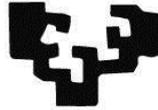


eman ta zabal zazu



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

**DOKTOREGO TESIA  
TESIS DOCTORAL**

**La singularidad de Euronews en el contexto  
audiovisual internacional y su papel estratégico  
en el proceso de integración europea  
(1993-2003)**

Autora/Egilea: Dña.Lorena Zabala López

Director/Zuzendaria: Dr.D.Koldobika Meso Ayerdi



eman ta zabal zazu



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

**GIZARTE ETA KOMUNIKAZIO ZIENTZIEN FAKULTATEA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
COMUNICACIÓN**

**GIZARTE-KOMUNIKAZIOA DOKTOREGOA  
PROGRAMA DE DOCTORADO EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**KAZETARITZA SAILA  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



## FUERA DE LA TIERRA

En los años 80 del siglo XX, la Agencia Espacial Europea (ESA) propuso a la Unión Europea de Radiodifusión (UER) la utilización de un satélite de difusión directa -Olimpus- que debía de ser lanzado en aquellos años.

La UER pensó en la posibilidad de establecer un sistema de televisión paneuropeo y multiligüe y las pruebas empezaron en 1985.

Por ello, para entender la aparición del canal Euronews y la transformación de la entonces Comunidad Europea en Unión Europea, el lector encontrará que el campo de investigación no se centra únicamente en el canal de televisión simplemente, sino que la investigación se amplía al ámbito de las telecomunicaciones vía satélite y los desarrollos tecnológicos que se sucedieron a finales del siglo XX y principios del XXI. Es por ello que la mayoría de las agencias espaciales de países de casi todo el mundo se originan en estos años.

Por lo tanto, no se puede obviar que el punto de partida de Euronews no es otro que la puesta en marcha de un satélite fruto del interés de Europa en aquellos años en asuntos de tecnología espacial. De hecho, uno de los programas de Euronews, *Space*, se realiza en colaboración con la ESA.

Del mismo modo, para entender el comportamiento de las grandes potencias del mundo en la segunda década del siglo XXI, hemos de fijarnos más que nunca en lo que está pasando en el ámbito del espacio. En cuanto a las nuevas áreas de inversión, cabe citar el auge de las empresas privadas en un ámbito como la fabricación de naves espaciales, hasta hace poco reservado a los estados. Hay que señalar tres empresas importantes en este sector: SpaceX, cuyo propietario es Elon Musk; Blue Origin, de Jeff Bezos; y Virgin Galactic, de Richard Branson.



## INDICE

1- INTRODUCCIÓN: LA DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y LA RELEVANCIA DE SU ANÁLISIS.....	7
1.1- Consideraciones y aspectos generales.....	9
1.1.1- La aparición de Euronews y sus antecedentes .....	10
1.1.2- Un producto diferente .....	11
1.1.3- Los medios de comunicación audiovisual a finales del siglo XX y principios del siglo XXI. El contexto en el que aparece Euronews. ....	11
1.1.4- El debate existente.....	15
1.2- Delimitación del objeto de estudio .....	17
1.3- Presupuestos teóricos.....	18
1.4- Relevancia del tema, objetivos y otros aspectos del trabajo .....	19
1.5- Hipótesis de trabajo que guían la investigación.....	21
1.6 –Metodología .....	22
1.7- Plan de la obra.....	27
2- EL PAPEL ESTRATÉGICO DE LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES. EL DESAFÍO EUROPEO EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.....	29
2.1- Introducción .....	31
2.2- El papel estratégico del sector audiovisual en la sociedad internacional.....	32
2.2.1- Los desequilibrios informativos internacionales como resultado de una estrategia comunicativa .....	38
2.2.2- El carácter y efecto de los programas de televisión en el marco del siglo XXI: una visión desde varias apreciaciones teóricas.....	43
2.3- La Teoría de la Comunicación y las Relaciones Internacionales.....	47
2.3.1- La Comunicación Audiovisual como discurso social y de interés estratégico en la sociedad internacional .....	49
2.3.2- El discurso televisivo como específico del discurso comunicativo social .....	58
2.4- La respuesta audiovisual europea ante la hegemonía estadounidense .....	58
2.4.1- Europa y Estados Unidos: dos modelos distintos de televisión .....	59
2.4.2- La reacción europea ante la hegemonía informativa estadounidense tras la guerra del Golfo Pérsico.....	62
2.5- La Internacionalización del Sector Audiovisual y de las telecomunicaciones. El preludeo de la Sociedad de la Información .....	66
2.5.1- El nacimiento de un nuevo espacio universal integrado .....	76

2.5.2- Europa, EEUU y Japón: el Triángulo clave en el panorama internacional de las telecomunicaciones .....	78
2.6- Resumen.....	89
<b>3 EURONEWS COMO EXPRESIÓN DE LA IDENTIDAD AUDIOVISUAL EUROPEA.ANTECEDENTES, GÉNESIS Y DESARROLLO (1986-1993).....</b>	<b>91</b>
3.1- Introducción .....	93
3.2- Euronews como expresión del despertar de una conciencia audiovisual común europea ..	94
3.2.1- El contexto político internacional como factor decisivo para entender la aparición de Euronews y el papel del audiovisual en Europa .....	95
3.3- Los antecedentes del modelo Euronews y sus características.....	100
3.3.1- El proyecto Eurikon .....	100
3.3.2- La experiencia de Europa TV .....	103
3.4- Génesis y nacimiento de Euronews .....	107
3.4.1- Origen y ubicación .....	107
3.4.2- Causas del lanzamiento de Euronews (1-1-1993) .....	114
3.4.3- Una significativa primera emisión .....	117
3.5- El desarrollo de Euronews como pieza clave para entender su filosofía .....	119
3.5.1- La etapa embrionaria en el seno de la UER .....	119
3.5.2- El singular y acelerado inicio de las emisiones.....	122
3.5.3- La etapa vocacional (1993-1994) y los siguientes años .....	122
3.6- La vinculación de Euronews con la Unión Europea. La respuesta a los objetivos del Tratado de la Unión Europea (TUE) .....	124
3.7- Resumen.....	128
<b>4- EL FUNCIONAMIENTO DE EURONEWS COMO PROYECTO POLÍTICO AUDIOVISUAL EUROPEO: SUS OBJETIVOS, CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES (1993-2003) .....</b>	<b>131</b>
4.1- Introducción .....	133
4.2- Euronews como modelo de cooperación informativa y como superación del sistema de intercambios .....	134
4.3- Los objetivos de Euronews como respuesta las necesidades políticas y económicas de la Unión Europea .....	138
4.3.1- Una alternativa en el espacio informativo audiovisual internacional.....	140
4.3.2- La oferta de una programación especializada .....	144
4.3.3- El primer canal europeo multilingüe dedicado a la información .....	145
4.3.4- Una cadena distinta a la CNN norteamericana.....	145
4.3.5- La “voz de Europa” en el mundo .....	147
4.4- Las características de Euronews hacia la vanguardia del periodismo del siglo XXI .....	148

4.5- Las funciones de Euronews: de la complementariedad de las televisiones nacionales a la aspiración de ser la voz de Europa en el mundo .....	152
4.5.1- Función política.....	153
4.5.2- Función social .....	156
4.5.3- Función cultural .....	156
4.5.4- Función de formación de opinión pública.....	157
4.5.5- Función de integración.....	161
4.5.6- Función de servicio de información complementaria .....	163
4.5.7- Función didáctica .....	164
4.6- Resumen.....	165
<b>5 LA ORIGINAL ESTRUCTURA FINANCIERA Y DE ORGANIZACIÓN INTERNA DE EURONEWS .....</b>	<b>167</b>
5.1- Introducción .....	169
5.2- El análisis de la estructura de Euronews: una visión desde la economía política.....	170
5.3- La Estructura peculiar de la Sociedad Euronews: un híbrido entre lo público y lo privado .....	174
5.3.1- Accionistas. Televisiones miembros .....	176
5.3.2- El estudio preliminar sobre el Presupuesto y Financiación.....	180
5.3.3- El origen de la formación de un modelo híbrido de financiación .....	188
5.3.4- Los nuevos Socios y candidatos.....	192
5.4- La centralización de los servicios informativos y la elección de la sede .....	194
5.4.1- El debate sobre la elección de la sede .....	196
5.5- Un equipo humano que buscaba el equilibrio de las representaciones nacionales, joven y polivalente.....	198
5.5.1- Características .....	198
5.5.2- El equipo técnico y de redacción.....	202
5.5.3- La renovación en la estructura del staff. Los puestos directivos.....	203
5.5.3.1- Los cambios en la presidencia.....	206
5.6- Resumen.....	208
<b>6 LA INFRAESTRUCTURA DE EURONEWS EN EL CONTEXTO TECNOLÓGICO EUROPEO. LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA COMO PREMISA PARA LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS.....</b>	<b>211</b>
6.1- Introducción .....	213
6.2- El fundamento de la estructura tecnológica de Euronews .....	214
6.2.1- La influencia del contexto en materia audiovisual en Europa: entre el proteccionismo y la liberalización .....	215
6.3- Aspectos técnicos de la difusión de Euronews .....	224

6.3.1- El Proceso de emisión y su base tecnológica .....	225
6.3.2- Una tecnología al servicio de Euronews .....	227
6.3.3- Las características de la emisión vía satélite .....	230
6.3.3.1- La Directiva Europea sobre normas de transmisión Vía Satélite .....	234
6.3.4- El cambio a la señal digital de Euronews. 1/1/1999 .....	235
6.4-El análisis del medio televisivo en Europa para entender el impacto de Euronews .....	236
6.4.1-La evolución tecnológica de la televisión .....	236
6.4.2- El sistema de televisión por cable en Europa.....	246
6.4.3- Nuevas formas de consumo televisivo .....	247
6.5- La inversión en nuevas tecnologías como requisito fundamental para el desarrollo de productos europeos.....	251
6.5.1- Riqueza cultural en un mercado fragmentado.....	251
6.5.2- La necesidad de incorporar las nuevas tendencias y el reto tecnológico .....	251
6.5.3- La errónea apreciación del mercado.....	258
6.6- Resumen.....	260
7- EL ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN Y DEL CONTENIDO DE EURONEWS.....	261
7.1- Introducción .....	263
7.2- El efecto positivo de la diversidad cultural europea sobre la parrilla de Euronews.....	264
7.2.1- El debate sobre la diversidad en Europa .....	264
7.2.2- Euronews como solución .....	265
7.2.3- Las ventajas de la revolución digital .....	266
7.2.4- El factor diferencial europeo.....	267
7.3- El estudio de la parrilla de programación de Euronews.....	268
7.3.1- Una nueva forma de entender la televisión .....	270
7.3.2- La programación .....	270
7.4- Las características de los programas que habían dado a Euronews un perfil diferente ....	272
7.4.1- Elementos previos a tener en cuenta .....	272
7.4.2- La peculiaridad de los magazines.....	276
7.4.3- Las variaciones en la parrilla.....	285
7.4.4- Las transmisiones en directo de Euronews .....	289
7.4.5- El Tratamiento de la Información en Euronews.....	292
7.4.6- El carácter estratégico de la programación de Euronews en Internet.....	294
7.5- El mensaje de Euronews, su contenido: el reflejo de una Europa plural con un objetivo común.....	298
7.5.1- La mirada puesta en los países del Este .....	302

7.5.2- La construcción de la Paz en Europa como objetivo y la defensa de la pluralidad lingüística y cultural en Europa.....	302
7.5.3- La proyección de la UE en el escenario internacional y el papel del Parlamento Europeo .....	303
7.6- Resumen.....	307
<b>8- DIMENSIONES DE LA DIFUSIÓN Y DE LA AUDIENCIA DE EURONEWS DENTRO Y FUERA DE LA UNIÓN EUROPEA.....</b>	<b>309</b>
8.1- Introducción.....	311
8.2- Una difusión creciente gracias a la revolución tecnológica y a los nuevos sistemas de televisión.....	312
8.3- La estrategia de difusión de Euronews hacia las áreas prioritarias de la Unión Europea .	313
8.3.1- El continente europeo y el área mediterránea .....	313
8.3.2- Rusia y los países de la CEI.....	315
8.3.3- América Latina.....	316
8.3.3.1- Hispasat como instrumento útil para Euronews para su difusión por América Latina .....	317
8.3.3.1.1- Un enlace de comunicación entre Europa y América Latina .....	320
8.3.3.2- El sistema Euronews como modelo de referencia en el emergente mercado audiovisual iberoamericano.....	326
8.4- Los factores diferenciales de la audiencia de Euronews.....	330
8.4.1 - Unos índices de audiencia determinados por la tecnología.....	330
8.4.2 - Una audiencia concreta, preparada y especializada .....	336
8.5- El sentido del éxito de Euronews fuera de Europa .....	341
8.6- Resumen.....	344
<b>9- LA BÚSQUEDA DE UN LUGAR PARA EURONEWS EN LA POLÍTICA AUDIOVISUAL EUROPEA: LA BASE PARA LA FORMACIÓN DE UNA RED INFORMATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA.....</b>	<b>347</b>
9.1- Introducción.....	349
9.2- Un complejo marco regulador de la radiodifusión transfronteriza en Europa .....	351
9.3- Una política audiovisual europea de pequeños pasos en un mundo de grandes cambios .	358
9.3.1- Una polémica directiva que ignoraba la existencia de Euronews .....	359
9.3.2- Los factores del desequilibrio audiovisual en Europa.....	363
9.3.3- Lo audiovisual como protagonista de una nueva era y su difuminada presencia en el TUE .....	364
9.3.4- La escasa presencia de Euronews en los programas audiovisuales comunitarios: El caso del programa Media.....	369
9.4- Eureka Audiovisual: una estructura intergubernamental para el fomento de proyectos audiovisuales transnacionales en Europa y su relación con Euronews .....	375

9.4.1- Una estructura intergubernamental .....	375
9.4.2- Reseña histórica, características y objetivos .....	378
9.5- Las posibilidades de Euronews como parte de una red informativa en la Unión Europea	381
9.6- Resumen.....	385
CONCLUSIONES FINALES.....	387
REFERENCIAS.....	419
RELACIÓN DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS MÁS UTILIZADOS .....	471
ANEXOS.....	475

## CAPITULO 1

### **1- INTRODUCCIÓN: LA DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y LA RELEVANCIA DE SU ANÁLISIS**



## 1.1- Consideraciones y aspectos generales

El trabajo que presentamos supone el análisis de un medio de comunicación audiovisual europeo que ha llamado nuestra atención por sus peculiares características. Esta cadena de televisión especializada en información llamada Euronews es una cadena que pasó casi desapercibida en su origen, pero que, sin embargo, ha suscitado nuestro interés por su relación y por sus efectos en el proceso de integración europea y en el espacio audiovisual internacional durante sus primeros diez años de emisión (1993-2003).

Pretendemos acercarnos a su estudio desde una triple perspectiva: desde las Relaciones Internacionales; desde la Teoría de la Comunicación; y desde el proceso de construcción europea.

Lo cierto es que desde los orígenes del proceso de integración europea no había existido un medio de comunicación audiovisual que respondiera a los intereses de Europa en su conjunto. No se podía hablar de un canal de televisión alternativo que representara a la Unión Europea como un ente diferente de los Estados. Hasta entonces, lo que existían eran televisiones que ofrecían un punto de vista nacional.

Nos planteamos si Euronews constituía un producto novedoso en materia de medios de comunicación audiovisual por sus peculiaridades en Europa y también en relación con los que existían en todo el mundo, ya que hasta la aparición del canal Euronews había un déficit en materia de televisión de información europea. ¿Cubría Euronews esa deficiencia?

Nos cuestionamos también si se trataba de un hecho aislado o constituía una respuesta al momento político y tecnológico internacional. El espíritu que movió a los primeros fundadores de la cadena, ¿fue quizá la “invasión” informativa llevada a cabo por la CNN y otros canales?, y si así fuera, nos interesaba analizar qué se estaba haciendo en diversos foros, si se trataba de un proyecto viable y si funcionaba como una cadena de televisión europea.

En un marco general tratamos de establecer la relación entre Euronews y las pautas de evolución política en el seno de la Unión Europea. Pero es necesario señalar, además que este análisis parte de un contexto más amplio que es la denominada Sociedad de la Información. Nos interesábamos sobre la relación entre el mundo audiovisual y el de las telecomunicaciones y si europeas constituía un elemento significativo en este marco.

Nos adentramos en este estudio con el ánimo de definir, distinguir y concretar la singularidad de Euronews, su desarrollo y cuáles fueron las aportaciones de esta cadena al proceso de integración europea en sus primeros diez años de andadura.

Euronews constituía además un ente en el que se reflejaban las tensiones y debates que se daban en el seno de la Unión Europea y cabe preguntarse en qué medida era el resultado de una determinada situación política y tecnológica internacional. Resulta por ello un excelente campo de trabajo para el análisis político y evolución del proceso de integración europea.

Dos son las cuestiones en este primer punto de partida : ¿Por qué surge Euronews? Y en segundo lugar, ¿por qué lo hace en un determinado momento?

### **1.1.1- La aparición de Euronews y sus antecedentes**

Al acercarnos a la investigación en materia audiovisual, y en concreto a Euronews, tenemos en cuenta varios aspectos: uno de ellos es que los medios audiovisuales se configuraban como subsistemas de un sistema social determinado. Otro aspecto es que la televisión funcionaba como forma de interpretar la realidad; interpretación que, por otro lado, resultaba más verosímil. Profundizando en esta idea, podemos decir que no sólo interpretaba la realidad, sino que era capaz de sustituirla, acomodaba, en definitiva, la percepción del mundo. En tercer lugar, queremos señalar el hecho de que los sistemas de televisión desde finales de los años 80 del siglo XX, gracias a las entonces consideradas nuevas tecnologías, sobrepasaban el marco nacional, con lo que ello implicaba.

En este contexto, surgió Euronews, un instrumento audiovisual que en una primera aproximación abordamos con un interés concreto: el de conocer su papel como una herramienta en el proceso de integración europea.

Al abordar los orígenes de este fenómeno, nos detendremos en los proyectos precedentes de Euronews. Se trata de la experiencia de Eurikon y de Europa-TV, ejemplos de los que hablaremos más adelante y que, a partir de su puesta en marcha y posterior fracaso, desencadenarían todo un conjunto de nuevas maniobras en las instituciones europeas que dieron lugar a la posterior aparición de Euronews.

### 1.1.2- Un producto diferente

Hemos señalado al comienzo que una primera observación que nos planteábamos era sobre si el canal de televisión Euronews constituía un modelo novedoso y pionero de televisión europea. Cuando hablamos de televisión europea hacemos alusión a una televisión que acogía entre sus accionistas a algunos de los Estados miembros de la Unión Europea y otros que no lo eran pero que tenían algún vínculo con la misma.

El término de televisión europea hace alusión al mismo tiempo al hecho de que Euronews surgió con el objetivo de que en Europa hubiera una única voz; es decir, de que existiera una televisión hecha desde el punto de vista europeo en un mercado audiovisual dominado por los productos norteamericanos.

Para dar respuesta a esta cuestión señalaremos a modo de primera aproximación algunas de las características de Euronews:

- 1)-En cuanto a su filosofía, se trataba de un canal con una clara vocación europeísta y esto se reflejaba en todos sus contenidos y programas.
- 2)-Era un canal de televisión por satélite especializado en información multilingüe: Comenzó emitiendo en cinco idiomas y a lo largo de esos años (1993-2003) logró una emisión simultánea en trece idiomas.
- 3)-Respecto a los contenidos, abordaba temas de ámbitos europeos y referentes a la Unión Europea; y prestaba especial atención a sus instituciones.
- 4)-Tenía una peculiar estructura financiera y poseía unos bajos costes de producción, con lo que se conseguía una televisión muy manejable.
- 5)- No tenía un carácter estatal, aunque estaba formado por televisiones estatales.
- 6)- En cuanto a la forma de trabajo, el estilo de los informativos carecía de presentadores. Es en ese momento un canal de televisión sin reporteros, ni cámaras y el texto no se traducía. Los equipos de trabajo estaban organizados a propósito por idiomas.

Todos estos rasgos nos sugieren en principio que Euronews era un modelo de televisión original en relación con cualquier otro en todo el mundo.

### 1.1.3- Los medios de comunicación audiovisual a finales del siglo XX y principios del siglo XXI. El contexto en el que aparece Euronews.

En este apartado nos referiremos al contexto audiovisual en el que aparece Euronews

A finales de los años 90 del siglo XX y en el inicio del siglo XXI, el mundo de las telecomunicaciones se presentaba como auténtico protagonista del cambio. La novedad residía en la rapidez con que se transmitía la información y en una nueva cultura mediática; es decir, en una nueva manera de utilizar los Media. Los sistemas de comunicación electrónicos habían variado la sociedad misma y sus sistemas de intercambio, ocasionando transformaciones en el ámbito social, educacional, político y económico.

