Los casos de Austria, Finlandia, Francia, Noruega y Suecia

POR **ISABEL FERNÁNDEZ ALONSO Y JOSÉ JOAQUÍN BLASCO GIL**

Las ayudas a la prensa continúan teniendo plena vigencia en Europa, particularmente las destinadas al fomento de las publicaciones que ocupan posiciones no líderes o especialmente frágiles en sus respectivos mercados. Incluso los Estados de tradición claramente liberal cuentan con ayudas indirectas, como el IVA cero.

*Introducción **

* Este artículo es el resultado de una investigación realizada por el Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) en el marco de un convenio con la Generalitat de Catalunya, gracias al cual se celebró en junio de 2006 en Barcelona el Simposio Internacional ?Ayudas a la prensa en Europa: desarrollo, pluralismo y transparencia?.

Las ayudas a la prensa, tal como analiza Peter Humphreys en este mismo Dossier, son un fenómeno que se generaliza en Europa en el contexto de la crisis económica de los años sesenta y setenta y que pervive desde entonces en todo el continente, sustentado esencialmente en el argumento del fomento del pluralismo (Mateo, 1999).

Se ha de matizar, no obstante, que algunos Estados (Reino Unido, Alemania, Irlanda y Suiza) únicamente aplican ayudas indirectas ?sobre todo IVA reducido o IVA cero?, de carácter más estructural, orientadas al sector de la prensa en su conjunto (Fernández Alonso & Blasco Gil, 2006). La clave argumentativa de por qué estos países no han adjudicado nunca ayudas directas ?orientadas a objetivos concretos? a las publicaciones periódicas se advierte claramente en el informe que la Royal Commission on the Press presentó en 1977 al Parlamento británico. Según este documento, no es evidente que los objetivos de pluralismo y diversidad de los medios se puedan lograr con estas subvenciones, que más bien supondrían un riesgo para la independencia de la prensa con respecto a los gobiernos. Además, en opinión

Fundación Telefónica
Telefónica

de la Comisión, las ayudas a las publicaciones periódicas podrían alterar el normal funcionamiento del mercado. Así, se apunta, por ejemplo, que las subvenciones para el establecimiento de nuevas cabeceras podrían perjudicar a las ya existentes, mientras que otras ayudas, con el tiempo, podrían generar una excesiva dependencia en los beneficiarios, hasta el punto de que éstos no prestasen suficiente atención a las actividades de mejora de la competitividad, confiados en recibir la subvención estatal (Royal Commission on the Press, 1977).

En este artículo partiremos de la clasificación tradicional entre ayudas directas e indirectas, si bien existen otras categorizaciones de interés ?a las que haremos referencia puntualmente?, como la que distingue entre ayudas selectivas y automáticas, según el papel que juegue la Administración en el proceso de adjudicación de las subvenciones (Murschetz, 1998). Así, mientras que en el primer caso el departamento que distribuye los fondos dispone de un cierto margen para valorar las solicitudes en función de las bases del concurso, en el caso de las ayudas automáticas éste se ha de limitar a aplicar unas previsiones legales muy detalladas, que no dejan margen para la discrecionalidad. Cabe matizar que las ayudas indirectas suelen tener carácter automático, mientras que las directas pueden tener carácter selectivo o automático.

En las líneas que siguen expondremos cuáles son los rasgos más significativos de los modelos de ayudas a la prensa existentes en 2007 en Austria, Finlandia, Francia, Noruega y Suecia, prestando especial atención a las modalidades de subvenciones (sobre todo directas) existentes en cada uno de ellos, a los presupuestos con que se financian y a los sistemas que se utilizan para adjudicarlas.

Se ha de matizar que actualmente otros muchos países europeos conceden ayudas directas ?son los casos de Bélgica, Dinamarca, Grecia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal y España (a escala autonómica, como se observa en el texto elaborado por José Joaquín Blasco para este mismo Dossier)?, pero hemos optado por abordar en este texto únicamente las políticas de aquellos estados que sobresalen de una manera más notable por el volumen de ayudas que otorgan (Fernández Alonso & Blasco Gil, 2006).

