16,4
Rumanía	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	-32,9	-15,4	-20,7
Suecia	2,4	2,5	2,6	2,6	2,5	2,4	2,4	-0,2	6,0	-5,9
Media UE	2,6	2,5	2,5	2,4	2,4	2,3	2,2	-14,4	-8,2	-6,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

Por el contrario, por debajo de la media y con valores de tan solo alrededor de 1,5 euros por cada 1000 de PIB encontramos economías tan relativamente fuertes como España o Italia, ya señalados anteriormente, pero también otros como Irlanda, Países Bajos e incluso Bélgica se sitúan por debajo de la media de la Unión Europea, como se puede apreciar en el gráfico 5.

No obstante, en este caso conviene poner de manifiesto que, si bien la caída más importante en el conjunto de los países se produce en el primer trienio del período analizado, los datos del segundo período, es decir, entre 2013 y 2016, también reflejan una importante caída en la mayoría de países. De hecho, la media de la Unión Europea cae un 6,7% en este trienio tras el anterior descenso de un 8,2% entre 2010 y 2013.

Gráfico 5. Ingresos del PSM en relación al PIB en PPA (%o)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del OEA y Eurostat

Como en el análisis de los apartados anteriores se apreció que por lo general los ingresos entre 2013 y 2016 en los servicios públicos de radiotelevisión habían ya apuntado a una cierta estabilidad e incluso leve crecimiento, resulta evidente que la caída de ingresos respecto a PIB en PPA vendría explicada por un crecimiento más intenso de esta variable; es decir, conforme las economías europeas han ido abandonando la etapa de recesión económica y acumulando crecimientos paulatinos del tamaño de sus economías, estos crecimientos no se han trasladado en la misma proporción a la disposición de ingresos por parte de las corporaciones públicas de radiotelevisión, de modo que podría establecerse que la crisis económica trajo un importante impacto en los recursos disponibles de las corporaciones a través del recorte de ingresos tanto procedentes de la financiación pública como de otros ingresos como la publicidad que parece no encontrar una compensación equivalente en el posterior período de recuperación económica, al menos en la misma medida y proporción.

4. Conclusiones

El impacto de la crisis económica, los cambios en las formas de producción, distribución y consumo mediático y el aumento del constante cuestionamiento de su legitimidad sitúan al sistema audiovisual público en una encrucijada ante la que urge adecuar los distintos modelos de financiación presentes en

la Unión Europea. La asignación directa de fondos a partir de los presupuestos generales ha sido ampliamente cuestionada por el margen que concede a la interferencia política. Esta influencia podría mitigarse mediante el establecimiento de cantidades específicas para periodos cerrados, algo que además otorgaría una mayor estabilidad.

Países como Finlandia o Alemania ya han reaccionado ante la crisis del sistema de financiación predominante en Europa, el canon, extendiéndola a todos los ciudadanos mediante un impuesto progresivo, en el primer caso, y a todos los hogares, en el segundo. La propuesta de incluir el crowdfunding en la financiación de los medios de comunicación públicos también apela a la reflexión sobre una actualización de los mecanismos de financiación que respeten los principios de universalidad.

El estancamiento de la financiación del servicio público de radiotelevisión en la Unión Europea en el período analizado pone de manifiesto la necesidad de reformular los modelos de negocio, con una puesta en valor de dicho servicio que gira en torno a parámetros como su legitimidad, independencia, calidad, reputación o confianza.

Si bien la evolución de las cifras de financiación en la década actual, como se ha señalado, muestra a nivel medio de la Unión Europea una cierta estabilidad o estancamiento, esto no debe ocultarnos las importantes diferencias que existen en la dotación y consolidación del servicio público audiovisual entre lo que se podría apuntar como un modelo de los países del Norte fuerte frente a la debilidad que muestra el sur de Europa en este análisis.

En cualquier caso, parecen poder encontrarse dentro del período analizado del 2010 al 2016 dos etapas diferenciadas, que corresponderían con un primer trienio de claras y profundas reducciones en muchos países, coincidente con la fase de crisis que caracterizó las economías occidentales en esos años; y un segundo trienio que comprendería los años desde 2013 a 2016, en el que, en general, la financiación del servicio audiovisual público mejora tanto en la media de la Unión Europea como en la mayoría de países incluidos en el análisis, si bien de una forma moderada respecto a las fuertes caídas de la etapa anterior en algunos países.

Los análisis en función del número hogares o habitantes de los países analizados arrojan conclusiones muy similares. El asiduo concepto de la Europa de dos velocidades, la brecha entre la fuerte Europa del Norte y la débil Europa del Sur, se muestra nítidamente al analizar la disposición y estabilidad de ingresos para financiar el servicio público de radiotelevisión.

Estas mismas conclusiones se alcanzan al tomar en consideración el tamaño de las economías, si bien en este caso se evidencia además una cierta rigidez al alza en los ingresos en las fases de auge económico frente a la poca resistencia a los ajustes que tuvo la financiación del servicio público audiovisual en la etapa de ajustes en las economías europeas, lo que pone de manifiesto la necesidad de un modelo de financiación que facilite la estabilidad de cara a facilitar cuestiones como la previsibilidad, independencia, confianza y legitimidad del sistema para que sea sostenible en el medio y largo plazo.