Euronews, nuestro objeto de investigación había ido sufriendo desde su aparición el 1 de enero de 1993 varias modificaciones en un intento de adecuarse a los cambios en la televisión en Europa y en el mundo. Al igual que las televisiones públicas, había tenido que ir haciendo frente a la competencia de las televisiones privadas. La llegada de televisión digital marcaba, no obstante, una nueva etapa mucho más interesante y con nuevas posibilidades para Euronews.

Para el análisis y estudio de los procesos comunicacionales en el orden internacional que se estaban sucediendo, con sorprendentes alianzas y fusiones de medios para la formación de empresas multimedia, nos han resultado de máximo interés las investigaciones personales realizadas a lo largo de este periodo de análisis tanto en departamentos de Ciencias Políticas, Relaciones Internacionales y Comunicación de distintas universidades como en empresas extranjeras, además de la propia sede de la cadena Euronews en Lyon, Francia.

Nuestro interés se ha centrado principalmente en los medios de comunicación audiovisual en procesos de integración económico-política, una dinámica que se estaba imponiendo en el mundo. En el caso del proceso de integración europea, Euronews se perfilaba como el único canal de televisión que representaba los intereses de la Unión Europea en el escenario internacional. Debido al acuerdo firmado entre la Unión Europea y el Mercosur a finales de 1995, nos parece interesante destacar que Euronews se ofertaba en aquel momento en un paquete de programas destinados a los miembros de Mercosur (Brasil, Paraguay, Uruguay y Argentina)

En el caso del Tratado de Libre Comercio o NAFTA, formado por Estados Unidos, Canadá y México, realizamos en 1995 una investigación en este último país para observar de qué forma se ofertaba el canal Euronews. A esto, se unía el interés que en esos momentos tenía la UE para firmar con México un acuerdo de cooperación como los suscritos con Mercosur y con Chile. Así, después de algunas dificultades se logró este objetivo de firmar dicho acuerdo el 23 de julio de 1997.

Por otro lado, en el campo de los medios de comunicación, la liberalización de los mercados y los avances tecnológicos habían provocado una rápida transformación del mercado audiovisual europeo. Esto supuso una revisión de los procedimientos en materia de formación e intercambio de información, así como la generación de nuevas actitudes, nuevas prácticas de trabajo y nuevas pautas comerciales.

Durante nuestra investigación, hemos estudiado y profundizado en la idea de que los llamados mercados comunes o los tratados de libre comercio serían el marco que determinara una gran parte de los flujos informativos y culturales de los siguientes años. Por ello, Euronews era un canal de televisión pionero puesto que surgía precisamente en el marco de un proceso de integración, el de la UE que era y es el más acabado de los que existen en el mundo.

Los efectos recíprocos de la tecnología, del crecimiento y del empleo constituyen las preocupaciones mayores de los gobiernos de casi todos los países cualesquiera que sea su grado de desarrollo, ya que sin un esfuerzo sostenido de progreso científico y tecnológico no sería posible la creación de nuevos puestos de trabajo. El desarrollo económico y social pone el acento en la innovación en la que juega un papel fundamental la investigación y el desarrollo. El crecimiento económico en cualquier industria depende no sólo del capital y del trabajo sino también, y fundamentalmente, del conocimiento.

Para crecer, las economías de finales del siglo XX se veían en la necesidad de invertir en conocimiento; es decir, en educación, en investigación y desarrollo, de la misma forma que invertían en equipos. Allí era donde el mundo de la información adquiriría especial relieve. En un contexto de agresiva competencia internacional se requería, además, de un debido entrenamiento de las personas. En este sentido, Euronews constituyó un espléndido foro de entrenamiento de unos profesionales de la información que desempeñaban una tarea inusual como era la de informar desde un punto de vista europeo trabajando en equipos conformados por redactores de diferentes países y en donde se hablaban varios idiomas.

Uno de los puntos de partida de nuestra investigación ha sido el análisis del contexto en el que surgió Euronews. Para realizar una primera introspección en el entorno que propició la aparición de Euronews, nos preguntamos cuál era la situación internacional de entonces y qué características tenía. Así, observamos que era el momento de dar respuesta a la demanda de información internacional y europea.

El punto de inflexión fue el éxito de la Cable News Network (CNN) en Europa y

en todo el mundo, con la cobertura de la guerra del Golfo Pérsico en 1991. Al mismo tiempo, tenía lugar un proceso de crisis de las televisiones públicas en Europa que trajo aparejado el consiguiente replanteamiento de su papel en este nuevo marco. Se trataba de un momento de competitividad entre lo público y lo privado, dándose al mismo tiempo los procesos de privatización de diferentes entidades públicas desde mediados de los años 80 en numerosos países como por ejemplo en España: Repsol, Argentaria y Telefónica.

Es también una época que anunciaba el fin de la Sociedad Industrial y el comienzo de un nuevo tipo de sociedad: la denominada “Sociedad de la Información”, cuyos pilares fundamentales serían las nuevas tecnologías de la información: los satélites, la red de banda ancha y la telefonía móvil como ya apuntaba, por ejemplo, Echevarria (1994) en su obra “Telépolis”. En ese momento, se estaba dando una interesantísima metamorfosis en el campo de las telecomunicaciones que se observaba en los estudios de numerosos autores<sup>1</sup>.

Respecto a la Unión Europea, se trataba de un momento de profundización del proceso de integración. El 1 de enero de 1993 tenía lugar la primera emisión de Euronews, coincidiendo con la entrada en vigor del Mercado Único y con la puesta en marcha del tratado de Maastricht, en noviembre de ese mismo año.

El contexto general en el que surgió Euronews es muy significativo y afectó igualmente a la evolución interna que fue sufriendo la cadena. Podemos señalar que se trataba de un momento en el que se observaba una emergencia del protagonismo de lo local y lo regional, tanto en el ámbito político como en el audiovisual.

Euronews nació con una vocación de servicio público y no podía ser de otra forma, ya que los socios fundadores fueron televisiones públicas que detentaban el 50% del accionariado. Sin embargo, bajo la denominación de “televisión pública” en Europa aparecieron sistemas de televisión muy diversos. Lo que podemos señalar como dato común en todas ellas era el desafío que se les había planteado con la progresiva llegada de las televisiones privadas (en cada Estado europeo la fecha es diferente) y la

---

<sup>1</sup> Señalaremos algunos de los cuales nos han interesado como: Adonis (1995); Brand (1998); Brothers (1993); Castells (1998); Cebrian (1998); Cooke (1999); Downing (1995); Echevarria (1994); Mohamadi (1997); Huntington (1994); Lamouune & Pouillet (1997); Linares & Ortiz Chaparro (1995); Loader (1997); Matellart (1996); Miller (1996); Nadal Ariño (1994); Santucci (1994); Sahagun (1998); Sartori (1998); Turkle (1995); Unesco (1999); Vvaa (1994); Virillo (1997); Young (1996)

competencia por la consecución de audiencia que se derivaba de ello.

El hecho de que esta cadena de información multilingüe poseyera unas características peculiares en las que se ponía de manifiesto ese carácter preeuropeo no era premisa para que estuviera exenta de dificultades en su andadura. Esto constituye también parte de nuestro análisis en los capítulos que siguen y, por supuesto, la contextualización del surgimiento de Euronews en el panorama internacional. Esta es precisamente la pieza argumental que nos sirve para entender el proceso que atravesó la cadena en sus primeros diez años de emisión y, al mismo tiempo, su vinculación con la evolución del proceso de integración europea.

#### 1.1.4- El debate existente

Desde sus inicios, la configuración de la televisión en Europa había sido muy distinta a la de EE. UU. La televisión, considerada como servicio público, se había convertido, como varios autores coinciden en señalar, en un principio legitimador y de pauta política. La mayoría de los canales de televisión en Europa tenían una vocación cultural. Se creía que la televisión debía de hacer algo más que entretener. Había que despertar en las audiencias ideas acerca de la cultura, artes y ciencias<sup>2</sup>.

Desde la llegada de la televisión, la programación europea se acogía a un modelo de servicio público y se puede decir que hasta principios de los años 80 la mayor parte de las televisiones europeas tenían estas características, Pero a finales de la década de los 80, esta estabilidad empezó a tambalearse. Ante los cambios tecnológicos que desencadenaron cambios económicos y legales entre otros, las televisiones públicas en Europa se vieron obligadas a adaptarse a retos como la multiplicación de canales; el fin del monopolio de los entes públicos, debido a la aparición de las televisiones privadas; la guerra por las audiencias etc.

En la mayoría de los países europeos se daban dos marcos teóricos contrapuestos:

- 1- Uno de ellos analizaba la situación de la televisión desde el punto de vista de la ética social haciendo que siguiera unas pautas y esperando que las audiencias respondieran positivamente.

- 2- La segunda línea de pensamiento consideraba que lo prioritario era la captación de

---

<sup>2</sup> Por ejemplo, ver en: Aparici (1993); Ferres (1994); Garcia Fajardo (1986); H De La Mota (1988); Maggiore (1988); Vilches (1993)

audiencia; es decir, primaba la televisión como negocio.

Durante la década de los años 90 del siglo XX se asistió a una continua readecuación y redefinición de las televisiones públicas en Europa. Euronews surgió también como un modelo de televisión con una vocación de servicio público. De hecho, sus socios fundadores fueron varias televisiones públicas, miembros de la Unión Europea de Radiodifusión (UER/EBU).

Hay que señalar también que los cambios en la televisión en Europa se habían dado de manera muy gradual y de forma diferenciada, según el país europeo que se tratara. Las características de un medio de comunicación como era la televisión hacían particularmente difícil la elaboración de las políticas adecuadas a la nueva situación que se presentaba. Si bien el mercado televisivo de programas estaba orientado hacia el consumidor, la respuesta de este no fue inmediata. Además, los programas de televisión poseían características diferentes respecto a otros productos puesto que configuraban y modificaban los significados.

Existían, por otro lado, una serie de nuevas circunstancias a los que se enfrentaban las sociedades en esos momentos:

- 1-Cómo reglamentar la televisión privada para garantizar su conformidad con el interés público.
- 2-Cúal era el papel que se debía asignar a la televisión pública en condiciones de competencia.
- 3-Cómo aunar los objetivos de canales públicos y privados.
- 4-Cómo hacer responsables de sus políticas al creciente número de autoridades de medios de comunicación.

Respecto al lugar que ocupaba la televisión en la política, por lo general, en Europa, y de acuerdo con la reflexión de numerosos especialistas,<sup>3</sup> la televisión había tenido algún grado de responsabilidad, por una parte, con relación al discurso político, y, por otra, con el proceso político. De ahí que televisión y política habían formado y formen aún un tándem indisoluble.

Al iniciar nuestra investigación nos planteábamos, por tanto, con qué espíritu había surgido Euronews. Observando sus características, nos preguntamos si constituía un reflejo de Europa en el escenario internacional y si podía considerarse un medio para

---

<sup>3</sup> Ver, por ejemplo: Graber (1986); Negrine (1994); Contreras (1990); Olivia & Sitja (1992)

acercar la vida institucional europea al ciudadano. Por otro lado, queremos llamar la atención sobre el hecho de que la creación de una opinión pública europea suponía un elemento clave para la consecución de una estructura sociopolítica cohesionada, y la televisión era el medio adecuado para ello.

Se hace necesario señalar que lo audiovisual se enmarcaba en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación. En este contexto, nos hemos acercado a la Sociedad de la Información en Europa que en su origen parecía diferenciarse del concepto de Autopistas de la Información, término acuñado por los Estados Unidos.

El proceso de cambio de Sociedad Industrial a Sociedad de la Información afectaba a las entidades gubernamentales tanto estatales como regionales o locales. Nos preguntamos si Euronews constituía un sistema de información de interés para este nuevo modelo de sociedad en Europa.

Para entender el debate existente en esos años hay que tener en cuenta las siguientes consideraciones: Por un lado, el monopolio público de televisión en Europa era un marco cerrado que no permitía la expansiva multinacional de la industria telemática y electrónica que tenía un alto grado de concentración en EE.UU. y en Japón. La libertad mundial de mercado suponía el eje central de su expansión. Todo ello confluyó en una crisis de la televisión pública en Europa. Esta crisis había llevado a una progresiva comercialización de esta. Euronews surgió en ese contexto y era, por tanto, un modelo de televisión peculiar con unas características diferentes a las de cualquier televisión pública convencional o de un modelo de televisión privada. Por otro lado, la oferta de programas a través de ondas hertzianas, la tradicional, hasta el momento se enfrentaba a escasez de ondas. Esto fue lo que llevó al desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas basadas en las redes de cable y satélite. Las nuevas tecnologías hicieron que tuvieran que aparecer nuevas normativas que regularan el uso de la televisión.

Tendremos oportunidad de observar a lo largo de este trabajo cómo los modelos de televisión nacional iban a cambiar o incluso desaparecer por la acción de los canales transnacionales vía satélite como era Euronews, y por la acción de las televisiones regionales y locales; o si convivirían con los anteriores conformándose un entorno audiovisual distinto y acorde con el momento político que vivía la Unión Europea.

## 1.2- Delimitación del objeto de estudio

La investigación en comunicación social implica interdisciplinariedad. Su estudio

y análisis contempla un extenso campo en el que coexisten distintas teorías, modelos y, por lo tanto, diferentes escuelas o tendencias. Nuestro propósito se sitúa en el estudio de la estructura de Euronews como el primer canal de televisión europeo de información continua y también como manifestación del proceso de integración europea. El análisis de este se encuentra inserto en el panorama audiovisual europeo e internacional, un campo de gran debate en aquellos momentos debido a la llegada de las tecnologías que obligaban a la Unión Europea a ser competitiva en un mercado mundial que estaba en plena expansión.

Haremos alusión, por tanto, a la normativa comunitaria en materia audiovisual con el objetivo de situar a Euronews en este contexto.

Respecto a la Teoría de la Comunicación y las Relaciones Internacionales no es nuestro objetivo profundizar en su vinculación, sino que ofreceremos brevemente algunos puntos de vista que nos han sido de utilidad para situar el fenómeno de Euronews desde el punto de vista comunicativo y sobre sus efectos.

Por otro lado, no constituye tampoco nuestro objetivo establecer un estudio sobre la opinión pública europea a partir de los datos del Eurobarómetro, aunque sí subrayamos que Euronews constituyó un elemento de fomento de una incipiente opinión pública europea.

### 1.3- Presupuestos teóricos

Como señalábamos al principio, la aproximación que realizamos al estudio de Euronews es triple: desde las Relaciones Internacionales, desde la Teoría de la Comunicación, y desde el punto de la vista de la Unión Europea como proceso de integración dinámico.

Hemos de señalar que la investigación en materia audiovisual requería de la elección precisa de los instrumentos que nos iban a servir para adentrarnos en este campo. Hemos seleccionado por ello los presupuestos teóricos adecuados para explorar el tema que nos ocupa y subrayar cuáles eran sus características y explicar el contexto en el que surgió y se desarrollaba.

Para el análisis de un agente concreto como era Euronews en esos momentos, hemos utilizado como instrumentos diferentes conceptos teóricos. Así, por ejemplo, las aportaciones de la Teoría de la Comunicación nos han servido de utilidad para el estudio de los efectos comunicativos sobre el papel de emisor y receptor en el contexto

internacional de la época y para el estudio de la programación.

Como punto de referencia metodológica en el marco de la comunicación social, nos situamos en la teoría de los efectos a largo plazo, en el mecanismo de la agenda temática, también denominada agenda *setting*, y en la información como construcción de una realidad social, en nuestro caso del proyecto político europeo. Además de esto, también nos detendremos en los pormenores de la actividad de los profesionales de la información de Euronews y en sus características.

La Semiótica, nos permite conocer, por otro lado, el lenguaje/código audiovisual de la cadena.

La Teoría de las Relaciones Internacionales resulta fundamental para la observación del contexto político internacional en el que surge Euronews y para el análisis del porqué de su aparición. Las aportaciones de la Economía política son interesantes para el estudio de los cambios acontecidos en el seno de la estructura organizativa de las empresas de televisión y en concreto de Euronews.

La Ingeniería de Telecomunicaciones nos ha resultado especialmente útil para entender todos los tecnicismos que rodeaban al mundo de las telecomunicaciones y en definitiva de la Sociedad de la Información, por un lado, y, por otro, para entender las diferentes estructuras que existían en torno a los modelos de infraestructuras de redes de telecomunicaciones en el mundo y las diferencias entre los distintos modelos principalmente el norteamericano y el europeo. Por último, la Teoría de la Percepción y las Ciencias de la Educación nos han sido especialmente útiles para constatar el valor de lo audiovisual en cuanto a las formas de percepción y la capacidad para la persuasión que el lenguaje audiovisual tiene y cómo se puede utilizar para la adecuada percepción de los mensajes y para la educación.

#### **1.4- Relevancia del tema, objetivos y otros aspectos del trabajo**

Para dar cuenta de la relevancia del tema que tratamos diremos que la puesta en marcha de una investigación sobre el canal de televisión Euronews responde a que, en nuestra investigación, entendemos el fenómeno Euronews como un ente dinámico, como un proceso, que evolucionaba al mismo tiempo que la estructura de la Unión Europea.

Por otro lado, la investigación de un fenómeno audiovisual como Euronews tiene de por sí relevancia si tenemos en cuenta la perspectiva desde las relaciones internacionales. El sector audiovisual, por otro lado, formaba parte de una compleja

revolución tecnológica en la que la imagen en movimiento tenía su principal expresión.

Asistimos en los años analizados en esta investigación, a la conjunción de la telemática y del audiovisual, antes ámbitos separados. En el mercado internacional, el comercio de los programas audiovisuales constituía un campo de conflictos y no era de extrañar ya que se trataba de un producto diferenciado de los demás. Lo audiovisual se definía como un “producto cultural”, y de ahí que fuera un elemento clave para la proyección de la UE en el escenario internacional.

La comunicación audiovisual aparecía, según algunos estudiosos, como un verdadero antídoto contra la situación de pérdida de las grandes utopías políticas. Muchos veían en los multimedia y en las redes interactivas del tipo Internet las bases de una ciber sociedad más convivencial, más solidaria y democrática. Se había señalado, sin embargo, que esta actitud ante la comunicación no era nueva y que se había dado en la historia siempre que las comunicaciones (tanto en cuanto señales como transportes) habían conseguido un estatus de tecnologías vitales.

La paradoja con la que nos encontramos es que la televisión, siendo un vehículo privilegiado de transmisión e influencia cultural, de socialización y de moldeador de las conciencias, era la práctica para la que menos se preparaba a los ciudadanos.

La escuela, entendida como sistema educativo, se preocupaba de perpetuar la cultura, de reproducir el saber y se quedaba desfasada ya que no ofrecía las pautas necesarias para su interpretación y análisis crítico y había de adaptarse a una sociedad en cambio. Asistía impasible a este proceso de penetración cultural a través del lenguaje audiovisual. En los países desarrollados, la televisión era la actividad a la que más tiempo dedicaban los adultos después del trabajo y del sueño y era la segunda actividad de los jóvenes estudiantes. Según un estudio del Consejo de Europa a finales de los 80, los jóvenes europeos pasaban una media de 25 horas semanales delante de la televisión. Según datos del Estudio General de Medios a final de la década de los años 80, en España el 96% de los niños entre 4 y 10 años veían la televisión cada día, el 93% más de 3 horas al día y para el 56% representaba la única actividad en su tiempo libre. En Francia en los mismos años y según un estudio presentado por el Ministerio de Educación francés, para el 75% de los niños la televisión era su distracción preferida. De esto se deducía que la construcción europea había de tener un reflejo audiovisual ya que se trataba de un producto de alto consumo en las sociedades occidentales y más aún si tenemos en cuenta el nuevo marco de la Sociedad de la Información.

Aparte de esta apreciación, consideramos al realizar este análisis que el proceso de integración europea evolucionaba hacia una integración política y creemos que para caminar hacia un objetivo político común hacía falta un sentimiento de pertenencia a un proyecto común. Esta era precisamente una de las finalidades que perseguía Euronews.

Para finalizar este apartado y ante estas consideraciones previas, presentamos ahora los interrogantes que han definido y decidido la puesta en marcha de la presente investigación:

- 1- ¿Representaba Euronews un cambio cualitativo respecto a las televisiones anteriores?
- 2- ¿Por qué se trataba de una televisión diferente?
- 3- ¿Por qué decimos que era la primera televisión europea?, ¿En qué consistía esta europeidad?
- 4- ¿Por qué surge un proyecto como Euronews en un momento de crisis de las televisiones públicas europeas en un entorno determinado? ¿Cuál era su fundamento?
- 5- ¿Existía una Opinión Pública propiamente europea?
- 6- ¿Qué representaba Euronews?

Queremos recordar también que, en el fondo, detrás de nuestro elemento de análisis que es el canal de televisión Euronews, existía todo un nuevo modelo social emergente: la Sociedad de la Información.