Austria

El régimen vigente de subvenciones a las publicaciones periódicas en Austria está recogido en una ley federal sobre fomento de la prensa que entró en vigor el 1 de enero de 2004. Esta ley transfiere las competencias en materia de ayudas a la prensa del gobierno federal a KommAustria (Autoridad Austriaca de las Comunicaciones), reguladora de la industria audiovisual.

KommAustria cuenta con el asesoramiento de un Comité de Fomento de la Prensa que, entre otras tareas, ha de elaborar y remitir dictámenes sobre el cumplimiento de los requisitos que se exigen a los solicitantes de las ayudas. Este Comité también puede realizar recomendaciones sobre el sistema de asignación de los fondos y sobre la propia normativa de subvenciones y está formado por seis miembros y un presidente, designados por el Canciller de la República

Fundación Telefónica
Telefónica

Federal (2), por la asociación de diarios (2) y por el sindicato de periodistas (2).

Las modalidades de subvenciones directas que se prevén en esta normativa son:

1.- Ayudas a la distribución de diarios y semanarios (4.525.050 euros (1)). Los primeros recibirán un 54 por ciento del presupuesto, y los segundos un 46 por ciento. Estas ayudas se conceden de forma casi automática (con deducciones considerables en el caso de que el editor de varios diarios y revistas sea el mismo) a los periódicos que reúnan los requisitos que fija el artículo 2.1 de la referida ley de 2004 (recoger contenidos de interés general, contar con un mínimo de periodistas contratados, alcanzar determinadas cifras de difusión, etc.).

2.- Ayudas para el fomento de la oferta diversa de diarios en los estados federados (6.644.500 euros). Estas subvenciones están también orientadas a los diarios nacionales e interregionales que tengan suplementos regionales y contenidos relevantes para la formación de la opinión y de la voluntad políticas, siempre que no ocupen una posición líder en sus respectivos mercados (art. 8).

3.- Medidas para el fomento de la calidad y para asegurar el futuro de la industria (1.668.400 euros) (arts. 9, 10 y 11). En concreto, estas subvenciones están destinadas a: a) asociaciones sin ánimo de lucro y de reconocido prestigio cuya misión sea la formación de periodistas de empresas de comunicación austriacas (39 por ciento del presupuesto destinado a esta modalidad de subvenciones); b) clubs de prensa (asociaciones sin ánimo de lucro cuya actividad principal consista en la organización o realización de conferencias de prensa que tengan una cierta relevancia. 3 por ciento del presupuesto); y c) Diversos (58 por ciento del presupuesto) (2):

– A los editores, en compensación por una parte de los gastos derivados de los cursos de formación a los que asisten los periodistas, así como por los costes que les supone la contratación y formación interna de jóvenes periodistas con dedicación a tiempo completo.

– A los editores, por la contratación de corresponsales en el extranjero y por facilitar gratuitamente diarios o revistas a las escuelas.

– A las asociaciones que tengan por misión exclusiva fomentar la lectura de prensa (y que tengan relevancia a nivel nacional).

– A proyectos de investigación en el ámbito de la prensa, especialmente los orientados a cuestiones de *marketing*.

En cuanto a las subvenciones indirectas, en Austria se aplica a la venta de periódicos un IVA del 10 por ciento, frente al 20 por ciento habitual. Asimismo, cabe subrayar que las tarifas postales reducidas se han visto muy afectadas (han sufrido un incremento de aproximadamente el 200 por cien) como consecuencia de la privatización del servicio de Correos.