* **Investigación financiada.** Los resultados de este artículo corresponden al proyecto de “Indicadores de gobernanza, financiación, rendición de cuentas, innovación, calidad y servicio público de las RTV europeas aplicables a España en el contexto digital” (Referencia CSO2015-66543-P) del Programa estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, subprograma estatal de Generación de Conocimiento del Ministerio de Economía y Competitividad de España, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea. Así como de la actividad de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación (REDES 2016 G-1641 XESCOM) apoyada por la Consellería de

Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia (referencia ED341D R2016/019). La autora Marta Rodríguez-Castro es beneficiaria de un contrato de Formación de Profesorado Universitario (FPU16/05234) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

5. Bibliografía

- Y Achille (1994): *Les Télévisions publiques en quête d'avenir*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- R Benson & M Powers (2011): *Public Media and Political Independence: Lessons for the Future of Journalism from Around the World*. Nueva York: Free Press.
- CE Berg & AB Lund (2012): “Financing public service broadcasting: A comparative perspective”, en *Journal of Media Business Studies*, 9(1), pp. 7–22.
- T Bonini & I Pais (2017): “Hacking Public Service Media Funding: A Scenario for Rethinking the License Fee as a Form of Civic Crowdfunding”, en *International Journal on Media Management*, 19(2), pp. 123–143.
- A Brown (1996): “Economics, public service broadcasting, and social values”, en *Journal of Media Economics*, 9(1), pp. 3–15.
- Comisión Europea (2009): *Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2017): *Libro blanco sobre el futuro de Europa. Reflexiones y escenarios para la Europa de los Veintisiete en 2025*. Bruselas: Comisión Europea.
- T Coppens & F Saeys (2006): “Enforcing performance: new approaches to govern public service broadcasting”, en *Media, Culture & Society*, 28(2), pp. 261–284.
- V Crespo-Pereira, VA Martínez-Fernández & F Campos-Freire (2017): “La neurociencia para la innovación de contenidos en la televisión pública europea”, en *Comunicar*, XXV (52), pp. 09-18.
- Department for Culture, Media and Sport (2015): *BBC Charter Review. Public Consultation*. Londres: Department for Culture, Media and Sport.
- K Donders (2010): “The benefits of introducing European competition principles into national public broadcasting policy”, en *info*, 12(6), pp- 56–68.
- EBU (2017): *Public Funding Principles for Public Service Media*. Grand-Saconnex: EBU.
- C Herzog & K Karppinen (2014): “Policy streams and public service media funding reforms in Germany and Finland”, en *European Journal of Communication*, 29(4), pp. 416–432.
- O Hultén (2003): “Value for money: Auditing public broadcasting performance in Sweden”, en *Javnost - The Public*, 10(3), pp. 97–108.
- Ó Juanatey-Boga, VA Martínez-Fernández & P Castellanos (2017): “La edición en papel de la prensa local ante el fin de su ciclo”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 1 (23), pp. 91-100.
- K Karppinen & H Moe (2016): “What we talk about when talk about ‘media independence’”, en *Javnost - The Public*, 23(2), pp. 105–119.

J Lewis (2015): “Future of the BBC: why the ‘market failure’ model is a flop in broadcasting”, en *Media Policy Project Blog*, London School, Agosto: <https://goo.gl/WnqhWm>.

GF Lowe & CE Berg (2013): “The Funding of Public Service Media: A Matter of Value and Values”, en *International Journal on Media Management*, 15(2), pp. 77–97.

GF Lowe & J Bardoel (2007): “From public service broadcasting to public service media. The core challenge”, en VV AA, *From public service broadcasting to public service media* (Eds., GF Lowe y J Bardoel). Gotemburgo: Nordicom.

H Moe (2011): “Defining public service beyond broadcasting: The legitimacy of different approaches”, en *International Journal of Cultural Policy*, 17(1), pp. 52–68.

Ch S Nissen (2006): *Public service media in the information society*. Estrasburgo: Consejo de Europa.

OEA (2017): *Yearbook 2016*. Estrasburgo: Observatorio Europeo del Audiovisual.

P Ramsey (2017): “Public service media funding in Ireland faces continuing challenges”, en *Media Policy Project Blog*, London School, Septiembre: <https://goo.gl/1jQkMB>.

M Rodríguez-Castro (2017): “Public Value Test. La adaptación de la gobernanza a los nuevos medios”, en VV AA *Estudios sobre legislación, financiación e innovación en la Televisión Pública* (Eds., M Túñez López, F Campos Freire y A Silva Rodríguez). La Laguna: Latina.

VV AA (2011): *Exporting the public value test. The regulation of public broadcasters’ new media services across Europe* (Eds., K Donders y H Moe). Gotemburgo: Nordicom.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

O Juanatey-Boga, VA Martínez-Fernández, M Rodríguez-Castro (2018): “La Europa de dos velocidades reflejada en la financiación del servicio audiovisual público: un análisis basado en los presupuestos”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1054 a 1071.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1296/55es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2018-1296](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1296)

- En el interior de un texto:

...O Juanatey-Boga, VA Martínez-Fernández, M Rodríguez-Castro (2018: 1054 a 1071) ...

o

...O Juanatey-Boga *et al*, 2018 (1054 a 1071) ...

Artículo recibido el 23 de diciembre de 2017. Aceptado el 20 de mayo.

Publicado el 26 de mayo de 2018