### **1.5- Hipótesis de trabajo que guían la investigación**

A continuación, damos cuenta de la relación de las hipótesis de partida de la investigación.

1-Euronews representaba un verdadero cambio cualitativo respecto a las televisiones existentes. El factor singular de Euronews respecto a otras cadenas se observaba en diferentes aspectos: a)- respecto a la filosofía de la cadena, b)- respecto a los idiomas en los que emitía y en la forma de hacerlo c)- respecto a los contenidos, d)- en cuanto a su estructura financiera, e)- en cuanto a su carácter y f)- respecto a su forma de trabajo.

2-Euronews era una cadena novedosa por cuanto que respondía a una nueva demanda social y a una nueva realidad internacional. En definitiva, atendía a las características de un nuevo modelo de sociedad.

3-Decimos que Euronews es la primera televisión europea porque estaba constituida por televisiones miembros de la Unión Europea pero también por otras que no lo eran, pero

podían llegar a serlo, entendida la Unión Europea como proceso. Se necesitaba un modelo de televisión que se adecuase al modelo político que se estaba diseñando en Europa. Constituía una expresión de la UE y suponía además un elemento para el cambio social en Europa.

4-El final de la década de los 80 señalaba una crisis paralela: la del Estado como modelo político y la de la televisión pública estatal. Euronews surgió precisamente en este contexto constituyendo un aporte al proceso de construcción europea y contribuyendo al establecimiento de un marco histórico diferente: la proyección internacional de la Unión Europea.

5-Euronews cumplía la función de informar y priorizar los temas europeos acercando la U.E al ciudadano y contribuyendo al conocimiento de las instituciones comunitarias. No era posible hablar aún de una opinión pública europea propiamente dicha y sí podemos decir que existía, sin embargo, un proyecto con unas características determinadas que hacía que se fuera formando una incipiente opinión pública en Europa. En esos primeros diez años de emisión la estaba logrando Euronews.

6- El modelo de televisión que ofrecía Euronews constituía un nuevo concepto de televisión. De igual manera podía considerarse un nuevo modelo en el tratamiento de la información para el siglo XXI. Observamos en el sistema de televisión de Euronews, un elemento primero de la formación de una red informativa dentro de la Unión Europea. Aparece, en definitiva, como un sistema que demandaba la incipiente sociedad de la información. Actuaba, además, como una verdadera escuela de formación de profesionales para el tratamiento de la información sobre temas europeos y especialmente comunitarios.

## 1.6 –Metodología

Respecto a la metodología de trabajo, tenemos que apuntar que partimos de un esquema apriorístico en el que iremos encajando todas las piezas correspondientes, a modo de puzle, para completar y demostrar las hipótesis de partida. En todo caso, nos interesará constantemente la relación entre los Medios de Comunicación Audiovisual y las pautas básicas de cambio político. Nuestro enfoque parte de un concepto más amplio de las comunicaciones, como un aspecto que ocupa plenamente la vida social: nos referimos a la denominada Sociedad de la Información.

La historia del proyecto europeo, así como la de su política audiovisual, y la del

propio canal Euronews, es la historia de un proceso; y nos hemos sumergido en esta expedición a la manera de Stewart Brandt:” El momento de entender una cuestión, es cuando se encuentra en proceso de cambio. Entonces comprender es fácil, porque todo lo que la compone, incluso su estructura básica se ofrece a la vista. Y, con una adecuada comprensión, la posibilidad de dirigir el camino hacia el progreso es mayor”,  
(Brand 1988: 67)

A continuación, se hará referencia a los distintos instrumentos metodológicos empleados para llevar a cabo la investigación.

A)- Ha sido nuestro objetivo profundizar de forma exhaustiva en el contexto bibliográfico de la época. La mayor parte de las obras empleadas y analizadas no están digitalizadas. Ha sido una tarea sin duda laboriosa, pero entendemos necesaria para estudiar de forma precisa el contexto en el que se producen toda una serie de cambios a nivel mundial en el ámbito de las telecomunicaciones y en el audiovisual.

El lector observará por tanto una abundante bibliografía de la época sobre todo de los años 1980 y 1990 sobre las obras de expertos y de lo que se estaba entonces desarrollando en el marco teórico sobre los Medios de Comunicación Audiovisual y el impacto de las entonces llamadas “Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación”

B)- Otro tipo de metodología utilizada en nuestra investigación es la llamada de observación directa. En nuestro caso, hablaremos de observación directa de forma doble: por un lado, en la propia cadena Euronews y en otras instituciones relacionadas con el mundo audiovisual. En cuanto a la observación directa en la cadena, ya en 1994, tras el despegue de la cadena y un año después de su primer año de emisiones nos desplazamos a la sede de la cadena en Lyon, Francia. No sería la única visita, sino que a lo largo de varios años posteriormente hemos tenido la oportunidad de volver y realizar observación directa del objeto investigado *in situ*.

La observación directa es un método de recolección de datos sobre un elemento persona o situación en especial. Según esto, el investigador se encuentra en el lugar en el que se desarrolla el hecho u objeto de análisis sin intervenir ni alterar el ambiente, ya que esto alteraría los datos obtenidos y no resultarían válidos.

Este método de recolección de datos, denominado también investigación primaria, se emplea en ocasiones en las que otros sistemas (como encuestas, cuestionarios, entre otros) no son efectivos. Al momento de realizar la observación directa, se puede proceder de dos maneras: de forma encubierta (si el objeto no sabe que está siendo observado) o de

forma manifiesta (si el objeto es consciente de estar siendo observado). En nuestro caso se han empleado ambas. La observación directa se caracteriza por ser no intrusiva. Es decir, que el objeto observado se desenvuelve sin ser molestado por el observador. Por esto, los datos obtenidos a través de este método son reconocidos y tienen buena acogida en el área de la investigación. Por este motivo, no debe hacer sugerencia ni comentarios a los participantes.

Los estudios de observación directa se suelen alargar en el tiempo. Esto se hace por dos motivos. En primer lugar, para garantizar que el objeto se sienta cómodo con el observador y actúe naturalmente. En segundo lugar, para poder obtener todos los datos necesarios para la investigación que se lleva a cabo. En nuestro caso, la visita a la cadena en su sede de Lyon, se produjo tras su primer año de emisión y a lo largo de los años siguientes.

Los resultados obtenidos a través de este método pueden ser tanto objetivos como subjetivos. Los objetivos involucran cifras (por ejemplo, el tiempo que le toma al objeto desarrollar cierta actividad), mientras que los subjetivos incluyen impresiones personales. La observación directa ofrece ventajas que no tienen otros métodos de recolección de datos. La más interesante es que permite estudiar la interacción de grupos numerosos sin necesidad de aumentar la cantidad de observadores. Dependiendo del tipo de investigación puede ser necesario disponer de un equipo de grabación de audio y vídeo. En nuestro caso siempre nos hemos desplazado con cámara tanto de video y audio, y hemos realizado fotografías de aquellos elementos que nos han parecido de interés.

El análisis de las grabaciones requiere más trabajo por parte del investigador. Sin embargo, representa una ventaja que constituye un récord permanente de los datos recolectados. Es el caso de visionados de programas proporcionados por la cadena, por ejemplo, así como el estudio y análisis de su parrilla de programación diaria y de fin de semana. Por último, señalaremos que para el empleo de la observación directa fue necesario contar con la aprobación no solo de las personas observadas sino también de la institución en la que se lleva a cabo el estudio.

En cuanto a la observación directa en otras instituciones o actividades, hemos participado en la presentación de algunos de los programas audiovisuales que se señalan en la investigación. Citaremos nuestra asistencia, junto al entonces Comisario de Política audiovisual Marcelino Oreja y el responsable del área de formación Jean Jauniaux, por ejemplo, a la presentación del programa MEDIA II que tuvo lugar en Madrid el 25 de noviembre de 1996 en la representación de la Comisión Europea en dicha ciudad. En dicha

presentación de dieron cita todos los representantes de cadenas de televisión, tanto públicas como privadas, guionistas y profesionales del sector multimedia. Hemos asistido, por otro lado, en calidad de investigadores a la observación de la formación de los profesionales del audiovisual y en temas europeos en varios centros tanto públicos como privados tanto en España como en Argentina y México. (El caso mexicano como país miembro del NAFTA, y de Argentina como miembro de Mercosur).

C)-Entrevista en profundidad. Ha sido de indudable valor el acceso a fuentes de información de primera mano a través de entrevistas en profundidad con las personas que directamente formaban parte de Euronews como el que fuera su presidente o el que fue su primer redactor jefe en sus comienzos. Hemos mantenidos entrevistas con personas vinculadas con el mundo audiovisual bien en empresas privadas como profesionales de cadenas públicas. Como se verá en el listado que se ofrece en el apartado de referencia al final de la investigación, hemos mantenido conversaciones con varios eurodiputados expertos en política audiovisual europea, y de otras instituciones como la Comisión Europea o del Parlamento Europeo, así como con distintos profesionales de Euronews y otros expertos en comunicación audiovisual o relaciones internacionales entre otros. Además de la indudable fuente de información directa que han supuesto, se ha de subrayar la aportación de documentación privilegiada para la investigación que aportaron muchos de ellos en la mayoría de los casos, puesto que en esos momentos estaban en puestos de directamente relacionados con el tema central de la investigación o aspectos colaterales.

D)- Revisión bibliográfica, hemerográfica e investigación de legislación comunitaria y acceso a informes internos de Euronews. La revisión bibliográfica y hemerográfica es un paso previo que se da antes de comenzar a realizar una investigación. Con la revisión bibliográfica nos aproximamos al conocimiento de un tema y es en sí la primera etapa del proceso de investigación porque nos ayuda a identificar qué se sabe y qué se desconoce de un tema de nuestro interés (Guirao, 2015). La revisión, por tanto, no es un ensayo de los propios puntos de vista y opiniones personales. Tampoco es una serie de citas o largas descripciones de trabajo de otras personas. El objeto de la revisión de la literatura es hacer uso de la crítica y los estudios anteriores de una manera ordenada, precisa y analítica (Guirao, 2015).

El proceso de llevar a cabo una revisión bibliográfica es una parte integral de la investigación. Si bien esta puede ser considerada como su función principal, la revisión de la literatura es también una importante herramienta que sirve para informar y desarrollar la práctica e invitar a la discusión en el trabajo académico (Guirao, 2015). Es frecuente que al

iniciar a la tarea de revisar la literatura surjan preguntas como por dónde empezar, cómo seleccionar un tema, y cuantos artículos a incluir en la revisión bibliográfica (Cronin, Ryan y Coughlan 2008). La consulta y estudio de la legislación comunitaria en la materia que nos ocupa, ha sido ciertamente una fuente fundamental de información. El marco de análisis se ha extendido más allá del 2003 para poder observar con perspectiva el objeto de nuestra investigación.

Respecto a la hemerografía en concreto, han sido muchas las fuentes consultadas como se podrá apreciar en la investigación. Se trata de fuentes no digitalizadas de aquellos años y pertenecen a distintos países (España, Francia, Italia, Alemania, Argentina, Malta, Suiza, Portugal...). Se han consultado también, como se podrá apreciar, publicaciones de distinta periodicidad especializadas en Comunicación.

Para la realización de esta investigación, ha sido fundamental el análisis de informes sobre Euronews de uso interno facilitados por la cadena, además de otros informes elaborados por expertos y comunicados de prensa ofrecidos por Euronews. En cuanto a legislación, se ha llevado a cabo un estudio de las Directivas europeas en materia de televisión y satélite. Se ha realizado una consulta e investigación sobre Preguntas y Resoluciones del Parlamento Europeo relativas a Euronews y un análisis de Libros Verdes y Comunicados de la Comisión Europea, así como Decisiones del Consejo, Recomendaciones entre otros.

Para la elaboración de este trabajo, por tanto, hemos partido en principio de dos fases diferenciadas: Una primera etapa de investigación, como se ha señalado, de búsqueda de documentación acerca de la aparición de Euronews, documentación referente a la misma de distintas instituciones europeas así como en materia legislativa respecto de la acción comunitaria en materia de Medios Audiovisuales comprendidas entre los años 80 y 90 del siglo XX y 2003; esto es, los pasos que se habían ido dando, la importancia dada a los mismos etc... Hemos obtenido información también de otras entidades como Hispasat, la sección de relaciones internacionales de RTVE y del programa Eureka entre otros. Hemos revisado obras bibliográficas (sobre todo bibliografía de los años 80 y 90 del siglo XX) acerca de algunos aspectos de nuestro análisis: sociedad de la información, proceso de integración europea, sociedad internacional, medios de comunicación y democracia, entre otros. Todas las entrevistas en profundidad mantenidas con las distintas personas anteriormente citadas nos han aportado una indudable y valiosa información, tanto a nivel de obtención de documentación como de testimonios relevantes de primera mano de expertos en los

campos investigados.

Después de este proceso de investigación y análisis de datos, en una segunda etapa, surgen las conclusiones de todo ello: los retos a los que se enfrentaba la Unión Europea. Las implicaciones de todas las normativas comunitarias se orientaban a un objetivo último: lograr la proyección exterior de la Unión Europea.

Además de las referencias bibliográficas y webgráficas, también aparecen fuentes hemerográficas (no digitalizadas en su mayoría), donde queda reflejado el debate en esos años; también información electrónica, servicios on-line y, por ello, destacamos algunas de las muchas direcciones consultadas en la red Internet y en diferentes bases de datos.

La palabra “red” era sin duda, la palabra clave de los albores del siglo XXI en todo el mundo. La construcción de la sociedad de la información pasaba por el establecimiento de redes de comunicación en todo el mundo. La revolución de las Comunicaciones y sobre todo de los Medios Audiovisuales estaba transformando la sociedad a nivel local, regional, estatal y en el seno de la Unión Europea, y ya se había empezado a vislumbrar de manera incipiente en los años que comprenden el análisis de este estudio.

## **1.7- Plan de la obra**

La investigación está estructurada en diez capítulos. En el Capítulo 1, realizamos una introducción sobre nuestro tema de análisis, las cuestiones con las que partimos, nuestras hipótesis y el plan de trabajo previsto. En el Capítulo 2, analizamos el papel de los Medios Audiovisuales en las Relaciones Internacionales presentando el contexto general de fondo sobre lo que se sustenta todo el desarrollo del sector audiovisual, qué era la Sociedad de la Información y los desafíos que se presentaban para el proceso de integración europea.

Avanzamos hacia la aparición del canal de televisión informativa Euronews como expresión de la UE profundizando en sus antecedentes y en los pasos previos que se dieron desde la segunda mitad de los años 80, hasta 1993, cuando tuvo lugar la primera emisión, en el Capítulo 3. Nos centramos en el funcionamiento específico de la cadena europea en el Capítulo 4, desde 1993 hasta el 2003, analizando sus objetivos, características y sus funciones.

A continuación, profundizamos en la peculiar organización administrativa de la cadena de televisión en el Capítulo 5 y nos detendremos en sus características técnicas en el Capítulo 6. Los capítulos siguientes están dedicados al análisis de la programación

(Capítulo 7) y a la difusión y audiencia (Capítulo 8). Caminando hacia el final de la investigación, mostramos en el Capítulo 9 una reflexión por el papel de Euronews en la política audiovisual europea y sobre sus posibilidades como elemento para la formación de una red informativa dentro de la Unión Europea y así cerramos nuestro análisis con un último Capítulo 10 destinado a las conclusiones finales.

El lector finalmente encontrará una sección de Referencias ordenada por secciones con todos los instrumentos utilizados para la realización de la presente investigación.

**2- EL PAPEL ESTRATÉGICO DE LA INFORMACIÓN  
AUDIOVISUAL EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES.  
EL DESAFÍO EUROPEO EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD  
DE LA INFORMACIÓN**

“La acción internacional se basará en la imagen de la realidad internacional”.

Johan Galtung y Man Holmboe Ruge.

En: *Structure of the foreign News*



## 2.1- Introducción

La información audiovisual cobró especial relevancia en el marco de las relaciones internacionales sobre todo a partir las dos últimas décadas del siglo XX, momento en el que las imágenes de televisión eran vistas por un número masivo de espectadores en todo el mundo como señala Beceiro Ribela (2010), gracias al avance de las tecnologías que favorecieron la aparición de canales de televisión transnacionales y también a que se había extendido progresivamente entre los usuarios la instalación de antenas parabólicas y sistemas de televisión por cable entre otros, que favorecían que el nivel de audiencia de estos canales fuera en aumento<sup>1</sup>.

Este acontecimiento cambiaría el mundo de la televisión para siempre y no hizo sino señalar que un nuevo contexto comunicativo audiovisual se estaba creando. Había cambiado de igual forma la percepción que de los acontecimientos tenían los ciudadanos acercando la realidad internacional desde otro punto de vista que el que ofrecían las televisiones nacionales. La aparición de nuevas tecnologías señala, por tanto, un punto de inflexión en lo que a la información internacional se refiere.

La guerra del Golfo Pérsico a principios de la década de los años 90 del siglo XX fue el acontecimiento internacional que sirvió para el éxito de un canal de televisión transnacional: la Channel News Network (CNN), cadena estadounidense con sede en Atlanta, que retransmitió en directo el inicio de la guerra y su posterior seguimiento. Años después, otros acontecimientos de ámbito internacional fueron seguidos de cerca por esta cadena que representaba un canal de televisión con vocación mundial, planetaria e instantánea.

Pocos años después del éxito de la CNN, en Europa surgió un proyecto de televisión que fue cobrando forma y que respondía a la necesidad de crear un sistema de televisión que informara a los europeos de los acontecimientos de todo el planeta analizados en función del impacto sobre Europa y sus habitantes. Se trataba de la cadena de televisión Euronews, con unas características muy diferentes a los canales de televisión internacional ya existentes y que respondía a las peculiaridades de un proceso de integración en evolución económico-política, como era el proceso de integración europea.

Por tanto, al abordar este capítulo lo hacemos partiendo de una premisa clara que es el papel estratégico que jugaba la información audiovisual en el mundo y en las

---

<sup>1</sup> En este sentido gira el trabajo de Beceiro Ribela (2010)

relaciones internacionales.

Este capítulo se vertebra a partir de dos cuestiones: ¿Cuál era la situación del sector de las telecomunicaciones en el mundo en el momento en el que surge Euronews?, ¿Cuáles eran sus características? Así, en el presente capítulo nos adentramos en el análisis del entorno en el que más tarde surgiría la cadena europea. Al mismo tiempo, y puesto que se trata de una cadena de televisión especializada en información, realizaremos una introspección por el ámbito de la comunicación internacional en cuanto al tráfico de la información. Finalmente, analizaremos el contexto general de base desde donde se explican todos los desarrollos que se estaban creando en el campo de las telecomunicaciones y en el sector audiovisual, la convergencia de ambos sectores y la conformación de un sistema mundial de redes de comunicación que no era sino la Sociedad de la Información.

Este nuevo modelo de sociedad con vocación planetaria demandaba toda una industria de la información donde el conocimiento era el producto estrella. Los medios de comunicación audiovisual aparecían como vectores de estas nuevas tendencias y Euronews era uno de ellos.

## **2.2- El papel estratégico del sector audiovisual en la sociedad internacional**

En el contexto internacional, estar representado en los medios era una forma de “existir”. Un ejemplo claro de ello eran las campañas de organizaciones como Greenpeace, que siendo una entidad que actuaba globalmente, se había dado cuenta de que para hacer oír su voz habían de tener una repercusión en los medios de comunicación. Se trataba de “estar ahí”, de tener, en definitiva, presencia en el medio, lo que equivalía a tener presencia en el mundo.

De esta idea partía el hecho de que tenía existencia lo que salía por televisión y era difundido internacionalmente (a través de las entonces nuevas tecnologías del momento: el satélite y el cable). Así se lograba una presencia en el escenario internacional. De esto ya se dieron cuenta algunos países europeos dentro del seno de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), cuando idearon lanzar un canal de televisión que representara a los países de la UER.

Señalaremos también la abundante aportación norteamericana a través de CBS, C131, WTN y US POOL con la puesta en marcha de sus canales internacionales.

En referencia a los países europeos, históricamente se daba una predominancia

de unos sobre otros. De hecho, los principales abastecedores de noticias de la UER fueron Gran Bretaña (BBC), Francia (ORTF primero, TF 1, privatizada, pero seguía dentro de la UER, FR 2 y FR 3 después), Italia (RAI) y Alemania (ZDF y ARD), que casi monopolizaban el abastecimiento de noticias mientras que España era principalmente un país consumidor. Corresponde tal clasificación a la influencia política que jugaban los países en el concierto internacional <sup>2</sup>.

Los principales países europeos también trasladaban al campo de la televisión su influencia política. Se trataba, por tanto, de un reflejo de la política, de la toma de decisiones y actuación. Se podía establecer así cierta relación entre abastecimiento de noticias e influencia política. Esto se traducía también en una determinada manera de ver la realidad. Podemos hablar en este sentido de la transmisión de una identidad, de una cultura.