Fundación Telefónica
Telefónica

Finlandia

El caso finlandés también presenta un sistema de ayudas a la prensa cuyo objetivo principal es mantener una oferta plural, asegurando la pervivencia de las publicaciones no líderes. En Finlandia, país con un alto consumo de periódicos (514,7 ejemplares por cada 1.000 habitantes, en 2006 (3)), tiene gran relevancia, además, la preocupación del sistema de subsidios por la prensa de partido.

En 2007 el Gobierno finlandés destinó unos 14 millones de euros a las ayudas a la prensa (4). Este presupuesto lo administra el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, que lo divide en dos líneas de subvenciones: las ayudas parlamentarias y las selectivas o discrecionales. Las primeras, que en 2007 ascendieron a 8.050.000 euros, se conceden directamente a los partidos políticos en función de su representación parlamentaria (para que las redistribuyan entre las publicaciones de su propiedad o afines ideológicamente) e incluyen también una partida presupuestaria para el Gobierno de la provincia de Åland (destinada a la provisión de información a las 6.500 islas que la conforman y cuyo único idioma oficial es el sueco).

En segundo lugar, las ayudas selectivas o discrecionales ?que en 2007 contaron con un presupuesto de 6.064.000 euros? tienen como objetivo reducir los costes de distribución de las publicaciones en un país, recordémoslo, con una densidad de población bajísima, debido a su gran extensión, en el que sólo 1 de cada 10 ejemplares se difunde mediante venta al número. Estas ayudas van dirigidas a publicaciones no líderes con dificultades económicas, pero sólo pueden cubrir el equivalente a la distribución de un 30 por ciento de los ejemplares. Además, si una publicación recibe también ayudas parlamentarias, la subvención total obtenida no puede superar el 70 por ciento de los costes que la compañía acredite. La concesión de estas subvenciones la evalúa el Comité de Ayudas a la Prensa, un consejo formado por 12 miembros nombrados por el Gobierno de entre personas relacionadas con los medios y en representación de los diferentes sectores sociales y lingüísticos. Dicho Comité, que también asesora al Ejecutivo sobre los cambios en el sistema de ayudas, elabora informes no vinculantes para el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, que es quien finalmente concede las subvenciones.

Además de estas ayudas, anualmente el Ministerio de Educación también concede subvenciones por valor de unos 800.000 euros a la prensa de temática cultural. Por otra parte, también es importante subrayar que los diarios finlandeses que se distribuyen por suscripción no están gravados con el 22 por ciento de IVA que sí se aplica a la venta al número.

No obstante, el modelo descrito puede cambiar en 2008, puesto que el Gobierno finlandés tiene previsto aumentar el volumen de ayudas a la prensa hasta los 18,5 millones de euros, introduciendo cambios sustanciales en la normativa reguladora. Así, en adelante las ayudas parlamentarias absorberán la mayor parte del presupuesto (18 millones de euros), mientras que las ayudas selectivas se reducirán a 500.000 euros, y estarán dirigidas principalmente a publicaciones en lenguas minoritarias y a financiar el servicio de noticias en sueco.

Eso sí, cabe subrayar que aunque la prensa de partido tiene una gran tradición en Finlandia,

Fundación Telefónica
Telefónica

representa tan sólo una pequeña parte del sector, por lo que el Gobierno destaca que el sistema de ayudas no interfiere en la competencia e incluso recuerda que los grandes editores han expresado su apoyo en diversas ocasiones al sistema de subvenciones a la prensa.

Francia

El país galo presenta uno de los modelos más complejos y antiguos de subvenciones a la prensa del ámbito occidental europeo (5) y es también uno de los principales escenarios de reflexión sobre esta temática en nuestro continente en los últimos años (6).

Según la Dirección de Desarrollo de los Medios, organismo dependiente del Ministerio de Cultura y Comunicación que se ocupa de gestionar los distintos fondos, los tres grandes objetivos de la política de ayudas a las publicaciones periódicas en Francia en 2007 fueron el desarrollo de la difusión, la defensa del pluralismo y la modernización y diversificación hacia el multimedia de las empresas de prensa (7). Clasificadas a partir de estos objetivos, las modalidades de subvenciones directas a las publicaciones periódicas existentes actualmente ?y reformadas en buena parte en noviembre de 2004? son (8):

– Ayudas a la difusión:

a) Al transporte postal de la prensa de información política y general (76 millones de euros en 2007).

b) Reducciones en las tarifas del Servicio Nacional de Ferrocarriles (7,3 millones).

c) A la impresión descentralizada de diarios (0,2 millones).

d) A la distribución y promoción de la prensa francesa en el extranjero (2,8 millones).

e) Al *portage* (distribución al domicilio de los suscriptores de la prensa diaria de información política y general por un medio distinto del correo) (8,25 millones).

f) A las publicaciones semanales regionales y locales (1,42 millones).

– Ayudas orientadas a fomentar el pluralismo:

a) A los diarios nacionales de información política y general con escasos ingresos publicitarios (7,15 millones).

b) A los diarios regionales, departamentales y locales de información política y general con escasos ingresos publicitarios (1,4 millones).

– Ayudas orientadas a la modernización y a la diversificación hacia el multimedia de las

Fundación Telefónica
Telefónica

empresas de prensa:

a) A la modernización social de la prensa diaria de información política y general (20,77 millones).

b) A la modernización de la distribución de la prensa diaria nacional (8 millones).

c) A la modernización de la red de venta de prensa (2 millones).

d) Al desarrollo de servicios en línea de las empresas de prensa (0,5 millones).

e) A la modernización de la prensa diaria de información política y general (27 millones, que incluyen 4 destinados a subvencionar el impulso de la lectura de diarios entre los jóvenes).

De todas las modalidades mencionadas, las que tienen carácter realmente selectivo son las últimas (ayudas a la modernización), reguladas por el Decreto 99-79, de 5 de febrero. Cabe subrayar que se trata de auténticas ayudas a proyectos, cuya dotación se puede traducir en anticipos reembolsables. Asimismo, en el reparto de esta modalidad de ayudas interviene un comité de orientación, integrado por seis representantes de la Administración y otros tantos de las empresas de comunicación. Otra cuestión relevante en la gestión de este fondo es la existencia de una comisión de control ?integrada por un miembro del Tribunal de Cuentas, otro del Ministerio de Cultura y Comunicación y un tercero del de Economía y las Finanzas? que vela porque las ayudas se destinen a los fines para los que han sido otorgadas.

En el modelo francés sobresale igualmente la gran variedad de ayudas indirectas existente. Además de las ayudas al transporte postal y ferroviario de la prensa y a la lectura (que, como hemos visto, el Gobierno francés considera ayudas directas (9)), cabe mencionar el IVA del 2,1 por ciento ?que se aplica a los diarios desde 1977 y que se extiende al resto de las publicaciones periódicas impresas en 1989?, las deducciones fiscales derivadas de las inversiones realizadas por las empresas, la exoneración de la tasa profesional de los editores y las tarifas reducidas en la cotización a la Seguridad Social.

Asimismo, se ha de apuntar que la introducción de las ayudas a la lectura en Francia ha tenido efectos en otros países ?entre ellos España?, tal y como apunta en este mismo Dossier José Joaquín Blasco. Estas subvenciones se implantan en el país galo a raíz de la presentación en octubre de 2004 del informe *Los jóvenes y la lectura de prensa diaria de información política y general*, un documento que había sido encargado al consejero de Estado Bernard Spitz por el ministro de Cultura y Comunicación. En la línea del *Informe Spitz* se aprobaron en julio de 2005 diversos proyectos orientados a favorecer la lectura de prensa entre los jóvenes, entre ellos uno destinado a financiar el envío de diarios a los centros de documentación e información de unos mil institutos de enseñanza secundaria y otro a favorecer el desarrollo de contenidos interactivos en línea, tipo *blog*, donde los jóvenes puedan dar su opinión sobre temas de actualidad, con el compromiso de que las mejores aportaciones se recojan en las ediciones en papel de los periódicos (10). El presupuesto destinado a estas ayudas fue de 3,5 millones de euros en 2005 y de 4 millones en 2006 y 2007.
Finalmente, cabe apuntar que el gobierno francés, al igual que el español con la Agencia EFE,