Euronews actuaba de la misma forma, pero en representación no ya de un país determinado sino en nombre de un conjunto de países que forman la Unión Europea; es decir, como ente diferenciado y único. El resto de los países miembros de la UER habían sido sobre todo consumidores de las imágenes que les eran proporcionadas por las televisiones citadas. Resultaba claro el papel estratégico que podía desempeñar la imagen y este hecho quedaba aún más subrayado cuando se trataba de emitir imágenes a otros lugares con un interés concreto; imágenes que, por otro lado, aparecían como representaciones de un país determinado. González Martín (1995), entonces redactor jefe de Euronews en Lyon, comentaba que la BBC británica terminaría por convertirse en la identidad audiovisual británica, capaz por otra parte, de hacer llegar imágenes a Europa de sus antiguas colonias africanas y asiáticas. Además, señalaba poniendo énfasis en la influencia británica que la primera agencia de noticias de alcance mundial, Visnews (luego absorbida por Reuters), complementaba la visión inglesa de la realidad contemporánea. Añadía también algunas cifras como las siguientes: entre 1960 y 1990, el conjunto de las aportaciones británicas a los intercambios de noticias UER era de un 19´5 %, del total. Francia conseguía un honroso segundo puesto en este ranking con un 18´1 %, si bien la localización geográfica de sus temas era mucho menor. La RAI se situaba en tercer lugar. La parcela de influencia italiana en los intercambios experimentó un aumento incluso

---

<sup>2</sup> Esta observación la encontramos en GONZÁLEZ MARTIN (1995). A lo largo de esta monografía sobre Euronews, el autor señalaba esta idea de varias maneras, es decir, del distinto peso de los países en el abastecimiento de noticias y su correspondencia directa con su clasificación en la producción de noticias.

durante 1992-1993 debido a los acontecimientos generados en la política y economía del país: por ejemplo, la operación “Manos Limpias”. En último lugar se situaba Alemania que en 1989 ya se apreciaba un progresivo crecimiento debido a la caída del muro de Berlín y el mayor peso que jugaba en la Europa unificada (González Martín,1995)

Respecto a los sistemas políticos y su relación con los sistemas de televisión, conviene centrarse en los controles de la información que se habían establecido y que llevaban a afirmar que del análisis de la forma en que se desarrollaban los medios de información de un país se podía llegar a conocer cuál era el sistema político vigente en el mismo, que tal era la relación causa efecto <sup>3</sup>.

Podía decirse, (H. De La Mota,1988) que la estructura de un sistema de comunicaciones venía a ser algo así como el sistema nervioso del organismo social al que pertenecía. Las estrechas relaciones que guardaban entre sí los procesos de comunicación y las organizaciones sociopolíticas fueron estudiadas por W.PYE, (1969). Aunque se trataba de un estudio general en el que se tomaban en consideración grandes periodos históricos, nos resulta de interés en cuanto marco teórico del estudio de las relaciones entre los procesos de comunicación y las organizaciones socio- políticas. Pero fue (Fagen, 1969,1981,2012) quién detallando diferentes tipos de sistemas políticos, había llegado a clasificar los distintos modelos de comunicación en orden a la organización del poder en que actuaban.

Según (Fagen,1969), la propia estructura de la televisión inducía al debate político, al reclamo del líder y a la espectacularización. La presencia de los políticos estaba omnipresente y eran solicitados de forma continuada para dar sus opiniones. Tenía cierto carácter de propaganda, ya que se trataba, en el ámbito de la política, de la primacía de la imagen del líder. El autor establecía cuatro modelos de sistemas políticos, o mejor los diferentes modelos de comunicación en orden a la organización de poder en que actuaban:

1- Democracia Clásica: Es la Democracia de la antigua Atenas. La comunicación hacia abajo era de tipo informativo antes que directivo, y la comunicación hacia arriba adoptaba la forma de decisiones políticas a seguir, que el supervisor debía poner en práctica.

2- Democracia de compromiso: Era el sistema del momento, en el que la Opinión Pública y los intereses se organizaban en partidos y grupos políticos y donde la distancia entre los órganos de poder y los ciudadanos era mucho mayor que en la antigüedad. Se

---

<sup>3</sup> Esta idea aparece desarrollada por ejemplo en H. De La Mota (1988)

daban cinco pautas de comunicación:

a-Del gobierno a los ciudadanos, destinado a suscitar apoyo y promulgar y realizar la política

b-Entre los ciudadanos, cuando se forman grupos políticos y las relaciones entre estos grupos.

c-De los ciudadanos y grupos a los representantes y funcionarios.

d-Flujo entre el gobierno y los ciudadanos y los medios de comunicación.

3- Autocracia: Era el régimen de las Monarquías Absolutistas de la Europa pre-revolucionaria. Entre la élite y los círculos gobernantes existían flujos complejos y continuados de la comunicación.

4- Militarismo: Sistemas de partido único. Se daba una cantidad masiva de comunicación del partido a la masa. El flujo dominante era hacia abajo. La ambición por el control del proceso informativo obstaculizaba la objetividad.

En televisión, lo que garantizaba el éxito era por ejemplo una entrevista a la misma hora de dos líderes políticos de partidos mayoritarios en cadenas de televisión diferentes. Se había llegado a decir (Prado,1997) que el espectador era, mediante el mando a distancia, quién establecía el debate.

Pero resultaba peligroso o sospechoso el hecho de que existiera un tandem política- televisión, precisamente por el poder del medio audiovisual para conseguir un efecto sobre la opinión pública y porque la política lo sabía y se servía de los medios para crear un efecto determinado en la misma. Un ejemplo claro de ello lo tenemos cuando en 1994 Berlusconi llegó a ser primer ministro de Italia. No se vio con buenos ojos que un empresario del mundo televisivo accediera al poder. Según señala la b a (Virilio,1994:6): “Hoy cuando la revolución no se inicia con la toma del Palacio de Invierno, sino con la emisora de radio o los estudios de televisión, como sucedió con Bucarest y después en Moscú ¿cómo ofuscarse con el drama transalpino?”. En el caso de Berlusconi, se había analizado su impacto en los medios audiovisuales en relación con su figura como político en un momento determinado. Así se había señalado por algunos observadores de este hecho lo siguiente: “Telepresente cuando está ausente, su presencia física con ocasión de los debates públicos es tan débil que se adivina su insatisfacción por estar ahí, aquí y ahora, mientras su telefotogenia habitual le lleva siempre a estar aquí y en otra parte al mismo tiempo”.

La campaña política de Berlusconi estuvo inspirada en la de Ross Perot que consiguió un éxito sin precedentes en EEUU. Según (Virilio, 1994) Berlusconi realizó

un estudio concienzudo de la misma y siguiendo el mismo modelo la puso en marcha en Italia y, en efecto, los medios y sobre todo la televisión dieron cuenta lo que se había llamado “golpe de Estado de los medios de comunicación”. El autor califica al partido de Berlusconi como “postpolítico”. Respecto al mensaje audiovisual el autor comentaba que mientras que la escritura y la lectura provocaban siempre imágenes mentales, el cine favorecía en la oscuridad de la sala una memorización ideográfica seguida de fenómenos de identificación más o menos pronunciados con los personajes de la película. La emisión de televisión de las informaciones no permitía ninguna forma de memorización activa, sino tan sólo una reacción emocional cuya violencia pasiva era el único criterio.

La televisión hacía posible la omnipresencia. El estar en varios sitios al mismo tiempo era un sueño de muchos políticos que la televisión hacía realidad (Prado,1994).

En el marco político internacional, observamos que el dominio del producto cultural norteamericano se estaba manteniendo y al mismo tiempo extendiendo por Europa Oriental y por los países formados a partir de la desmembración de la URSS. Así, las grandes empresas multinacionales actuaban en los programas de televisión como patrocinadores de equipos deportivos, una nueva forma de publicidad que atravesaba fronteras. El análisis de Alemania del Este, como el de Schiller (1994) en su obra “El imperialismo de la Comunicación”, demostraban la extensión a la que habían llegado los deportes en la promoción de la imagen corporativa como instrumento agresivo de marketing y *business week*. Un ejemplo de ello eran los patrocinadores del deporte italiano como la empresa agroquímica Montedison, que también poseía el periódico de gran tirada en Roma *Il Messaggero*; la familia Agnelli, dueños de Fiat, también poseían el club de fútbol Juventus; y Silvio Berlusconi, el magnate del cine y la televisión, poseía el club de fútbol Milán y otros equipos.

Este era un ejemplo que citaba Schiller (1994) para ilustrar la creciente tendencia y complicidad entre empresas aparentemente diferente pero que estaban sujetas bajo una misma firma, y la televisión aparecía, podríamos decir, en ese contexto como medio para vehicular la publicidad a través de la programación y como empresa.

Los grandes deportes eran transmitidos por satélite a grandes audiencias globales. Los mensajes comerciales acompañaban al evento “rodeando los estadios y a menudo en los vestidos de los atletas. Constituyen un salto concentrado de los valores corporativos del marketing como conciencia global.

Algunos observadores de estos fenómenos (Schiller,1994) habían analizado la

relación entre la televisión y los acontecimientos políticos diciendo que durante muchos años los Estados habían tenido a modo de dogmas algunas cuestiones que formaban parte del Estado (el control de los pasillos aéreos de los aviones, las costas...) y había una cuestión que de forma tradicional se consideraba de competencia estatal, que eran las frecuencias, las potencias, y, por tanto, la radio y la televisión. Se había dicho que los medios desbordaban toda frontera administrativa o física. Todos los Estados se habían visto afectados y un hecho que pocas veces se analizaba en política internacional era la transcendencia de la televisión en todos los acontecimientos políticos que a un ritmo cada vez más vertiginoso se iban sucediendo. Esta misma idea la encontramos por ejemplo en Balletbó (1994).

Respecto a esto, un impacto importante era por ejemplo el que se estaba produciendo en toda la zona del Magreb debido al peso de la televisión vía satélite y su influencia en los movimientos migratorios. La antena parabólica se había convertido en una ventana abierta al mundo. Al mismo tiempo, se consideraba un símbolo de estatus, al poder acceder a la recepción de programación internacional (Marquina Barrio,1994).

Si antes eran los políticos y la política quienes regían la información o marcaban las pautas de información, en ese momento era cuando de manos de los medios y en especial de la televisión, la información y la ideología dominante la capitalizaban, la acaparaban y difundían las sofisticadas fuerzas del mercado televisivo a nivel mundial (Marquina Barrio,1994).

Numerosos acontecimientos grabados mediante una cámara de video podían tener repercusiones sobre la vida política o documentar sobre los excesos de gobiernos locales o nacionales. El control central quedaba debilitado por los nuevos medios de comunicación. Aún más lo sería por la interactividad que permitiría a los usuarios replicar a las autoridades centrales. Una idea que destacaba ( Toffler,1994).

Esto hacía que los canales internacionales pudieran ser formulados de forma independiente y no resulta muy aventurado constatar que aparecían como singulares actores internacionales. Los canales de información internacional funcionaban como ventana al mundo mostrando ante millones de espectadores de diferentes nacionalidades los acontecimientos de la actualidad internacional.

### 2.2.1- Los desequilibrios informativos internacionales como resultado de una estrategia comunicativa

Como hemos señalado, un ejemplo excepcional de televisión global lo constituyó en los años 90 la celebración de los Juegos Olímpicos. Durante los juegos de Barcelona en 1992 sin los boicots políticos tan sumamente significativos de anteriores encuentros, desfilaron atletas de 172 delegaciones. Estas representaban a un total aproximado de 5.362.321.000 habitantes, cifra que casi abarcaba el 100% de la población mundial calculada en 1991 en 5.384.000.000 de habitantes según datos de *Population Reference Bureau, mc, World Population Data Sheat*, 1991, 1992.

Pero el hecho de que un número tan elevado de naciones estuvieran representadas no significaba que la recepción televisiva fuera homogénea en todas ellas. El análisis de los equipamientos televisivos ponía de relieve los claros desequilibrios. Existían grandes áreas de la población en las que la televisión estaba muy lejos de ser un medio de comunicación generalizado.

En muchos casos, los análisis de comunicación mundial ni siquiera prestaban atención a un aspecto socio-comunicativo fundamental como era el caso de los cientos de millones de personas principalmente del tercer mundo. Estos no tenían acceso a la televisión, en parte por el coste de los equipamientos y en parte porque muchas de ellas no disponían de corriente eléctrica en sus hogares. Por lo tanto, en la interpretación del alcance real de la televisión debemos evitar, ante todo, el error de interpretar o calcular la audiencia global por la extrapolación de datos facilitados por las agencias de marketing o de estudios de audiencia en los países más desarrollados, muchas veces utilizados con fines promocionales.

Otro factor que había que tener en consideración era el de las facilidades técnicas que existían para la difusión de la señal televisiva a escala mundial. Es cierto que existían recursos tecnológicos para cubrir toda la superficie poblada de la Tierra debido a la instalación de potentes redes de distribución, a través de satélites. Pero no es menos cierto que la cobertura real de estas señales era también muy desequilibrada.

Estos desequilibrios (Salinas,1986) no sólo venían establecidos por la distribución de la señal, sino también por el estado de la economía de los países, las capacidades y limitaciones de sus economías domésticas que determinaban grandes desigualdades en los equipamientos de aparatos de televisión.

Todo ello transformaría los modos de vida: surgirían nuevas oportunidades de

trabajo, educación, cultura y ocio. “El nivel de desarrollo de los países, la competitividad de las empresas y la calidad de vida estarán en relación directa con el consumo de servicios de telecomunicaciones” como se señalaba en el editorial de la revista *Política Exterior* bajo el título de “Telecomunicaciones: desarrollo acelerado y libre”. Se había convertido en un tópico, al hablar del problema de las comunicaciones internacionales, denunciar el desequilibrio existente y el neocolonialismo que el Norte ejercía sobre el Sur <sup>4</sup>.

El Informe McBride (1980) puso de relieve la existencia de dos posturas incompatibles: la tesis del libre flujo de la información que tenía la contrapartida de no remediar el desequilibrio; y la del control de la información que podía dar lugar a políticas proteccionistas con el riesgo de censura que esto implicaba.

La red global formada por el sistema comunicativo ofrecía serios desajustes estructurales, consecuencia del predominio de los países desarrollados. El problema no era sólo técnico, sino también cualitativo, pues ese mismo desequilibrio se daba en los contenidos informativos, incluso en el campo periodístico, con las implicaciones culturales que eso conllevaba. Esta idea del desajuste informativo en el mundo ha sido señalada por varios autores (Lozano Bartolozzi, 1991).

Como solución, algunos autores apuntaban a una decidida acción internacional unida a la mejora de la capacidad profesional de los medios de los países en vías de desarrollo, que además debían crear sus propios circuitos de interés por conocer lo que ocurría, no sólo en el Norte sino en su propio espacio, cosa que no se daba, según López Escobar (1978), y en línea similar, Arenal Moyúa (1985)<sup>5</sup>.

Respecto al proceso de transnacionalización de la industria de la información, Murciano (1992) señalaba que el capitalismo se había convertido en un sistema global con un centro multipolar y una periferia asociada. Señalaba que, para las sociedades periféricas, esta reorganización internacional se había traducido en la importación masiva de tecnología, de patrones de consumo y de formas de producción desarrolladas y adoptadas en un primer momento en los espacios centrales.

Indicaba Murciano (1992) acerca de este hecho, tres formas en que se daba, o

---

<sup>4</sup> Este artículo constituye el editorial de la publicación. En 1994 *Política Exterior*, Vol. VIII, N° 41, octubre-noviembre, pg. 95

<sup>5</sup> Para ampliar estos datos sobre las problemáticas del desequilibrio informativo nos han parecido de interés: López Escobar (1978); Eunsa y Del Arenal Moyua (1985).

mediante las cuales se daba este proceso: una era la inversión directa exterior; una segunda, la progresiva dependencia tecnológica; la tercera eran los préstamos que se concedían para la financiación de adquisiciones de equipos industriales y tecnología relacionada. Por su parte, Oriol Costa (1986) señalaba que las culturas nacionales estarían amenazadas si no se variaban las tendencias en los mercados de programas. Citaba la denuncia que hizo UNESCO en el antes citado Informe McBride <sup>6</sup>.

En este informe se daban, entre otras, las siguientes recomendaciones:

- 1- Que se elaboraran instrumentos para evaluar las repercusiones sociales del empleo de las nuevas tecnologías. Su impacto sobre el estilo de vida; su utilización para los sectores menos privilegiados de la sociedad; su influencia cultural; y sus efectos sobre la estructura del empleo.
- 2- Que se introdujeran los dispositivos necesarios para debatir prioridades sociales en lo referente a nuevas técnicas de comunicación.
- 3- Que se reformara la legislación del momento y que se logaran acuerdos internacionales para establecer leyes y convenios en materia de patentes para contrarrestar el monopolio de tecnología en manos de unos pocos.

Este Informe describía una realidad que no permitía tomar conciencia del peligro que la aldea global de McLuhan podía significar para las culturas vernáculas.

Era una situación en la que Europa tenía un papel contradictorio: países como Reino Unido, Francia, Alemania o Italia eran grandes exportadores de programas, pero al mismo tiempo (Lee,1994) figuraban entre las televisiones que más programas norteamericanos consumían.

En la segunda década del siglo XXI<sup>7</sup>, la situación es similar con nuevas plataformas. Netflix es, posiblemente, el proveedor de *streaming* más conocido. Sin embargo, la empresa fundada en California en 1997 comenzó como un pequeño servicio de DVD por correo de ámbito nacional, no especializándose en lo que hoy la define hasta años después. Desde entonces, el número de suscriptores de *streaming* de Netflix ha experimentado un aumento constante, aproximándose cada vez más a la marca de los 100 millones. Esto se debe a que, si bien una parte importante de sus suscriptores sigue estando en Estados Unidos, la presencia de la empresa va más allá de

---

<sup>6</sup> Ver más sobre este Informe en: Informe McBride (1980) Conferencia General de la UNESCO, Belgrado 23 de julio a 28 de agosto, UNESCO

<sup>7</sup> Ver en: Statista 2018

las fronteras estadounidenses. Algunos de los mercados más importantes para Netflix incluyen México, Canadá y Brasil, con una penetración en todos ellos de alrededor del 50%. Esta expansión global ha tenido un impacto directo en sus ingresos, los cuales se han cuadruplicado en el último septenio. (Ver anexo /Gráfico n°3)

Dentro de este crecimiento, Europa desempeña un papel destacado. Desde su lanzamiento en Reino Unido e Irlanda en 2012, la empresa estadounidense cuenta en 2020 con más de 13 millones de suscriptores, ofreciendo su servicio de *streaming* a más de quince países del continente. Entre ellos, destacan Alemania y Francia, que reportaron unos ingresos superiores a los 190 millones de dólares estadounidenses en 2011. Se señalará que el uso de internet a través del móvil tiende a incrementarse (Ver en Anexo el gráfico n° 4 sobre la evolución del uso de televisión e internet en los últimos años).

Volviendo a los sistemas de telecomunicaciones de finales del siglo XX, contexto en el que ya se incluía al sector audiovisual por cuanto que las denominadas “Autopistas de la Información” constituían la confluencia de los medios de comunicación y la informática, las telecomunicaciones eran un requisito previo y no una consecuencia natural para el éxito económico de un país en vías de desarrollo en la entonces economía global. Diversos estudios coincidían en señalar que un adecuado sistema de telecomunicaciones era esencial para la integración de la estructura política, cultural y social de un país y decisivo para su avance económico. Se había comparado el efecto de las telecomunicaciones en la economía de un país en desarrollo con el de los fertilizantes en la agricultura. Se podía hacer crecer un producto sin fertilizantes, del mismo modo que se podía sacar adelante una economía sin telecomunicaciones, pero en ambos casos, sin estos factores básicos, la eficacia era mucho menor.

Según Lee (1994), la capacidad de una nación para competir las 24 horas del día en la mejora de la economía dependía de su habilidad para lograr una rápida transferencia de información. Para la evolución social, cultural y económica de los países en desarrollo, las telecomunicaciones eran un aporte tan importante de la infraestructura como lo eran la energía eléctrica, una red moderna de carreteras, el agua o el sistema de alcantarillado.

Parece lógico que todos los países en vías de desarrollo pusieran un mayor énfasis en lograr una infraestructura de telecomunicaciones moderna y flexible. Desgraciadamente, señalaba Lee (1994) esto no era siempre cierto: “En Latinoamérica, Asia y África, por ejemplo, la falta de un sólido y eficiente servicio de

telecomunicaciones sigue siendo un insuperable obstáculo para el buen desarrollo de muchos países”.