Fundación Telefónica
Telefónica

suscribe anualmente un contrato de servicios con la Agencia France-Presse, que conlleva un coste que en 2007 se situaba en torno a los 110 millones de euros y que bien podría considerarse como una forma de ayuda indirecta a la prensa, en la medida en que permite una reducción de los costes de los servicios que presta esta agencia a los medios en general.

En el presupuesto del Ministerio de Cultura y Comunicación para 2008 se advierte un incremento considerable de las partidas destinadas a la modernización de la distribución de la prensa diaria nacional (Les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne), que pasa de 8 a 12 millones de euros; y de las orientadas a la modernización social de la prensa diaria de información política y general (financiación de jubilaciones anticipadas, introducida en 2005), que se eleva de 20,77 a 30 millones. Por el contrario, se advierte la supresión ?temporal, en tanto no se reflexiona sobre el sentido de esta modalidad? de las ayudas a la impresión descentralizada de diarios y la reducción de las subvenciones a la distribución y promoción de la prensa francesa en el extranjero, que pasa de de 2,8 a 1,95 millones de euros, al quedar circunscrita únicamente a la prensa de información política y general.

Noruega

Con un índice de lectura muy por encima de la media europea (601,2 en 2006), Noruega cuenta con uno de los sistemas de ayudas a la prensa más antiguos del continente. Dependiente del Ministerio de Cultura y Asuntos Religiosos, a través de Medietylsinet (Autoridad de los Medios de Comunicación), este sistema de subvenciones dispuso de un presupuesto de 37,58 millones de euros en 2007 y pretende, sobre todo, que los periódicos no líderes mejoren su posición en el mercado y se reduzca así la posibilidad de formación de monopolios. A este fin se dedica gran parte del presupuesto (32,16 millones de euros en 2007 (11)), que se canaliza a través de las denominadas ayudas a la producción, de las que ese mismo año se beneficiaron 138 publicaciones.

Al margen de esta línea de subvenciones, en Noruega destaca la preocupación por la protección de las minorías. Así, otra de las principales líneas de ayuda es la dedicada a las publicaciones escritas en sami (12) que, inicialmente, contaba con un presupuesto de 1,77 millones de euros para 2007 pero que a finales de año el Parlamento amplió, a propuesta del Ejecutivo, a 2,41 millones de euros. El motivo de este aumento fue que dos de las publicaciones escritas en sami proponían modificar su periodicidad, hasta entonces bisemanal, para convertirse en diarios (13). Además de estas subvenciones, los periódicos que se distribuyen en la región de Finnmark también cuentan con una línea específica de ayuda a la distribución de unos 213.000 euros en 2007.

A más distancia, por cuanto a presupuesto se refiere, pero siguiendo con el apoyo a las minorías, en 2007 el Gobierno noruego destinó 189.000 euros a las llamadas publicaciones específicas, que representan intereses de grupos sociales o políticos determinados, como los periódicos de comunidades inmigrantes o de colectivos discapacitados. Además, también concedió este mismo año 1,41 millones de euros para la investigación sobre medios de comunicación y a la formación continuada de periodistas.

Fundación Telefónica
Telefónica

Entre las últimas novedades introducidas por el Ejecutivo noruego en su sistema de ayudas a la prensa, destaca la supresión de la línea existente hasta 2006 de apoyo a las actividades informativas de los partidos políticos, derivada de la tradicional relevancia que ha tenido la prensa de partido en este país. Otro de los recientes cambios que afecta al modelo noruego de ayudas a la prensa hace referencia a las subvenciones introducidas en 2006 para compensar a las publicaciones por el incremento de las tarifas postales. Cabe subrayar la preeminencia de la distribución de prensa por suscripción en este país, muy por encima de la venta al número. Según datos facilitados por la Autoridad de los Medios de Comunicación, esta ayuda, que en 2007 contó con un presupuesto de 1,82 millones de euros, se integrará en la línea de ayudas a la producción en 2008.

Por otra parte, en cuanto a las ayudas indirectas, en Noruega los diarios (no así los semanarios y revistas) están exentos del 25 por ciento de IVA regular que se aplica en la mayoría de productos. De acuerdo con Østbye (2002), «Cada cierto tiempo, las organizaciones de la prensa semanal vuelven a poner en marcha el debate sobre la inequidad que entraña esta diferencia de régimen». Tanto es así que en diciembre de 2006 la Asociación Noruega de Prensa Semanal elevó a la Autoridad de Vigilancia de la Asociación Europea de Comercio Justo (European Free Trade Agreement, EFTA) (14) una denuncia por el trato discriminatorio que recibía del Gobierno noruego, sin que en el momento de redactar estas líneas se haya producido una resolución al respecto. Si ésta fuese favorable a la asociación de semanarios ?según la administración noruega esto es poco probable? sus repercusiones podrían tener efecto en la política de IVA en toda la Unión Europea.

La Autoridad de los Medios de Comunicación no cuenta con ningún estudio sobre el impacto de este sistema de ayudas, pero según Østbye (2002), el índice de lectura de diarios ya era muy alto antes de la existencia de estas subvenciones y con ellas tampoco se ha conseguido impedir la desaparición de publicaciones. Si bien este mismo autor subraya que al menos se ha frenado la tendencia a la concentración del sector, manteniendo ?paralelamente a la prensa nacional, una sólida red de periódicos locales y regionales? y que se han creado publicaciones en zonas en las que antes no había.

Suecia

Al igual que Finlandia y Noruega, Suecia cuenta con un alto índice de lectura de prensa (466,7 en 2006) y un significativo presupuesto de ayudas al sector, que alcanzó los 61 millones de euros en 2007 (15), gestionados por Presstödsnämnden (Consejo de Subvenciones a la Prensa), dependiente del Ministerio de Cultura.

Los subsidios a la prensa en Suecia son concebidos como un mecanismo para fomentar la diversidad y la pluralidad y tienen carácter completamente selectivo, puesto que sólo se dirigen a las denominadas publicaciones secundarias. Son aquellas con menor difusión y, por lo tanto, con menores ingresos por publicidad, pero también las escritas en finlandés, las dirigidas a otras minorías lingüísticas e incluso las publicaciones electrónicas. A todas ellas se orientan las subvenciones operacionales o de explotación que, con unos 45 millones de euros de presupuesto en 2007, contribuyen al mantenimiento de estos periódicos en el mercado. De

Fundación Telefónica
Telefónica

hecho, las autoridades suecas sostienen que muy pocas de estas publicaciones ?especialmente las de menor cobertura? subsistirían sin estas ayudas (Gustafsson, 2007).

Con esta misma vocación selectiva, el Consejo de Subvenciones a la Prensa sueco también administra las ayudas a la distribución. Destinadas a sufragar el coste de la distribución ?recordemos que la venta por suscripción es mayoritaria?, estas subvenciones se otorgan siempre y cuando la distribución se haga de forma conjunta con otros periódicos, con el objetivo de crear sinergias y abaratar costes. Eso sí, aunque el precio del servicio va en función del peso de la publicación, los baremos de cálculo de estas ayudas priman a las publicaciones de menor tirada.