A simple vista, podemos hacernos la pregunta de qué fue antes, la gallina o el huevo. Lo que está claro es que un sistema eficaz de comunicaciones era requisito indispensable para el desarrollo de una sociedad y de una nación. Lo que no estaba tan claro era, si un país en desarrollo debía plantearse el salto inmediato hacia estas estructuras por exigencias de aquellos países que, directa o indirectamente, los impulsaban hacia la adquisición de tecnología. Antes de la obtención masiva de tecnología, se había de tener en cuenta en qué tipo de sociedad se iba a instalar y el nivel de desarrollo como para que esa tecnología sirviera como motor a todos los niveles: económico, social y cultural, incluyendo también el ámbito político.

Esto era tarea fundamental de los responsables de los países interesados en la adquisición de tecnología: para qué, por qué y a qué precio. Lee (1994) destacaba que los líderes de los países en desarrollo tenían que comprender los beneficios cuantitativos y cualitativos que reportaba la creación de una infraestructura de telecomunicaciones moderna. Señalaba algunos de los beneficios que ello reportaba como que la comunicación entre los diversos sectores de la economía mejoraba, estimulando por un lado la productividad y mejorando la gestión tanto del sector público como del privado.

Se producía un importante ahorro de los costes como resultado de la expansión de los negocios internos del país, así como en todas las restantes actividades comerciales como compra, venta, control de inventarios, gestión y costes laborales. También apuntaba a que las telecomunicaciones se estaban convirtiendo en el medio de comunicación más rentable, sustituyendo al correo y al desplazamiento personal. Se reducía también la polución y otros problemas relacionados con el transporte.

Por otro lado, un moderno sistema de telecomunicaciones resultaba esencial para atraer empresas y capitales de los países industrializados, puesto que las compañías para llevar a cabo sus actividades comerciales debían poder comunicarse eficazmente, tanto dentro del país como con su sede central y con las operaciones llevadas a cabo en el extranjero.

Algunos estudios llevados a cabo por el Banco Mundial y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) entre otros, (Años 1990, citado por LEE, 1994) destacaban la importante falta de los servicios más básicos de telecomunicaciones en la totalidad del mundo en desarrollo. Respecto a las “autopistas de la Información”, pues ya no cabía hablar sólo de televisión puesto que se caminaba hacia un sistema integrado de servicio

de telecomunicación que además de programas de televisión incluiría una amplia gama de servicios, las áreas más desarrolladas del mundo las tendrían antes que las demás, y, probablemente, algunas zonas del planeta no llegarían a tenerlas nunca.

Los países más desarrollados del mundo, el entonces denominado Grupo G-7, estudiaron en febrero de 1995 los pros y los contras de estas “autopistas”. Se trataría de un modo de vivir muy distinto hasta aquel momento, apoyado sobre nuevos recursos tecnológicos que iban a transformar por completo los hábitos personales y sociales.

### 2.2.2- El carácter y efecto de los programas de televisión en el marco del siglo XXI: una visión desde varias apreciaciones teóricas

Respecto a los efectos de los programas de televisión, los estudiosos de la comunicación estaban de acuerdo en que estos eran imprevisibles a corto plazo y que serían sólo identificables a largo plazo (Prado,1994).

Otras teorías como la de “aguja hipodérmica”, (Katz y Lazarsfeld,1959) también conocida como “teoría de la bala mágica”, era un modelo de comunicación que sugería que un mensaje con destino específico era directamente recibido y aceptado en su totalidad por el receptor, apuntaba a que los medios proyectaban modelos a individuos pasivos. Por otro lado, la “teoría de los efectos limitados” dejaba ver que los individuos rechazaban aquello con lo que no estaban de acuerdo y se dejaban influir por lo que reforzaba sus opiniones. Así, el principal efecto de la televisión no era el de cambiar el sistema político, pero sí contribuía a su mantenimiento como elemento reforzador. Huertas (1994) señalaba que no existía un método cuantitativo y cualitativo fiable para medir el tipo de incidencia posible. Habían pasado más de cincuenta años desde que Katz y Lazarsfeld (1959,2005,2017) reaccionaron contra la teoría hipodérmica, y en ese momento, según Huertas (1994) se seguía sin saber qué efectos tenía la televisión.

En todo caso, los medios de comunicación eran relativamente influyentes y limitados en cuanto a efectos. Se basaba en el hecho de que no eran los únicos elementos con influencia en un proceso político determinado, sino que había otros muchos condicionantes y determinantes (Vidal Beneyto,1994)

También Vidal Beneyto (1994) hacía referencia a que los efectos de la televisión nunca eran inmediatos. La investigación en comunicación se había dado cuenta de que la comprensión de la realidad cotidiana de las personas debía de enmarcarse dentro de un contexto mucho más amplio y complejo que el que se derivaba del contenido de

los mensajes televisivos. Benavides y Palacio (1994), por ejemplo, destacaban que se debía observar tanto la importancia que poseía el contexto en que se producía el consumo de los contenidos de los medios en relación a las interpretaciones de los receptores, como las formas en que las imágenes intervienen en los procesos de opinión y en los propios comportamientos de las personas, porque, en definitiva, aquéllas determinaban muchos de los parámetros de la cultura.

No obstante, era obvia la influencia que tenía la programación televisiva, por ejemplo, en la población infantil, según los autores mencionados. Se había señalado, por ejemplo, que no tenía sentido la reforma educativa sino se tenía en cuenta el tiempo que al día pasaba un niño frente al televisor. En Europa occidental, debido a que apenas existía un mercado fuerte de producción propia y que la industria europea de programas se encontraba aún con obstáculos, las televisiones europeas se nutrían de programas importados, sobre todo de dibujos animados destinados a la población infantil y esto, en parte, configuraría la socialización del futuro espectador (Prado,1994).

Euronews, en este sentido, aportaba el punto de vista europeo de los acontecimientos internacionales y pretendía ser una alternativa europea en el mundo de la información. Un campo en el que la cultura y la industria estaban estrechamente implicadas. De ahí que la televisión fuera una pieza clave del rompecabezas político.

Aunque por un lado era cierto que la televisión filtraba y transformaba el mensaje, de igual forma el receptor seleccionaba de forma subjetiva la información en función de su “*background*”. De este hecho se deducía la importancia que tenía la televisión en la primera socialización del niño, ya que esto iba a determinar, en gran parte, su forma de comprender la realidad y de interpretarla. Las generaciones del momento se estaban formando en la era de los medios audiovisuales, en la era de la imagen y la informática como señalaba Bechelloni (1990), quién postulaba otras ideas interesantes como que se podía ser “hijo de la televisión” de dos maneras: o porque en la primera socialización había sentido fuertemente la influencia de la televisión; o porque la televisión había intervenido de modo arrollador y se había introducido de forma estable en el horizonte cultural de una persona.

La mayoría de los intelectuales que escribía y teorizaba sobre televisión no pertenecía a la categoría de los “hijos de la televisión”. Esto quería decir que casi nadie de los que escribían sobre televisión tenía con aquella una relación de simbiosis, de naturalidad, que era típica de los “hijos de la televisión”. Mientras que, para estos la televisión era un utensilio (una presencia) que penetraba en los ritmos de la vida

cotidiana, para los demás, sobre todo para los que escriben sobre la televisión, este medio era, según los casos, una emergencia, un punto de vista desde el que se observaba la sociedad, un lugar del espectáculo <sup>8</sup>.

La televisión cotidianizada se transformaba en una expresión, en un lenguaje. La televisión era sobre todo imagen. Zunzunegui (1992) realizaba una aproximación a la imagen como lenguaje. Verificaba cómo a medida que el desarrollo social y económico se producía, crecía paralelamente la producción icónica.

Se puede decir (Zunzunegui,1992) que no tenían ningún sentido las modificaciones en el sistema educativo si estas no llevaban consigo unos cambios en la estructura televisiva. La televisión era un medio que ejercía una función educativa y didáctica (además de informar, entretener etc..). Esto no se puede obviar, se realice de manera consciente o no. Respecto a la relación que los programas de televisión podían tener con el espectro político, podemos decir que se trataba de una relación en la cual ambos términos política y televisión, quedaban influidos cada uno por el otro. Los políticos porque veían en la televisión el medio que les hacía llegar a la opinión pública y por el cual se daban a conocer de un modo espectacular; y la televisión, a su vez, porque dependía de unos entes, ya fueran públicos o privados, que delimitaban de alguna forma sus contenidos y el tratamiento que debía recibir la información.

Existen numerosos ejemplos de cómo los políticos intentaban acceder a los programas de televisión, a veces con éxito y otras veces no. Asistimos también a un auge en los periodos electorales de los debates televisivos de líderes de distintos partidos políticos. Estos debates eran organizados por las televisiones que veían una posible captación de audiencia sobre todo si se trataba de un debate con temas “jugosos”. Por ejemplo, una sátira política ofrecida por la primera cadena alemana, ARD, en 1995 con el ex- canciller Helmut Kohl como protagonista, animó a éste y a su partido, la Unión Cristiano- Demócrata (CDU), a proponer la reestructuración de la cadena pública de televisión, ARD. El objetivo principal de la CDU y el propio Kohl era la estación Westdeutsche Rundfunk (WDR), con sede en Colonia y conocida como una emisora de izquierdas. El programa político “Monitor”, que se emitía una vez al mes por la frecuencia de la ARD, y que era elaborado por WDR, lanzó al aire una breve sátira poniendo en ridículo al canciller Kohl y a Boris Yeltsin. La emisión puso nervioso al

---

<sup>8</sup> Ver en: Bechelloni, G (1990) *Televisión, espectáculo o televisión narración?* En VVAA, Videoculturas de fin de siglo, Ed Cátedra

canciller, quien envió una dura carta de protesta a los ejecutivos de la ARD<sup>9</sup>. El objetivo de Kohl después de este suceso era, según uno de los dirigentes del partido de la oposición (SPD), silenciar los programas críticos con su gestión política.

La prensa recogía que la ARD pensó que la meta final era traspasar la totalidad de las frecuencias al sector privado. Las emisoras privadas tenían una excelente relación con el canciller alemán; esto ejemplificaba que no tenía porqué existir una relación directa de armonía entre el gobierno de un país y su televisión pública en todos los casos, como pudiera parecer o sospecharse.

Entre los elementos que han cambiado la historia humana, sin duda destaca la evolución en la transmisión de información y de conocimiento entre las personas.

La aparición de la imprenta (Merle,1991) y con ello la difusión del libro, contribuyeron a partir del siglo XVI a quebrantar las creencias establecidas, al mismo tiempo que favorecían la aparición de nuevos sistemas de valores. El autor analizaba las transformaciones del campo cultural en el estudio de las Relaciones Internacionales y destacaba la evolución en el sistema de las comunicaciones y sus implicaciones en la formación de un sistema global. Sin embargo, consideraba que resultaba apresurado decir que fuera a darse en las próximas décadas un sistema de comunicación mundial ya que la diversidad lingüística continuaba siendo un obstáculo difícil de superar. Decía, que la posibilidad de recibir todos unos mismos mensajes no implicaba forzosamente que fuera recibido e interpretado en todas partes de la misma manera. En su opinión los mensajes eran filtrados e interpretados por sus destinatarios en función de un código de valores preestablecidos y que perdían a lo largo de su recorrido una gran parte de su sustancia y de su significado. La importación de mensajes de origen extranjero podía provocar incluso reacciones de rechazo y romper la comunicación.

Pero estos cambios no afectaron al conjunto de la población sino a una élite, como señalaba Merle (1991). Además, en la mayoría de los casos, la información se enmarcaba en las fronteras de los Estados. Por otro lado, las noticias, en el mejor de los casos, viajaban a la velocidad de un tren. El verdadero acceso de las masas a la información tuvo lugar en el siglo XIX, con la aparición de la prensa diaria y la alfabetización resultante de la enseñanza obligatoria.

A finales del siglo XX, en la era de las telecomunicaciones y en concreto en la

---

<sup>9</sup> Ver en: Müller, E (1995) Kohl pretende reestructurar la primera cadena pública alemana, *El Correo*, sábado, 18 de febrero, pg 68

era de los medios audiovisuales como elementos de comunicación por excelencia, la información había adquirido un carácter universal e instantáneo. Los cables y las ondas atravesaban y tejían una red mundial de informaciones (Merle,1991). Tanto el aumento de la tirada de los periódicos como la proyección y circulación de películas participaban en la elaboración de una mentalidad colectiva en donde las informaciones y las modas (tanto en la ropa como en las modas intelectuales y morales) se sucedían de una forma acelerada. Sobre todo, con la aparición de la televisión y de la radio, cuando se produjo una verdadera revolución de las comunicaciones mundiales mediante la conexión de todos los puntos del mundo a través de los satélites de difusión directa.

Podemos considerar a los medios de comunicación audiovisual, tanto por sus características como por sus efectos, como actores “sui generis”, y a la información que suministraban, como parte del factor universo cultural como señalaba Lozano Bartolozzi (1991) <sup>10</sup>.

### 2.3- La Teoría de la Comunicación y las Relaciones Internacionales

La teoría de las comunicaciones había abierto indudablemente nuevos caminos en el estudio de las Relaciones Internacionales, no sólo en cuanto al método de análisis, sino también en el desarrollo de un vocabulario para el análisis político. En el estudio de las Relaciones Internacionales, quisiéramos señalar brevemente el modelo de comunicación de Deutsch (1974) que asemeja el sistema político a un sistema cibernético. Este modelo destacaba que el arte del gobierno se basaba en las informaciones recibidas; es decir, que el gobernante tomará sus decisiones en función de dichas informaciones. En este planteamiento era fundamental el *feed-back*; es decir, el proceso de retroalimentación, las reacciones y modificaciones son automáticas a la recepción de las informaciones Mesa (1980:134)

Este modelo había sido aplicado por Mesa (1980) a las Relaciones Internacionales que buscaba en esta importancia y densidad de las comunicaciones el grado de cohesión de una sociedad; es decir, el estudio de la densidad de los flujos daría cuenta del grado de integración de una comunidad política y de las posibilidades de fusión supranacional. En nuestro caso, será el estudio del modelo de información que

---

<sup>10</sup> Ver en (1990) Las Relaciones Internacionales como sistema de comunicación, En: *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de Vitoria- Gasteiz*, Universidad del País Vasco, 1991. Apartado V de “Estructura y Dinámica... (en su Cap V.)

ofrecía Euronews y del estudio del flujo comunicativo que el canal ofrecía lo que nos sirva para obtener el grado de cohesión supranacional de la comunidad política que constituía Europa o que podía llegar a constituir.

Utilizado también por Burton (1965)<sup>11</sup>, y Del Arenal (1985)<sup>12</sup> en el modelo cibernético se afirmaba que junto a la disminución del papel de la fuerza y del poder, se percibía un aumento en el papel del proceso de la toma de decisiones, que implicaba un interés mayor de cada Estado a las reacciones de otros Estados ante sus decisiones etc.; y que para comprender estos aspectos de las relaciones entre Estados se requerían una serie de conceptos, sistemas referidos al gobierno, la comunicación, la retroalimentación y otros aspectos de la toma de decisiones.

Burton (1965) en su libro *International Relations. A general theory*, señalaba que las comunicaciones eran un buen punto de partida, porque eran medios importantes de transacciones o plazos entre pueblos. Eran las comunicaciones o lazos entre unidades las que creaban los sistemas. Las comunicaciones y no el poder eran la principal influencia organizadora en la sociedad mundial.

Del Arenal (1985) destacaba que el periodo que iba desde principios de los años cincuenta hasta finales de los sesenta conoció un importantísimo desarrollo de la teoría de las comunicaciones. Señalaba también que se produjeron dos tipos de aportaciones en ese campo. Por un lado, las de carácter principalmente instrumental, las que aplicaban conocimientos, conceptos y técnicas propias de la psicología, de la psicología social y técnica al de las Relaciones Internacionales. Desde esta perspectiva, la comunicación era considerada como un instrumento de análisis aplicable al estudio de la política exterior o bien como un instrumento político en manos del Estado. Aparte de estas aportaciones, se desarrollaba lo que se denominaba propiamente la Teoría de las comunicaciones, que pretendía ofrecer una explicación diferente de las Relaciones Internacionales estableciendo una serie de relaciones causa-efecto. También señalaba Del Arenal (1985) que, de acuerdo con Tooze existían tres fases dentro de las aportaciones que se incluían dentro de la Teoría de las Comunicaciones.

a) La primera, que llegaba hasta principios de los años 50, se caracterizaba por el hecho de que las aportaciones, de acuerdo con la visión estatocéntrica de las relaciones

---

<sup>11</sup> Citado por Mesa (1984), para formular una teoría general de las Relaciones Internacionales.

<sup>12</sup> El nuevo orden internacional de la información y de la comunicación (1985), *Revista de Estudios Internacionales*. enero- marzo, n° 6

internacionales dominante, se ocupaban únicamente de las relaciones formales entre las elites gobernantes entre Estados; Los canales diplomáticos eran los puntos de referencia más importantes para el análisis de las comunicaciones y el realismo político y su noción de interés nacional era el que determinaba el enfoque en cuestión.

b) La segunda fase era la que cubría la década de los 50 hasta finales de los 60. Se correspondía con el auge de la teoría behaviourista que suponía una reacción contra los postulados del realismo político y la búsqueda de modelos de análisis capaces de ser probados empíricamente. Teorización, cuantificación y análisis multidimensional eran algunos de los caracteres generales de esta fase.

c) La tercera fase, desde finales de los años 60 hasta los años 90, reflejaba los cambios generales que se producían en el campo de las Relaciones Internacionales a consecuencia de la reacción postbehaviourista: Búsqueda de relevancia, análisis riguroso, superación de la concepción estatocéntrica y diversidad de actores relevantes, atención a los aspectos cooperativos de las Relaciones Internacionales en términos de complejos y multidimensionales procesos de interacción.

El autor se limitaba en su análisis a las dos últimas fases.

En este marco es en el que situamos el estudio de Euronews como sistema de la Unión Europea para hacer oír su voz en el panorama informativo internacional dentro del sistema de comunicación por satélite.

Pretendemos un análisis de Euronews y no ciertamente un estudio de la Teoría de la Comunicación y de las Relaciones Internacionales, aspecto que, por otro lado, sería de gran interés desarrollar más exhaustivamente. Suponemos, en todo caso, que el estudio de Euronews en esa etapa puede contribuir a desarrollar este campo de la Teoría de la Comunicación y las Relaciones Internacionales para los internacionalistas.

### **2.3.1- La Comunicación Audiovisual como discurso social y de interés estratégico en la sociedad internacional**

Es innegable que la aparición de la televisión constituyó uno de los acontecimientos que habían hecho cambiar el mundo y que habían incidido en su transformación. Pensemos en lo que había cambiado el mundo desde que surgió la Organización de Naciones Unidas. Gracias a los avances en el campo de la comunicación se podía saber de forma instantánea cualquier acontecimiento que sucediera en el planeta o fuera de él. Por otro lado, según Fisas (1994), la televisión había demostrado su gran

poder como moldeador de comportamientos. En ese nuevo contexto, los Medios de Comunicación audiovisual aparecían como verdaderos instrumentos de la política internacional.

Respecto a su incidencia en las Relaciones Internacionales, Díaz Rangel (1991) señalaba que era universalmente aceptada la importancia que tenía la información internacional en la opinión pública de cada país, por su incidencia en la toma de decisiones y como factor en las relaciones internacionales.

De hecho, las opiniones e imágenes que se tenían sobre países, acontecimientos, procesos y protagonistas eran las que se conformaban a través de las noticias e imágenes que circulaban a través de los medios de comunicación social <sup>13</sup>.

La televisión era un modo de representación y daba vida a lo que se transmitía a través de ella de tal forma que si algún país, persona, entidad, asociación o acontecimiento no aparecía en televisión equivalía casi a no existir, o esa era la apreciación como señalaba Toffler (1994).

Los países, y entre ellos España, luchaban por proyectarse internacionalmente a través de los medios audiovisuales. Así ante el lanzamiento del canal internacional de TVE en cincuenta y tres países asiáticos, se decía que la proyección internacional de nuestro país obligaba a iniciar nuevos esfuerzos y relanzar nuestra presencia en otros ámbitos territoriales del mundo <sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> El autor citado Díaz Rangel, era entonces Catedrático en la Escuela de Comunicación Social de Venezuela y presidente de la Federación Latinoamericana de periodistas. En su obra mencionada y que nos ha interesado especialmente, estudiaba la información internacional en América Latina desde la época de las gacetas y de los primeros corresponsales de los diarios más importantes hasta la era de las antenas parabólicas y los satélites. Estudió la evolución y los cambios a partir de la instalación del primer terminal de cable submarino en Brasil en 1874, la expansión y dominio de la agencia francesa Havas en América del Sur así como los acuerdos y desacuerdos entre agencias, el tratamiento que les dieron a algunos acontecimientos trascendentes en la región, la crisis del sistema informativo durante la Primera Guerra Mundial. Además, explicaba la emergencia de las agencias norteamericanas que penetraban y controlan los mercados latinoamericanos y el control que se hace hegemónico después de la Segunda Guerra Mundial. Esta historia reflejaba los cambios habidos en las relaciones de dependencia de América Latina con las potencias en cada época y de los esfuerzos por romperla.

<sup>14</sup> En: Europa Press, Madrid, en: *El Correo*, Domingo, 25 de febrero de 1996, pg 116. En este artículo se señalaba que el canal internacional de TVE empezaría a emitir el 1 de abril de 1996 de forma regular y autónoma en estos 53 países de la cuenca del Pacífico que absorbe a un tercio de la población mundial. La firma tuvo lugar entre el entonces director del ente J. García Candau y el ministerio de Asuntos Exteriores.

Por otro lado, el mundo de la información constituía un ámbito estratégico de las guerras del futuro. “Algunos de los combates más importantes se desarrollarán en el campo de batalla de los medios de comunicación”, decía Toffler (1994).

Las películas norteamericanas, los programas de televisión o la música, eran modelos de exportación y de imitación. Pero no sólo estos constituían un modelo. Los productos audiovisuales podían ser vistos como una mercancía de consumo más dentro de un “paquete” de otras muchas como eran los grandes centros comerciales, los parques de atracciones, los entretenimientos, publicaciones, restaurantes de comida rápida, etc. Se puede decir que constituían una determinada forma de vida.

Uno de los hechos más destacados de los últimos años del siglo XX en el contexto internacional había sido, sin duda, la desintegración de la URSS. De este modo, y a excepción de China, Albania, Corea del Norte, Vietnam y Cuba, no habían quedado en el mundo estados socialistas. La situación internacional había cambiado y los países resultantes de esta desintegración se encontraban en un proceso de restauración capitalista. En este contexto, las naciones del Tercer Mundo, es decir, las de Africa, Asia y Latinoamérica se encontraban profundamente endeudadas frente al Norte: EEUU, Japón, Unión Europea.

El orden internacional anterior era muy distinto. Podemos decir que aquel orden establecía tres grupos (Schiller,1994). El más poderoso era el Primer Mundo, que incluía a aquellos países guiados por las relaciones de propiedad privada y cuya producción se regía por el sistema capitalista. El Segundo Mundo comprendía a las naciones organizadas bajo el dominio de la propiedad estatal, las socialistas. El Tercer Mundo lo constituían los países que acababan de salir de un imperio colonial. En estos casos aún se mantenían los problemas de la deuda o la explotación económica a pesar de ser independientes desde hace largo tiempo. En la mayoría de los países del Tercer Mundo, todavía existían muchos movimientos de liberación nacional y las estructuras sociales no habían sido todavía completamente captadas por nuevas elites (Schiller,1994).

En ese escenario, EEUU era el estado individual más poderoso del Primer Mundo, aunque la Unión Soviética le seguía muy de cerca y su estatus de superpotencia venía dado en gran medida por la posesión de armas nucleares. Otra característica de aquel

---

La emisión es de una media de 18 y 20 horas diarias y permitirá ‘que el español esté presente en esa zona del Pacífico’.

momento era, como señalaba Schiller (1994), el rápido desarrollo y auge de la televisión como vehículo de rápida transmisión de mensajes a una gran audiencia. Era en ese contexto político y tecnológico, donde se daban en su opinión las pautas necesarias para la dominación cultural.

El desarrollo del sector de los medios de comunicación apoyaba los objetivos económicos de los sectores industriales y financieros. Lo cultural tenía por supuesto su propia política. Una de las tesis que se habían asumido con seguridad era que “el Segundo Mundo” sería inmune a la presión informativo-cultural de occidente o al menos quedaría aislada. Pero no ocurriría así con el Tercer Mundo que sería visto como un punto vulnerable para las exportaciones culturales norteamericanas (Schiller,1994).

El papel de la televisión en el ámbito global como instrumento de dominación cultural había ido en aumento. Más aún; diríamos que había sido reforzado por el uso del satélite y el flujo de imágenes era más fuerte que nunca.

Hemos de señalar que la variación significativa respecto a etapas anteriores era que la televisión formaba parte de un conglomerado de sistemas de comunicación; es decir, hablamos de la confluencia de la televisión con la informática: los equipos multimedia reunían sistemas de telecomunicaciones con transmisión de imagen y sonido, acceso a bancos de datos, sistemas de correo electrónico etc...

En el mundo desarrollado y tecnológico, la dominación era fundamentalmente simbólica. De ahí que la televisión, como medio portador de signos, planteaba la geoestrategia, la política internacional y la misma confrontación entre Estados, de una forma radicalmente nueva respecto a otras etapas de la historia de la humanidad.

Se había dicho que la televisión no era la mirada a lo largo del mundo, pero estaba en su lugar. Representa a la realidad, existía por ella. Los signos son las cosas que están en lugar de otras distintas de lo que ellas mismas eran según Pross (1980). El autor señalaba que la teoría de los signos se remontaba al filósofo Charles Sanders Peirce (1839- 1914). Este entendía por signo algo que estaba en lugar de otro, representaba a alguna otra cosa y era entendido o interpretado por alguien.

Los medios, (Pross,1980) se habían convertido en el instrumento más importante de poder y dominación. Este autor afrontaba el estudio de la política como práctica comunicativa y como práctica semiótica <sup>15</sup>. Aparte de esta consideración, los programas

---

<sup>15</sup> En los años 80 era catedrático del Instituto de Comunicación en la Universidad Libre de Berlín estudiando temas de comunicación, sociología y semiótica.

de televisión formaban parte de una variada oferta cultural: discos compactos, vídeos, programas interactivos, centros de ocio y parques de atracciones etc. Las industrias corporativas de los medios de comunicación (Segovia,2000) se habían desarrollado de forma notable en las últimas décadas del siglo XX y ocupaban la mayor parte del espacio social global.

La infiltración cultural, señalaba Segovia (2000), incluía la lengua inglesa en sí, en actividades como comprar en centros comerciales de estilo norteamericano, visitando parques de atracciones (Disney y otros), ver programas de TV por cable (CNN), leer las traducciones de Best Sellers o comer en restaurantes de comida rápida extendidos alrededor del mundo.

Según autores como Schiller (1994), la dominación cultural norteamericana era relativa. La dominación era entendida por el autor como dominación cultural de las corporaciones transnacionales, aunque señalaba que aún se observaba el papel predominante norteamericano.

Era evidente la importancia y el valor de la información audiovisual en dos sentidos. Por un lado, la información misma como fuente de saber y conocimiento; y por otro, el hecho de ser un medio por el cual se transmite (el canal) que podía variar el efecto de esa información sobre el receptor.

Los Medios de Comunicación Audiovisuales constituían un sector de importancia estratégica como se constató en 1994 en las negociaciones del Gatt <sup>16</sup>. (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio. Gatt, del inglés *General Agreement on Tariffs and Trade*)

La producción audiovisual americana encontraba en Europa su mayor mercado de exportación. Europa, debido a la debilidad de la estructura de su mercado, veía en los productos audiovisuales americanos la forma de rellenar aquellos segmentos de la programación de una forma barata. Pero en esas negociaciones del GATT, se puso de relieve que Europa quería mantener una defensa de su identidad cultural frente a la invasión norteamericana, manifestando que los productos audiovisuales no podían ser

---

<sup>16</sup> Véase: (1994) Report by the Think-Tank on the Audiovisual Policy in the European Union, Luxemburgo, Office for Official Publications of the European Communities, Pg.11. “The GATT negotiations highlighted the strategic importance of the audiovisual Sector. What has become just as obvious is that the only two players that have remained in the competition are the limited States of America and the European Union”.

tratados como cualquier otra mercancía <sup>17</sup>. Es decir, en cierto modo el medio condicionaba la transcendencia y el tratamiento de la información. En palabras de McLuhan (1967, 2000) desde su aparición, la televisión había conseguido un papel principal en el escenario de los medios de comunicación social.

Delors (1989) se planteaba una sencilla pregunta: “¿Cuál es el futuro de nuestros hijos que en la sociedad de hoy ven por término medio entre dos horas y media y tres horas diarias la televisión y que en cambio solo conversan con sus padres durante media hora y que en colegio hacen lo que pueden? ¿Qué influencia tiene en todo esto el mundo audiovisual?, ¿Se trata de un problema mercantil o de un problema social?” Según él, era un problema social que debía ser abordado como tal y no simplemente con la referencia de los medidores de audiencia.

En cuanto a la importancia estratégica de la televisión en esos años, que es el objetivo de este capítulo, es interesante también señalar la percepción del momento de que todo sistema democrático se sustentaba en tres pilares que son: la política, la educación y la cultura. Los Medios de Comunicación Social aparecían claramente como transmisores de valores, como difusores de cultura democrática, o debían de hacerlo (Delors,1989).

Por otro lado, dentro de una cultura y valores democráticos, la exigencia de que tuvieran cabida todas las voces era fundamental.” El pluralismo es absolutamente necesario” (Delors,1989). Los medios, como tales, habían de dotarse de contenido puesto que eran sólo medios. Se echaba en falta una ética de comportamiento, tanto para los medios públicos como privados. Resultaba innegable que se habían convertido en una pieza fundamental para el funcionamiento de una sociedad moderna y democrática.

Los medios de comunicación eran instrumentos básicos en el proceso de socialización de los individuos. Transmitían todo tipo de mensajes, que afectaban muy especialmente a los sistemas de valores, normas y sistemas de representación de una sociedad y fundamentalmente canalizaban y publicitaban los nuevos productos que las empresas transnacionales necesitaban vender incesantemente (Murciano,1992)

En especial los medios audiovisuales, constituían una pieza fundamental en cuanto a la difusión intercultural. Creaban y re-creaban las imágenes y representaciones mentales

---

<sup>17</sup> En el citado anterior informe: “Europe, in contrast, staunchly defending its cultural identity gave reasons to believe that the audiovisual sector was not of major economic importance and especially could not be considered a common activity, regulated by ruthless market rules:”cinema is not a product like the others”.

que los individuos se hacían del mundo y del papel que ellos mismos desempeñaban en él. Murciano (1992)

Hemos hablado de la televisión de carácter generalista, como de un dinosaurio en extinción desde el punto de vista de algunos autores, ya que, con la llegada de los canales especializados o los sistemas de televisión, era el receptor quién elegía lo que deseaba ver, cuándo y de qué forma. Él mismo disponía la selección de los programas sus gustos y no estaba dispuesto a ver lo que no quería. Sin embargo, eso no era del todo cierto.

El medio televisivo, en definitiva, la imagen audiovisual, era, por sus propias características, un medio para la persuasión; no sólo mediante los informativos, sino a través de cualquier género, sea de ficción, programas de entretenimiento, etc... De hecho, el espectador quedaba “enganchado”, “fascinado”, por las imágenes televisivas tanto si habían sido elegidas previamente por él como si no.

Por otro lado, con las tecnologías de la información y la comunicación estaban cambiando las formas de trabajar. Ya se hablaba del “teletrabajo” (Murciano,1992) gracias a la puesta en marcha de los sistemas multimedia, donde desde el hogar el ciudadano podía acceder a una red que le ponía en contacto con cualquier información que desee obtener o enviar.

Otra gran novedad en la última década del siglo XX la constituían las comunicaciones móviles. Una nueva era de comunicaciones digitales estaba transformando el modo de vida y de hacer negocios. Era un mundo en el que serían capaces de comunicarse con cualquier parte de planeta, desde cualquier punto, y acceder a toda la información que necesitaran, en cualquier momento, en cualquier lugar, justo al alcance de sus dedos (Tooker,1994).

Las comunicaciones móviles cambiarían el modo de vida y de trabajo de una forma más armónica con la tierra. Estos son algunos ejemplos que aportaba Tooker (1994): Las videoconferencias podían reducir notablemente la necesidad de los viajes de negocios; La oficina electrónica en casa reduciría la cantidad de trabajo, tiempo y energía empleados en desplazarse hacia el lugar de trabajo; Además, un sistema de autopistas inteligentes controladas por radio podía ayudar a usar el sistema de transportes de forma más eficiente; Y los sistemas inalámbricos de control podrán gestionar y reducir el consumo energético en los hogares, las oficinas y las fábricas.

Los años que comprenden este estudio son años de un periodo de cambio, de una situación de transición donde se plantea la cuestión sobre el papel de los tradicionales

Medios de Comunicación Social en el nuevo contexto tecnológico. El propio término “comunicación de masas” se estaba cuestionando. Los medios de comunicación audiovisual se habían convertido, por otro lado, en uno de los intereses estratégicos de primera relevancia. Francia era en ese momento uno de los países europeos que más celosamente cuidaba este sector y que intentaba aprovecharlo al máximo dentro de la Unión Europea. “Sólo la preservación de *la force de frappe* nuclear y de la industria de armamento constituyen una prioridad comparable a la que desde París se otorga a la comunicación, considerada como el gran campo de batalla del siglo XX, en juego están la lengua y la cultura francesas, el dominio de las tecnologías puntera, la influencia diplomática y económica” (González,1995).

Recordemos además que Francia consiguió la sede de Euronews ubicada en Lyon, después de una importante puja entre Alemania y España, quienes también habían apostado alto por la misma<sup>18</sup>.

Los Medios de Comunicación Audiovisual jugaban un papel muy relevante y muchas veces condicionaban las acciones en materia de política exterior de un país o países. Así, por ejemplo, se había dicho, (Miguel De Bustos,1994), que las comunicaciones internacionales habían constituido un sector significativo de la política exterior norteamericana.

Los canales de comunicación y los mensajes formaban parte de la estructura de dominación en la misma medida que las fuerzas armadas y la estructura económica y financiera internacional (Miguel De Bustos,1994).

La industria de materiales tenía un gran peso en la economía y era precisamente el sector audiovisual al que se le auguraba un mayor crecimiento. Del Arenal (1985) señalaba sobre este punto que el papel que desempeñaban los Medios de Comunicación de Masas era cada vez más relevante en el panorama internacional por cuanto influía decisivamente en los procesos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel nacional como internacional<sup>19</sup>.

Se daba, por lo tanto, (Lozano Bartolozzi,1991) una dependencia directa del sistema informativo de actualidad respecto al sistema sociopolítico internacional del que se nutría. Además, el complejo entramado internacional necesitaba de una fuente de comunicación para transmitir, elaborar recibir y recopilar toda la cantidad de mensajes

---

<sup>18</sup> En: Documentos internos del nacimiento de Euronews.

<sup>19</sup> Ver: Miguel De Bustos (1994)

que producía. De igual manera, (Lozano, 1991) el sistema comunicativo internacional no hubiera podido expandirse sin la voluntad política de los actores de las relaciones internacionales. Aldecoa (1994) señalaba que el telespectador medio estaba acostumbrado a ver diferentes cadenas de televisión donde se expresaban posiciones diversas, incluso opuestas, pero con una misma visión del mundo, “el espectador se habrá quedado perplejo, al contemplar noticias que se presentan poco menos que incompatibles”. El autor analizaba la forma en que la información aparece en la cadena Telenoticias, ABC (emitido a través de Canal Plus) y Euronews. Y señalaba, “¿Cuál de los tres informativos dice la verdad, ¿cuál tiene razón? ¿Estamos en tres mundos diferentes? Probablemente los tres tenían razón desde su propia óptica. La cuestión era que existían distintas visiones del mundo, al menos tres enfoques paradigmáticos, que a veces como en este caso, reflejan bien, cada una de estas cadenas”. Según Aldecoa (1994), el canal Telenoticias reflejaba el paradigma estructuralista; ABC; el realismo o neorrealismo; y Euronews, el globalismo.

En torno a la Cumbre de Essen de 1994, por ejemplo, la imagen de Euronews, era una clara visión de la entonces Europa de los 15 y de una voluntad de nuevas relaciones al Mediterráneo y América del Sur, ofreciendo unas políticas globales que comprendían incluso la creación de zonas de librecomercio. De acuerdo con estos objetivos, un año después, en 1995, se celebró en Barcelona la Conferencia Euromediterránea. El objetivo último de estas nuevas relaciones con el sur era la creación de un espacio económico y político mediterráneo que, englobando la UE, los Países de Europa Central y Oriental (PECO), y los países mediterráneos y formado por 30 o 40 Estados y aproximadamente 800 millones de personas constituiría el más amplio bloque económico del mundo.

Volviendo a las diferentes visiones del mundo desde el punto de vista de las Relaciones Internacionales, el estructuralismo y el realismo entendían las relaciones norte-sur como un juego de suma cero en el que unos ganaban y otros perdían. El globalismo, la visión que presentaba Euronews, (Aldecoa, 1994) entendía que había ámbitos y cuestiones en la que todos podían ganar. El problema estaba en definir la estrategia adecuada para conseguir este objetivo.

### 2.3.2- El discurso televisivo como específico del discurso comunicativo social

Para muchos autores, la televisión estaba derribando mitos (Ramonet,1994). Se podían, según él, establecer dos épocas de la televisión. Una primera etapa que llegaba hasta los años 80 del siglo XX, y que se caracterizaba por ser una televisión a la que accedían personajes conocidos por el público (políticos, escritores, artistas...). Es decir, se trataba de aquellos elegidos por la sociedad. A esta etapa la denomina “arqueotelevisión”. Y una segunda etapa, más accesible para todo tipo de personajes. Se distinguía luego una segunda época; la “neotelevisión”, la televisión de los “reality shows”, donde lo que interesaba era la vida de cada uno, como en una película. Ramonet (1994) señalaba en este sentido que se ponía al propio público dentro de la pantalla creándose una especie de complicidad<sup>20</sup>.La televisión había pasado de ser una ventana abierta al mundo a ser un espejo.La neotelevisión era también la etapa de la multiplicación de canales, de la televisión por cable y por satélite donde el receptor elegía lo que quería ver. Era, por lo tanto, esta nueva televisión, en cierto modo, un reflejo del espectador mismo (Francés, 2009). Pero la televisión fraccionada y la generalista habían de convivir, ya que ambas eran complementarias. En el análisis de la televisión del momento analizado, tenemos que destacar la influencia de este medio en el marco de la socialización, como instrumento de cohesión social y de creación del consenso.

Las campañas políticas, por ejemplo, se preparaban de cara a la cobertura televisiva. El caso italiano, cuando Silvio Berlusconi, un magnate de la televisión, llegó a ser presidente del gobierno italiano, puso de relieve la influencia de la televisión en el marco político.

Otro antecedente se remontaba a 1960, cuando tuvo lugar el debate televisivo Kennedy-Nixon en Estados Unidos. A partir de aquí se determinaba, según muchos expertos un resultado electoral y fue desde ese momento, cuando la televisión se convierte en un elemento de utilización política (Prado 1994).

### 2.4- La respuesta audiovisual europea ante la hegemonía estadounidense

La Cable News Network (CNN) de Ted Turner empezó a emitir información vía satélite desde Atlanta, Estados Unidos, durante 24 horas en 1980. Hasta entonces, no

---

<sup>20</sup> Ver: Huertas (1994)

había existido una cadena especializada en su totalidad en información. Aún cuando se piensa que Ted Turner fue el creador de este sistema continuo de noticias, lo cierto es que mucho antes, la CBS ya había encargado un primer estudio al respecto en 1971.

La ABC, su competidora, hizo lo propio dos años después (González Martin 1995). En Europa, la BBC británica venía pensando en un proyecto similar desde los años 60. Paul Hodgson era jefe de internacional de esta cadena y presidente de la asociación de periodistas europeos. Él mismo corroboraba la idea de que era imposible ser una gran potencia si no se disponía de un medio de comunicación de alcance universal. Para subrayar la importancia de esta idea González Martin (1995) señalaba que Hodgson logró convencer a los máximos dirigentes de la BBC de que la permanencia de la civilización británica sólo sería posible a través de un servicio mundial de información<sup>21</sup>.

Sin embargo, fue Ted Turner el primero en poner en marcha este sistema. En 1981 el cable estaba en plena expansión en Estados Unidos (Whittemore, 1992). Turner se había fijado en las estaciones radio que se dedicaban íntegramente a la información; éstas eran rentables y pensó en hacer lo mismo en televisión<sup>22</sup>. El autor citado, a partir de una serie de entrevistas realizadas a Ted Turner y otros protagonistas que dieron vida a la CNN, relata de una forma amena los entresijos de su puesta en marcha, las dificultades con las que se enfrentaron y, sobre todo, la consideración de que se trataba de un grupo de visionarios.

Este fue el origen de la Cable News Network (CNN). Europa no tardaría en ofrecer una respuesta audiovisual como veremos, aunque analizaremos a continuación algunas características de estos dos modelos televisivos diferentes.