Finalmente, existe otra modalidad de subvenciones: a las versiones ?habladas? de periódicos, destinadas a personas con discapacidades visuales u otras minusvalías que les impidan leer con normalidad una publicación. Es ésta una línea de ayudas única, gestionada por el Consejo de Periódicos Hablados ?vinculado orgánicamente al Consejo de Subvenciones a la Prensa?, y que cuenta con un presupuesto de unos 14 millones de euros anuales (Karlsson, 2006).

Cabe subrayar que, además de estas ayudas directas, en Suecia se aplica un IVA del 6 por ciento a la venta de periódicos, frente al general del 25 por ciento.

Conclusiones

De los cinco países elegidos para este estudio ?en función del volumen de las subvenciones que otorgan a las publicaciones periódicas?, cabe señalar que cuatro de ellos (Austria, Finlandia, Noruega y Suecia) se ajustan al modelo democrático corporativo definido por Hallin y Mancini (2004) y caracterizado por contar con tres curiosas coexistencias: importante circulación de medios comerciales, que conviven con otros ligados a grupos políticos y civiles; notable vinculación entre medios y tendencias políticas, que no impide un alto grado de profesionalización, y fuerte tradición de libertad de prensa, pese al notable intervencionismo estatal.

Por el contrario, Francia se ajustaría, según estos mismos autores, con matices, al modelo pluralista polarizado, típico de los países mediterráneos y caracterizado por los bajos índices de lectura de prensa ?Francia se sitúa, no obstante, un poco por encima de la media?, el escaso grado de profesionalización y los altos niveles de vinculación entre medios y tendencias políticas y de intervencionismo estatal. Si bien curiosamente es este país el que presenta un modelo más diverso de ayudas a la prensa (tanto directas como indirectas) y destina a este fin un presupuesto claramente más elevado que los otros (16).

De las modalidades de subvenciones enunciadas en los diferentes casos se deduce que priman las orientadas a publicaciones no líderes, que normalmente cuentan con escasos recursos publicitarios. Existen en Austria (ayudas al fomento de la oferta diversa de diarios); Finlandia (ayudas selectivas); Francia (ayudas a los diarios nacionales de información política y general con escasos ingresos publicitarios; y a los diarios regionales, departamentales y locales

Fundación Telefónica
Telefónica

de información política y general con escasos ingresos publicitarios); Noruega (ayudas a la producción), y Suecia (ayudas operacionales y ayudas a la distribución).

Cabe precisar que se podrían enmarcar en esta categoría las subvenciones a la prensa política en Finlandia (ayudas parlamentarias) y a las publicaciones escritas en lenguas minoritarias, como la lengua sami en la región noruega de Finmark y la lengua sueca en la región finlandesa de Åland.

Si lo hacemos así, nos encontramos con que los tres países nórdicos ?Finlandia, Noruega y Suecia? destinan la práctica totalidad de las ayudas al impulso de las publicaciones de segunda línea y a las promovidas por minorías, incluidas las destinadas a personas discapacitadas, que difícilmente podrían competir y subsistir sin contar con el apoyo del Estado. Sin embargo, en Austria, y sobre todo en Francia, se destina un volumen importante de dinero público a las ayudas automáticas a la difusión, de las que se benefician todo tipo de publicaciones.

También cabe mencionar que estos dos países han incorporado recientemente medidas orientadas a la mejora de la calidad redaccional y a la lectura de prensa, medida esta última que no tendría razón de ser en los países nórdicos, líderes tradicionalmente en consumo de periódicos a escala mundial.

En cuanto a las ayudas indirectas, existen en todos los países analizados reducciones en el IVA que se aplica a la venta de periódicos pero con variaciones sustantivas de unos casos a otros. Es frecuente una reducción relativa aplicable a todas las publicaciones (10 por ciento en Austria, 2,1 por ciento en Francia y 6 por ciento en Suecia), si bien se dan casos de IVA 0 por ciento en Noruega ?sólo para los diarios? y en Finlandia, para la venta por suscripción).