#### 2.4.1- Europa y Estados Unidos: dos modelos distintos de televisión

Ya en 1960, (Úbeda, 1993), la televisión en Estados Unidos se había convertido en un medio influyente y predominante, tal y como se reflejó en los debates televisados entre los dos candidatos presidenciales. John F. Kennedy, entonces senador relativamente poco conocido por el público, dio una imagen de juventud, serenidad y energía ante Richard Nixon, que ya llevaba dos mandatos presidenciales. Los debates permitieron que el espectador pudiera hacerse una idea de la personalidad de ambos candidatos y

---

<sup>21</sup> Información recogida fruto de una entrevista realizada por Pedro González, redactor jefe de Euronews a Paul Hodgson. Citado en: González (1995)

<sup>22</sup> Para ver características de la CNN y para completar información acerca de sus orígenes, puesta en marcha, tensiones etc. ver: Whittemore (1992)

reforzaron la posición de Kennedy. Una vez en la Casa Blanca, Kennedy supo reconocer el poder de la televisión, y fue el primer presidente que permitió la retransmisión en directo de las conferencias de prensa.

Los años 80 señalaron la época de crecimiento de la televisión pública; sobre todo tenemos que señalar que se trataba de un verdadero auge de los informativos (Úbeda,1993). Los años 90 marcaban, en cambio, un futuro incierto. La llegada de la televisión por cable producía una recesión de la televisión pública.

La televisión pública en Estados Unidos, o más bien su concepto, no era el mismo que en Europa. La cultura social y política americana, basada en la valoración positiva del individualismo y la libre iniciativa, incluía un componente importante de desconfianza y de recelo ante las estructuras estatalizadoras. Por ello, la expresión “televisión pública” describía sistemas radicalmente diferentes a cada lado del Atlántico. Paradójicamente la televisión se había entendido siempre como un asunto de Estado (Úbeda,1993). El modelo europeo, señalaba Joan Úbeda, era todavía el de una televisión estatal, centralizada y que gozaba del monopolio del medio. En Estados Unidos, la televisión pública era un sistema complejo basado en estaciones independientes pero coordinadas que emanaban directamente de la voluntad de las colectividades locales de dotarse de un medio de comunicación que representaba una alternativa a la televisión comercial.

En EEUU, los papeles de la televisión pública y la comercial estaban bien diferenciados. Las cadenas públicas emitían desde documentales ecológicos y antropológicos hasta obras completas de Shakespeare, ópera, danza, etc. Una oferta de lujo que apenas interesaba. Los niveles de audiencia eran muy bajos. Úbeda (1993) señalaba que el precedente de la televisión pública en EEUU fue la televisión educativa, instrumento pedagógico para las escuelas, de manera que este reparto tenía una lógica histórica además de una comercial.

El impacto de la CNN se dejó notar en todo el mundo, pero en las cadenas estadounidenses también. Los informativos de las cadenas de televisión públicas tuvieron que encontrar nuevas estrategias para hacer frente a la nueva forma de trabajo de la CNN que se adelantaba y consagraba como proveedora de noticias “en caliente”, (*hard news*). Los informativos durante la guerra del Golfo se prolongaron con programas especiales en las horas de máxima audiencia. Considerado como un poco aventurero y visionario, Ted Turner consiguió poner en marcha el canal de noticias.

Sin embargo, apenas se puso en marcha, fue cosechando numerosos éxitos debido

a los acontecimientos del momento: el atentado a Ronald Reagan en 1981, la explosión del cohete Challenger en 1986, la represión de los estudiantes en China, etc. Hasta su definitiva consagración en 1991, con motivo de la guerra del Golfo Pérsico, en una exclusiva conseguida tácitamente de los gobiernos norteamericano e iraquí (González Martín,1995). Las peticiones de enganche a la cadena de Turner se dispararon y la CNN desbancó en audiencia a las tres grandes cadenas del noroeste de Estados Unidos: ABC, NBC y CBS (Úbeda,1993).

La competencia de la CNN no era exactamente en términos de audiencia, puesto que el cable sólo llegaba al 60% de los norteamericanos (Úbeda,1993). Los problemas que se plantearon estaban en el plano profesional. Por un lado, la agilidad para emitir cualquier imagen. Por otro lado, muchas estaciones afiliadas abandonaban la cobertura para conectar con la CNN. Las cadenas reaccionaron con indagación: acusaron a la CNN de hacer concesiones a los iraquíes para obtener informaciones privilegiadas<sup>23</sup>.

Además de producir variaciones en la audiencia, la guerra afectó a la percepción que el público americano tenía de los periodistas. Durante la guerra del Vietnam, los periodistas gozaban de la confianza de la población, que les consideraba como una especie de representantes suyos en el frente. Los medios tuvieron un papel fundamental en la transformación del apoyo popular a la intervención norteamericana, tal es así que los militares acusaron a la prensa de haberles hecho perder la guerra. El mismo autor señalaba que durante la guerra del Golfo, los militares tuvieron muy presentes las experiencias informativas de Vietnam, de la guerra de las Malvinas y de la invasión de Granada (Úbeda,1993)

Las televisiones establecieron el sistema de “pools” y se aseguraron de que en especial la televisión, estuviese totalmente controlada. El resultado fue que la poca información que había era el resultado de las conferencias de prensa militares.

Aparte de esto, durante la guerra del Golfo, que fue la rampa de lanzamiento para la CNN, los ejecutivos de las cadenas pusieron en marcha varios sistemas para frenar la expansión de la CNN. Resultaba en cierto modo paradójico, ya que se trataba de momentos de crisis económica; pero aún así, las cadenas reaccionaron con iniciativas como el aumento de oferta informativa durante la programación nocturna (entre la 1.00

---

<sup>23</sup> Ver: Úbeda (1993). Op.cit El autor señala que la CNN reconoció que había facilitado a los iraquíes el uso del teléfono vía satélite para gestionar visados para otros periodistas, pero no para periodistas americanos, porque “esta es una historia muy competitiva” según declaró Ed Turner, presidente de la CNN News” en: New York Times, 12.2.1991, Ver cita en pg.67.

h y las 6.00 h. de la madrugada).

Lawrence Grossman, ex-presidente de NBC News comentaba lo siguiente: "Me parece que no cabe duda de que dentro de unos cuantos años no habrá tres telediarios. Con la CNN, que se está convirtiendo en el lugar donde los espectadores buscan las noticias en tiempos de crisis, y con los informativos locales, que están asumiendo un papel reforzado, el tradicional telediario de las cadenas a la hora de cenar se está volviendo un anacronismo". Y Ed Joyce, ex-presidente de CBS News comentaba: "Me parece que al final de la década, una-y posiblemente dos- de las cadenas se habrá retirado del negocio de la captación de noticias"<sup>24</sup> Por supuesto, también existían opiniones contrarias, más optimistas en cuanto a los telediarios tradicionales. Los optimistas señalaban que los espectadores seguían mencionando a los informativos como uno de los factores más importantes de la identificación de una cadena de televisión. Aunque se hubiera puesto de manifiesto una pérdida de audiencia, los telediarios eran una fuente primordial de información para la mayoría de norteamericanos Úbeda (1993).

#### 2.4.2- La reacción europea ante la hegemonía informativa estadounidense tras la guerra del Golfo Pérsico

La última década del siglo XX, comenzó con una guerra (la del Golfo Pérsico), en la que la televisión tuvo un destacado papel como mediatizador de la opinión pública<sup>25</sup>.

Sobre esto, se había escrito mucho y fueron apareciendo más reflexiones y análisis sobre el papel de los medios de comunicación y en especial de la televisión durante la crisis y posterior guerra del Golfo: Úbeda (1993); Allen; O`Louguin; Jaspersen; Sullivan (1994); Livingston (1997); Robinson (2002); Hutchinson y Cowan (2008); Jaramillo (2009).

Úbeda (1993) describía el efecto que la guerra tuvo sobre la posición de las cadenas en el panorama televisivo norteamericano y sobre la percepción del trabajo de los periodistas. La guerra, como algo ya esperado, no cogió a las cadenas de televisión norteamericanas por sorpresa. Se había llegado a plantear incluso si este conflicto había sido una guerra o el mayor espectáculo de la temporada (Lozano (1998)).

---

<sup>24</sup> Ambas citas en: Úbeda (1993)

<sup>25</sup> Entre los análisis últimos de esta guerra destacamos la obra de Wolfsfelt (1997) *Media and Politic Conflict*, Cambridge University Press. En la segunda parte del libro analiza el papel de las noticias difundidas por los Medios en varios conflictos entre ellos la Guerra del Golfo.

Después de seis meses de tensión, la sucesión de hostilidades no dejó de causar un enorme caos. Los informativos prolongaron su programación de la noche hasta una hora y se añadieron nuevos programas durante los primeros días de la guerra. La programación de máxima audiencia (*prime time*) fue sustituida por especiales informativos y aumentó notablemente el número de televidentes (Lozano, 1998). Para las cadenas, el hecho de cancelar franjas enteras de “prime time” suponía una pérdida enorme de ingresos publicitarios, que se añadía al coste de la cobertura informativa.

Desde el punto de vista periodístico, la guerra significó, entre otras cosas, la consagración de la CNN como proveedora de noticias “en caliente”, (*hard news*) a escala planetaria. El día 16 de agosto de 1991, cuando Peter Arnett y Bernard Shaw retransmitieron el primer bombardeo de Bagdad en directo, la audiencia pasó del 7% habitual al 11'7%, un record absoluto en toda la historia de la cadena, (Úbeda, 1993).

Después de la guerra llegó la recesión. Las cadenas habían llegado a la década de los 90 con muchos problemas económicos derivados de la pérdida de audiencia y la guerra del Golfo representó un esfuerzo enorme que agravó más sus finanzas.

La aparición de Euronews es, por tanto, ciertamente significativa. Se trata de una clara reacción a la cadena norteamericana de noticias CNN que había conseguido gran éxito en Europa, sobre todo como ya hemos citado, durante la guerra del Golfo Pérsico, en julio de 1990. Aunque este no era el único motivo, como veremos a lo largo de la investigación. Giurco (2020) analiza la aparición de Euronews como una reacción ante la hegemonía cultural de Washington a través de la CNN. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, ambos canales, CNN y Euronews, no son de ninguna manera comparables por cuanto que Euronews no era un canal de televisión nacional, sino que se trataba de un fenómeno único y singular en cuanto al propio abastecimiento de la información y en cuanto a su estructura financiera y organización interna. Sí serían comparables, por ejemplo, la CNN con cualquier canal de televisión similar puesto en marcha por un país europeo.

En los medios de comunicación especializados en este tema, la opinión ante la puesta en marcha de este nuevo proyecto se reflejaba de la siguiente manera: “Euronews nace con cierto tufillo antiyanqui para contrarrestar la colonización televisiva que según sus fundadores invade el espacio audiovisual europeo desde los estudios de canales vía

satélite como el norteamericano CNN y los británicos SKY Channel y Superchannel”<sup>26</sup>

Se había puesto de manifiesto el proceso de homogeneización o mundialización por parte de Norteamérica<sup>27</sup> que venía dado principalmente por las películas y programas de televisión. Se señalaba que estos productos culturales homogeneizados podían expandirse gracias a las nuevas tecnologías. Los satélites favorecían la mundialización de bienes culturales concebidos y producido únicamente en algunos polos (particularmente en EEUU) y así estimular los aparatos de violencia simbólica a los cuales numerosas culturas no podrán resistir. Se ponía, como ejemplo, el caso de India, que, debido a que no había podido desarrollar una red de repetidores hertzianos, tuvo que invertir en la puesta en marcha de un satélite, Insat, construido por la Ford Aerospace.

Este satélite difundía un programa estatal de televisión en lengua inglesa, que alcanzaría a todo el país. De esta manera, gracias a los progresos tecnológicos, a la eficacia de la industria norteamericana y a la seducción de las imágenes hollywoodienses, varios cientos de millones de personas estaban amenazadas por una catástrofe cultural de una magnitud sin precedentes (...) para el mayor provecho del imperialismo cultural norteamericano y de sus industrias (Ramonet,1983).

En efecto, podía hablarse de un nuevo imperialismo, de tipo cultural que parecía ser el nuevo motivo de conflicto en las sociedades de finales del siglo XX (Boyd-Barret,1981).

En general, la influencia encubierta de los valores occidentales a través de la exportación y diseminación de material de programación comercial era norteamericano especialmente (Curran, Gurevitch y Woolacot 1981).

Esto podía demostrarse descriptivamente, identificando el alcance y la penetración de esa exportación y diseminación. Los estudios, según estos autores, necesitaban considerar el contenido verdadero de la programación exportada para determinar sus filosofías y supuestos encubiertos acerca de lo que la vida realmente era o lo que debiera ser. (León,2002; Niño,2012, 2015).

El análisis de Dorfman y Mattelart (1975) de los tan vastamente difundidos dibujos del pato Donald demostraba que en ellos existía una visión particular de los pueblos subdesarrollados, que reflejaba los estereotipos corrientes en los EEUU

---

<sup>26</sup> Según se señala en: Ipmark, N° 402. 16/31, enero de 1993, pg 25

<sup>27</sup> Como se aprecia en Ipmark.

acerca de los extranjeros y expresaba una moralidad que apoyaba plenamente los objetivos norteamericanos de política exterior.

Gubern (1994) hablaba también de ese nuevo tipo de imperialismo. Así, se había pasado de la era de las carabelas a la de los tanques, y de la de los tanques a la de las autopistas de la información con sus flujos de información al servicio de la colonización ideológica y de la dependencia económica y tecnológica.

Un ojo solo ve e interpreta lo que acontecía en el mundo- el ojo de la CNN en las turbulencias de Bagdad en guerra- y el resto del norte y todo el sur y el este acomodaban su visión a esta imagen que se autorepresentaba como omnisciente, objetiva e infalible (Gubern,1994:62). Además, las “víctimas de este ojo ciclópeo pagaban su tributo económico al nuevo censor electrónico, en forma de consumo de programas como del soporte audiovisual. El filósofo canadiense Marshall Mc Luhan en su obra “La aldea Global” de 1968 dijo: “No sabemos quién descubrió el agua, pero estamos bastante seguros de que no fue un pez”. Y este es el modo en que la mayoría de los americanos veía su saturada cultura audiovisual”: resultaba invisible. Lo audiovisual formaba parte del ambiente en tal medida que en absoluto lo considerábamos extraño o problemático.” La cultura de los medios y el consumismo son tan naturales a los americanos como el aire que respiramos” Tyner en Aparici (1993).

Casi nadie se sorprendía de que la cultura popular constituyera un gran negocio en EEUU. Se exportaban más productos culturales que en cualquier otra nación de la tierra.

El superávit comercial en cine y televisión con la UE era en 1989, de 3.500 millones de dólares y las películas, los discos, las publicaciones, los anuncios y el software generan miles de millones más en los mercados internacionales (Samuelson,1990)

Dentro del país, los productos de los medios constituían una obsesión nacional y movían otros miles de millones más en economías internas. Sin embargo, aunque los Estados Unidos constituían un líder económico en el mundo desarrollado, en lo que concernía a la creación y distribución económica de las industrias de la imagen, ocupaban uno de los últimos puestos en la parcela cultural de la educación audiovisual (Tyner, 1993:29-31).

Euronews constituía uno de los diversos intentos, dentro de una política mucho más amplia en el sector de lo audiovisual, de ser la respuesta europea a “la colonización” informativa audiovisual que sufría continuamente el viejo continente por parte de los

Estados Unidos.

Ramonet (1983) indicaba que poseer la información era poseer poder. Decía que EEUU había comprendido bien la importancia de ese fenómeno y su adelanto era tan grande, que cualquier país que deseara desarrollarse y prosperar tenía que recurrir a los servicios de información norteamericanos, los cuales ejercían una atracción y una influencia sobre el mundo entero (Ramonet,1983) Se asistía a una tentativa de hegemonía en dirección de los países en vías de desarrollo, a los que los Estados Unidos proponía instalarles sistemas completos de información. Además, hemos de tener en cuenta que, para los EEUU Europa era su primer mercado de exportación de películas.

Por ello, la aparición de Euronews supuso, en cierto modo, una respuesta a la hegemonía norteamericana.

## **2.5- La Internacionalización del Sector Audiovisual y de las telecomunicaciones. El preludio de la Sociedad de la Información**

Los Media eran uno de los principales factores de interdependencia entre los pueblos, como Eco (1968) señalaba en su obra “Apocalípticos e Integrados”.

La televisión, en concreto, era el medio clave al que se dirigían todas las miradas y por ello queremos destacar precisamente su papel en el escenario internacional. Las agencias tradicionales de prensa y publicidad se habían extendido hacia el mundo de la televisión y así habían accedido a gran escala al mercado internacional formando servicios internacionales multimedia<sup>28</sup>.

Cuando se hablaba de estructuras de comunicación a nivel internacional, aparecían términos, (Murciano,1994) como “mundialización”, “globalización” y “transnacionalización”. Sin duda, son diferencias de matices. Por ejemplo, cuando se hablaba de “mundialización”, se trataba de subrayar la importancia determinante de la naturaleza económica y política del fenómeno; es decir, se ponía énfasis en las fuerzas expansivas de la economía y de la política internacionales. Con el término “globalización” se resaltaban dos aspectos: por un lado, el fenómeno del acercamiento

---

<sup>28</sup> Esta idea era constatada por Euromedia Research Group. En: The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook (1992), Euromedia Research Group, London, Sage. Este grupo de trabajo subrayaba la idea diciendo: “Traditional press and publishing companies have expanded their Media activities and moved into TV and media tycoons with access to large scale international finance capital have launched multinational electronic media services”, Pg.211.

de las distancias y el abordamiento de los marcos geográficos tradicionales; y por otro lado, la creciente generalización de una autoconciencia cada vez más extendida de una visión de nuestro mundo entendido como una entidad interdependiente. De un término a otro existía un desplazamiento de matices. En el primero, se resaltaba más el eje económico y político; y en el segundo, destacaba más el aspecto del acercamiento de las distancias y el psicológico.

Con el término “transnacionalización” se hacía referencia al papel predominante que han adquirido las modernas empresas industriales y de servicios en el espacio internacional. Con esto se subrayaba el desafío que suponían las compañías transnacionales para los Estados, tanto en la esfera económica como en la política o la cultural (Murciano,1994:67).

Otro autor, Stucchi (1994), especializado en temas audiovisuales, hablaba de estrategias comerciales; esto significaba mirar a todos los posibles mercados, tanto en un sentido territorial, y entonces hablaba de “internacionalización”, como en un sentido tecnológico, en el que se procuraba utilizar todos los soportes de venta y de consumo disponible, y era cuando se refería a la “mundialización”<sup>29</sup>.

Distinguidas ya estas diferencias de matices, en cuanto a la tecnología, la aparición de nuevas posibilidades técnicas para el desarrollo de servicios audiovisuales transnacionales o incluso transcontinentales (satélite, cable, teléfono), y para la diversificación de los soportes, (vídeo cassette, videodisco, CD-ROM, CD-I), constituiría únicamente una manifestación de la tendencia a la internacionalización y globalización inducida por la economía del sector. Así, el CD-ROM (*Compact Disc Memory*) fue inventado por Philips en 1985. Se trataba de un disco compacto capaz de almacenar una enorme cantidad de informaciones multimedia (a efectos de una lectura en un microordenador. El CD-I (*Compact Disc Interactive*) es, como el CD-ROM, pero cuyo lector se conectaba directamente a la televisión con facilidades de utilización vinculadas a los mandos a distancia.

Esta expansión formaba parte de un fenómeno general de integración e

---

<sup>29</sup> Ver: Stucchi (1994). El autor en este artículo hablaba de que el imparable coste, cada vez en aumento, de la producción audiovisual había impuesto a escala planetaria un proceso de internacionalización y mundialización de los mercados audiovisuales, que estaba llamado a maximizar los rendimientos al menos en una medida próxima al crecimiento de los costes. Se había hecho de alguna forma inevitable la multiplicación de los mercados para hacer frente a las inversiones que pudieran producir productos competitivos.

interdependencia a escala mundial. Este no era un fenómeno nuevo, sino que se trataba de una fase de un proceso de larga evolución que tenía su punto de partida hacia el año 1.500 cuando ocurrió la conquista de América. Además de esto, en el campo del audiovisual y respecto los productos audiovisuales, se había señalado, (Murciano,1994), que el efecto de internacionalización y mundialización se debía al imparable aumento de los costes de dichos productos. La apertura de mercados perseguía el objetivo de maximizar los rendimientos al menos en una medida próxima al crecimiento de los costes. Después de la Segunda Guerra Mundial, este proceso de mundialización se había desarrollado de manera muy rápida por medio de los grandes vectores de integración como eran la economía, la política internacional y la tecnología.

En este proceso, Europa trataba de conseguir un lugar en el panorama tecnológico del momento puesto que era ese un sector de rápido crecimiento y constituía uno de los grandes desafíos en esos años (Murciano,1994). Más que nunca, política, economía y cultura se encontraban estrechamente unidas en el sector de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Esta internacionalización de las telecomunicaciones venía propiciada también por la globalización de los mercados y la tendencia a la privatización de los monopolios estatales, así como la progresiva liberalización de servicios, que en numerosos países vino acompañada de la apertura de uno o varios segmentos de mercado a la participación de operadoras extranjeras. No hay que olvidar, además, el proceso de acelerado cambio tecnológico, vinculado a las mejoras de la productividad que comportaban las nuevas tecnologías de telecomunicación, basadas en la informática y en la fibra óptica. Todo ello, se desarrollaba en un marco caracterizado por las necesidades financieras de los países menos desarrollados, derivadas de los objetivos de modernización y expansión del servicio telefónico, que constituía una pieza clave del desarrollo económico. En consecuencia, surgieron oportunidades globales y sectoriales de inversión y se manifestaban impulsos globalizadores donde había que estar presente para no quedar al margen.