Resulta llamativa la variedad de ayudas indirectas existentes en Francia, donde, junto al IVA reducido, se aplican diversas deducciones fiscales a los editores, que, además, están exentos de pagar la tasa profesional y disfrutan de un estatus específico a la hora de cotizar a la Seguridad Social.

En lo relativo a los sistemas de adjudicación de las ayudas, el modelo más generalizado es el que opta porque sea un departamento gubernamental, normalmente vinculado al ámbito de la Cultura, el que se ocupe de la gestión y control de todo el proceso de otorgamiento de las subvenciones. Es el caso de Finlandia (Ministerio de Transporte y Comunicaciones y Ministerio de Educación), Francia (Dirección de Desarrollo de los Medios del Departamento de Cultura y Comunicación), Noruega (Autoridad de los Medios de Comunicación de Masas del Ministerio de Cultura y Asuntos Relacionados con la Iglesia) y Suecia (Consejo de Subvenciones a la Prensa del Ministerio de Cultura).

No obstante, cabe matizar que en algunos países el Ejecutivo cuenta para realizar esta tarea con el asesoramiento de una comisión que, al menos, da opción a que se escuchen otras voces en el proceso de adjudicación de algunas de las subvenciones (por más que estas voces no tengan carácter vinculante). Así, en Francia funciona un comité de orientación (integrado por 6 representantes de la Administración y otros tantos de las empresas de prensa), que

Fundación Telefónica
Telefónica

interviene únicamente en el reparto de las ayudas a la modernización y diversificación hacia el multimedia. Mientras que en Finlandia opera un Comité de Ayudas a la Prensa, que cuenta con 12 representantes de diferentes grupos sociales y políticos y que ha de elevar al Ministerio de Transporte y Comunicaciones una propuesta de las allí denominadas ayudas selectivas.

En el extremo opuesto al sistema descrito se sitúa el caso de Austria, donde es una autoridad independiente del Gobierno, KommAustria, la encargada de adjudicar las ayudas a la prensa. Un hecho significativo que nos lleva a plantear si no tendría sentido considerar la posibilidad de convertir los consejos audiovisuales en autoridades de la comunicación, puesto que con este texto queda demostrado que las políticas de prensa siguen teniendo plena vigencia.

Bibliografía

Fernández Alonso, I. & Blasco Gil, J. J. (2006). Press Subventions in Europe in 2006. Categories, Funding Provided and Assignation Systems. En Fernández Alonso, Isabel, et al. (eds.) *Press Subsidies in Europe.* Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya, pp. 56-76.

Gustafsson, K. E. (2007). *The Market Consequences of Swedish Press Subsidies.* [En línea]. Disponible en: http://www.sweden.gov.se/download/c6a0f7aa.pdf?major=1&minor=19032&cn=attachmentDuplicator_0_attachment [Consulta: noviembre de 2007].

Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Karlsson, A.-B. (2006). Press subsidies in Sweden. En Fernández Alonso, Isabel et al. (eds.) *Press Subsidies in Europe*. Barcelona: Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya, pp. 99-102.

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

Murschetz, P. (1998). State support for the daily press in Europe: a critical appraisal. En *European Journal of Communication*, vol. 13, No. 3, Londres, Sage Publications, pp. 291-313.

Østbye, H. (2002). *Las relaciones entre el Estado y la prensa en Noruega*. Oslo: Real Ministerio de Asuntos Exteriores. [En línea] Disponible en: http://odin.dep.no/odin/spansk/p10001917/p10001926/032091-991358/dok-bn.html [Consulta: mayo de 2005]

Royal Commission on the Press (1977). *Final Report*. Londres: Her Majesty?s Stationery Office. Service des Études Juridiques du Sénat Français (2004) *Les aides publiques à la presse,* No.

Fundación Telefónica

136 [En línea]. Disponible en : http://www.senat.fr/lc/lc136/lc136.html [Consulta: noviembre de 2007].

Fundación Telefónica
Telefónica