Ante esta situación de nuevas oportunidades de negocio internacional derivadas de los procesos de privatización y liberalización de las redes y servicios, Telefónica, por ejemplo, definió como prioritarias las actuaciones en países de América Latina, EEUU y mercados europeos, con el fin de alcanzar mayor ventaja competitiva, tanto en términos de mercado potencial como de sinergias por tráfico internacional y sistemas comunes de explotación de red. La actividad exterior de Telefónica se manifestaba en su participación

en operadoras de telecomunicaciones de Argentina, Chile, Venezuela Portugal, Rumania, Puerto Rico, Uruguay, Colombia y Perú y estaba teniendo lugar en un contexto caracterizado por la creciente presencia internacional de las principales compañías del sector. Hasta hacía poco tiempo (Suard,1994), los proveedores europeos, multinacionales de equipos de telecomunicación tenían que trabajar en un mercado fragmentado.

En realidad, nunca tuvieron lo que se podía llamar un mercado interno. Pero ahora podrían obtener fuerza adicional de una naciente base interna, a medida que la Unión Europea ponía progresivamente en marcha su política de mercado único. A lo largo de los años, los fabricantes europeos de equipos de telecomunicación habían servido a muchos mercados nacionales individuales.

Cada uno de esos mercados, había evolucionado a su ritmo, con sus propias normas y maneras, y todos estaban en una fase diferente de desarrollo. Sin embargo, el fabuloso aumento del tráfico internacional de telecomunicaciones a lo largo de la década anterior había hecho que esas redes individuales hubieran tenido que demostrar rápidamente su capacidad de interactuar entre sí y responder a las demandas de nuevos clientes multinacionales.

La normalización también se había hecho significativa. En el caso de los fabricantes europeos, adquiriría mayor relevancia. A través del Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación (ETSI siglas en inglés), los operadores y la industria colaboraban para elaborar normas que hicieran posible ofrecer equipos y servicios en todo el mercado. Con anterioridad, los fabricantes europeos se habían limitado a ser proveedores de equipos. No quisieron competir directamente con sus principales clientes: los operadores de redes públicas. Pero el cambio de estructura del mercado hizo que los proveedores pudieran verse pujando con un cliente para suministrar redes empresariales a organizaciones multinacionales. A finales del siglo XX, el mercado anual para equipos y cables de telecomunicaciones suponía aproximadamente 100.000 millones de dólares. En los años 90, (Suard,1994) un tercio correspondía a Europa occidental, otro a América del Norte, una sexta parte a Japón y otra sexta parte al resto del mundo. El mercado mundial total estaba creciendo entre un 2% y un 4% anual. Sin embargo, mientras la demanda en determinados sectores como los sistemas de transmisión y las redes privadas continuaría en expansión, especialmente en América del Norte, el crecimiento global en Europa Occidental y Japón se ralentizaría. Se preveía que el crecimiento más importante en el suministro de sistemas de telecomunicación ya no se daría en el mundo desarrollado, sino que se realizaría en países en vías de

desarrollo que estaban acelerando la instalación de infraestructuras, hasta tal punto que se señalaba que, a principios del siglo XXI, China e India ya instalarían líneas de conmutación al mismo ritmo que Europa y EEUU” (Suard,1994)

Los cambios políticos habían llevado a los principales proveedores europeos de equipos de telecomunicación a buscar alianzas con empresas locales de todo el mundo. Fue en los años 80 cuando se comenzaba a dar un espectacular desarrollo en el sector de las telecomunicaciones.

Entre sus principales causas cabe citar en primer lugar a los cambios tecnológicos. Las nuevas tecnologías, (Velázquez,1994), permitían una mayor y más variada oferta de servicios a los clientes y una disminución de las barreras de entrada para los competidores, alterando la estabilidad de las tradicionales economías de escala en la explotación de redes y servicios.

En segundo lugar, destacaba la globalización de la economía. La interrelación existente entre las diferentes economías nacionales había provocado la multiplicación de las necesidades de comunicación internacional y, en consecuencia, había provocado la expansión de las operadoras más allá de sus fronteras nacionales. Otros factores eran la sofisticación de las necesidades de telecomunicación de los grandes clientes y la creciente competencia; así como la ola de desregulación del sector en todo el mundo que provocaba la entrada de nuevos competidores que proporcionaban servicios alternativos de red generalmente orientados a los clientes empresariales y a los segmentos más rentables del negocio. Y, por último, otro factor significativo era la incidencia de los programas de privatización<sup>30</sup>.

Respecto al sector audiovisual que a lo largo de los años se había ido vinculando con el de las telecomunicaciones, la situación en Europa era la siguiente: Según el Libro Verde “Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea” de 1994, el constante aumento de los costes de producción de los programas audiovisuales había hecho indispensable la ampliación de su mercado de explotación, bien mediante la extensión a nuevos territorios, bien mediante la diversificación de las formas de explotación. Esta ampliación exigía a su vez nuevas inversiones, sobre todo en la rama de producción- distribución que, a largo plazo, imponían el desarrollo de una estrategia mundial y global. La industria

---

<sup>30</sup> Ver: Velázquez (1994) Señalaremos que Cándido Velázquez era entonces presidente de Telefónica de España

europea de programas parecía no haber explotado todas las potencialidades de su mercado interior y carecía de las estructuras adecuadas para aprovechar esta dimensión fundamental del crecimiento del sector<sup>31</sup>.

El conjunto de las reflexiones sobre lo audiovisual y sobre el futuro de la industria europea de programas hay que situarlo igualmente en el contexto internacional que resultó de las conclusiones de la Ronda Uruguay<sup>32</sup>.

Por otro lado, la convergencia entre la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual estaba produciendo ya una verdadera revolución en el sector de las tecnologías de la información (Blanco Losada,1993)

El análisis del acuerdo final (*General Agreement on Trade and Services-GATS*) llevó a la Comisión Europea a formular tres consideraciones clave que determinaban el marco de cualquier reflexión sobre la acción futura en el sector audiovisual. El sector Audiovisual estaba enteramente cubierto por el GATS, sin ningún régimen específico, de tipo cultural u otro sujeto a las disposiciones del artículo XIX del acuerdo<sup>33</sup>.

Al no haberse comprometido la UE en ninguna medida de liberalización en este sector, sus obligaciones respecto del GATS se limitaban a garantizar la transparencia y,por consiguiente, la información de las restantes partes del Acuerdo sobre las eventuales medidas nuevas que se adoptaran tanto al nivel de la Unión como al de los Estados miembros. Por otro lado, por medio de excepciones a la cláusula de la Nación más favorecida, la Unión Europea había logrado garantizar los distintos aspectos de política audiovisual, incluidos los acuerdos bi o multilaterales, por ejemplo, de coproducción.

En el Libro Verde antes mencionado, “Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea”, se comentaba que al igual que otros sectores de servicios, el sector audiovisual se

---

<sup>31</sup> Referencia: Comisión Europea (1994), *Libro Verde Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea* COM (94) 96 final, 06.04.1994.

<sup>32</sup> La Ronda Uruguay hace referencia a la octava reunión entre países con el fin de negociar la política de aranceles y la liberalización de mercados a nivel mundial, que se abrió en Punta del Este (Uruguay) en 1986 y concluyó en Marrakech (Marruecos) el 15 de diciembre de 1993. Las negociaciones sobre la liberalización de los servicios en el marco de la Ronda Uruguay sirvieron, a través de debates a menudo muy técnicos, para poner claramente de manifiesto la estratégica importancia del sector audiovisual y concretamente, los retos que entraña el futuro desarrollo de la rama de la imagen en Europa.

<sup>33</sup> Según se indicaba en COM (94) 96 final, Bruselas 06.04.1994, pg 34.xc COM (94) 96 final, Bruselas 06.04.1994, pg 34.

enfrentaba a los retos de la internacionalización y globalización, sobre todo en el contexto de la revolución digital. La industria europea de programas debía por tanto desarrollar su competitividad con un espíritu de apertura mundial. Al margen de las telecomunicaciones, otros asuntos comerciales serían los servicios, los derechos de propiedad intelectual o los acuerdos del reconocimiento mutuo. Estos asuntos deberían tratarse desde el punto de vista mundial, en especial bajo los auspicios de la Organización Internacional de Comercio y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual <sup>34</sup>.

Otros aspectos de política comercial debían tratarse de manera mundial y coherente, manteniendo un intenso diálogo con EEUU en relación con la Sociedad de la Información. Se ampliarían las negociaciones bilaterales con otros socios comerciales importantes como Japón y Canadá según se señalaba en el documento citado <sup>35</sup>

Los objetivos, por tanto, se encaminaban hacia la creación de una infraestructura mundial de información abierta, competitiva e integrada. Era clara la importancia creciente de las telecomunicaciones en la vida cotidiana. Las nuevas tecnologías habían transformado revolucionariamente las formas de producir, vivir y gobernar.

Además, eran la clave que había permitido pasar de una sociedad centrada en la energía y en la producción de bienes, a una sociedad centrada en el comercio de la información (Morán,1994:184)

El peso de la economía ya no estaba en los sectores productivos; estaba en las redes de distribución. Ya no interesaba tanto controlar los sectores productivos, sino controlar las redes. Se estaba dando una reconfiguración nueva de mercados en la medida que había capacidades para crear capilaridades crecientes que interconectarán los diversos puntos de venta (Morán,1993).

La internacionalización (Velázquez,1994) constituía una necesidad vital para las compañías operadoras de telecomunicaciones, tanto en términos defensivos al compensar la pérdida de cuota en el mercado nacional por la entrada de nuevos competidores, como en términos ofensivos al adquirir el suficiente tamaño crítico para afrontar con garantías el futuro.

Por otro lado, la internacionalización del mercado audiovisual encontraba su dimensión ideal en la cobertura internacional. Los Juegos Olímpicos, por ejemplo, fueron

---

<sup>34</sup> Ver sobre este tema el documento: *Europa en marcha hacia la Sociedad de la Información, Plan de actuación*, COM (94) 347 final, Bruselas,19.07.1994.

<sup>35</sup> Documento: *Europa en marcha hacia la Sociedad de la Información, Plan de actuación*, COM (94) 347 final, Bruselas,19.07.1994.

un referente valioso para las estrategias publicitarias al tratarse de un acontecimiento que implicaba al mismo tiempo al mundo y a las naciones. Otros acontecimientos de alcance mundial habían sido la llegada del ser humano a la luna (1969), la primera noche de la guerra del Golfo (1991), la boda de Carlos y Diana de Gales (1981). Estos fueron ejemplos muy representativos (De Moragas,1993), de la televisión global. Este tipo de difusión televisiva era posible gracias a la existencia de un importante dispositivo de telecomunicaciones, particularmente de los satélites, pero también de una importante capacidad de recepción televisiva en el mundo, aunque esta capacidad presentaba grandes desequilibrios y lagunas entre los países más desarrollados y los más pobres del mundo (Moragas,1993)<sup>36</sup>.

Naciones con altos niveles de desarrollo económico tenían también una buena dotación en infraestructuras de telecomunicación. Esta observación había sido confirmada con una variedad de diferentes medidas de desarrollo económico, como producto nacional bruto per cápita, producto interior bruto per cápita y renta per cápita, y con una variedad de diferentes medidas de implantación de la infraestructura de telecomunicaciones, incluyendo inversión en telecomunicaciones per cápita y líneas telefónicas de acceso per cápita<sup>37</sup>.

La internacionalización era pues la gran tendencia en la actuación de las operadoras como consecuencia de la previsible saturación de los mercados básicos nacionales y de la aparición de la competencia.

Los objetivos que se perseguían con la internacionalización eran, de manera general, el aumento de la amplitud de tamaño de mercado; la configuración y consolidación como operador multinacional (en particular en la prestación de servicios transnacionales); la distribución sobre bases más amplias de los costes unitarios de desarrollo de los sistemas de gestión de red; y la mejora de la posición negociadora

---

<sup>36</sup> El autor era catedrático del departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. La investigación correspondiente a este artículo partía de los datos recogidos en el proyecto dirigido por él "Global television and free Olympic Games. The experience Barcelona 92" Centro de Estudios Olímpicos y del Deporte, con el apoyo de la CICYT y del Comité Olímpico Internacional.

<sup>37</sup> Todos los datos citados se pueden ver en: Cronin, Parker, Collerab, Gold (1991) Telecommunications infrastructure and economic growth. Blanco Losada (1993). En: VVAA (1993) *La industria de la Información*, FUNDESCO, pg 529.

frente a los suministradores<sup>38</sup>. Aunque los objetivos eran múltiples y diversos, en el fondo subyacía el fin de alcanzar una dimensión que reforzara la posición competitiva de las empresas operadoras en un sector que se preveía absolutamente abierto a la competencia de los siguientes años. Un ejemplo de esta fue el acuerdo entre Telefónica y Unisource, consorcio formado por las compañías operadoras en Holanda, Suecia y Suiza con el objetivo de competir en el emergente mercado de servicios globales para clientes multinacionales<sup>39</sup>. Este consorcio, que en su primer año de funcionamiento facturó entonces alrededor de 72.000 millones de pesetas, tenía como objetivo controlar en 1996 el 20% del mercado europeo de servicios de telecomunicación. Junto a ello, se podía observar en el sector un amplio movimiento de cooperación entre diferentes agentes que estaba dando lugar a distintas formas de acuerdos, orientados en general a la búsqueda de sinergias a través de una mayor integración de su actividad, y en particular ,a compartir mercados, diversificando riesgos e intercambiando experiencias. Para ser competitiva, (Velázquez,1994), una empresa en el sector de las telecomunicaciones debía tener una dimensión más allá de las fronteras de su país. Esto es lo que subrayaba el entonces presidente de Telefónica de España que decía que no era posible la supervivencia empresarial si no se adquiría el suficiente tamaño internacional. El ejemplo de ello era el gran paso hacia la internacionalización que, como otras muchas empresas en otros países, llevaba a cabo Telefónica de España.

Respecto a la internacionalización de la televisión, Oriol Costa (1986), pensaba que se trataba de un fenómeno negativo para el sistema audiovisual europeo. Señalaba que este proceso junto a las nuevas tecnologías eran amenazas para el equilibrio del sistema audiovisual europeo.

La internacionalización era un fenómeno estrechamente vinculado al sistema norteamericano de televisión, afectado en un alto grado de concentración, no solamente horizontal, sino en todos los niveles de la industria electrónica, de la que eran expresión las grandes multinacionales. La creencia en la eficacia de los Medios de Comunicación Social era tan fuerte que los actores que competían en el escenario internacional se esforzaban por captarlos y por utilizarlos en su propio beneficio, al igual que ocurría con otros avances resultantes del progreso técnico (Oriol Costa,1986).

---

<sup>38</sup> Según Datos de Cronin, Parker, Collerab, Gold, M.A (1991)

<sup>39</sup> Estos datos se recogen en Velázquez. La batalla mundial de las telecomunicaciones, lo que se juega en ella Op. cit.

En aquellos momentos, con la llegada de nuevas tecnologías, el poder e influencia de la televisión sobrepasaba los límites nacionales y escapaba en muchos casos a las legislaciones nacionales. Es por ello que poseían cierta autonomía. Como señalaba Toffler (1994), las economías de la tercera ola desarrollaban una vasta multiplicidad de canales: el teléfono inalámbrico, el ordenador personal, el fax, la cámara de vídeo, etc. Las redes digitales permitían el intercambio de datos, material gráfico a través de canales múltiples, repetido y descentralizados, a menudo fuera del alcance fácil de censores estatales o militares. Estos sistemas cruzaban las fronteras y proliferaban a gran velocidad. Estos nuevos medios de comunicación, (Toffler,1994:238), tendían a dispersar el poder.

Relacionado con esta idea de dispersión del poder, Murciano (1992) <sup>40</sup> señalaba que la generalización de la gran empresa industrial, en tanto que forma central de la producción capitalista, acentuaba de manera cualitativa el ritmo de la integración en el sistema mundial. La segunda fuerza (y aquí queremos destacar su relevancia), que cohesionaba el sistema mundial, era la que emanaba del sistema sociocultural. El respaldo político- militar perdía fuerza. El peso político militar había disminuido en favor de las fuerzas económicas mundiales que ya no necesitaban obligatoriamente coordinar sus intereses a través de las instituciones políticas estatales. Las multinacionales son la principal causa de la aparición del espacio económico transnacionalizado. Eran el factor de transformación de los modos de vida y de la cultura tecnológica y empresarial (Murciano,1992)

Nos interesa señalar de manera especial que la televisión se había convertido en una gran empresa cultural, y como tal, formaba parte de ese proceso de transnacionalización que por otro lado estaba transformando además del panorama económico y empresarial, los modos de vida, los valores, etc.

---

<sup>40</sup> Algunos aspectos que destacamos de este estudio de MURCIANO sobre la Estructura de la comunicación internacional eran entre otros: la dinámica de la sociedad mundial, las transformaciones en la sociedad mundial, el proceso de transnacionalización, la transnacionalización y repercusiones nacionales, Los Medios de Comunicación como sector industrial avanzado, las tendencias del complejo industrial de la comunicación, así como la dinámica transnacional de la comunicación de masas y la circulación de programas de televisión.

### 2.5.1- El nacimiento de un nuevo espacio universal integrado

La revolución del mercado en el mundo industrializado se reducía a que se habían de tener en cuenta las implicaciones de la revolución de la tecnología de la comunicación en los mercados de comunicaciones del mundo. Los mercados nacionales de telecomunicaciones que habían sido controlados por suministradores de servicios monopolizados, la mayor parte de los casos agencias gubernamentales de telecomunicaciones, estaban empezando a abrirse para admitir la competencia. Como era de esperar, la revolución de la tecnología se movía mucho más rápidamente que la del mercado.

La mayor parte de los países se encontraban actualizando las políticas reguladoras que se habían establecido cuando las comunicaciones significaban sólo voz. Pero esos tiempos quedaron atrás. La fusión de las comunicaciones y la informática había creado una nueva industria: la industria de la información. Se asistía a las fases iniciales de una revolución de la tecnología multimedia interactiva, que básicamente cambiaría la forma en que las personas se comunicaban. Como la mayoría de las revoluciones, la de las comunicaciones multimedia se había estado construyendo y dando forma durante mucho tiempo. Era, según Allen (1994), el efecto combinado de una serie de revoluciones técnicas y casi todas estaban en desarrollo.

En Europa, las agencias nacionales de telecomunicaciones estaban buscando a socios fuera de sus fronteras de forma impensable hacía diez años. Señalaremos algunos ejemplos: *British Telecom* anunciaba su intención de invertir 4.3 millones de dólares en MCI, uno de los rivales en larga distancia de ATT en EEUU. *France Telecom* y *Deutsche Bundespost Telekom* habían formado una alianza llamada Eunecom. Las agencias de telecomunicaciones de los Países Bajos, Suecia y Suiza se unieron en una empresa conjunta llamada *Unisource* (Allen,1994).

El proceso de globalización de las redes publicitarias era difícil de entender o analizar si no lo vinculamos con la tendencia generalizada de la economía mundial hacia la concentración. En los últimos años, habían tenido lugar las alianzas entre grupos comenzando a formar las primeras empresas multimedia. Eran ejemplos el grupo alemán *Bertelsmann*, el francés *Hachette*, o el australiano Murdoch que se habían instalado en EEUU. Los japoneses como Sony se habían apoderado de una cuarta parte de los estudios de Hollywood<sup>41</sup>. Los estadounidenses *Time* y *Warner* habían formado un sólo

---

<sup>41</sup> Datos del Informe FUNDESCO 1993

ente en marzo de 1989.

Los años 80 del siglo XX marcaron la mutación sorprendente en los medios de comunicación audiovisuales con la puesta en marcha de las nuevas tecnologías de la información que conllevaban el fin de los monopolios estatales en Europa y la aparición de una nueva filosofía mercantilista en el campo de la televisión. Todo ello coincidiendo con la crisis del Estado-Nación.

La historia de la creación de las redes internacionales de publicidad se confundía, (Mattelart, 1993) con el advenimiento de la modernidad mediática. A través de ellas se produjo la primera confrontación entre una cultura pública circunscrita dentro del Estado-Nación y la cultura del mercado con sus parámetros de universalidad mercantil.

Ha habido que esperar a la desregulación del sector audiovisual y a la crisis del Estado-Nación para que se pusiera de manifiesto esta ramificación transfronteriza de la actividad publicitaria. La publicidad se había convertido en la figura central de la empresa. En épocas anteriores, había sido un simple instrumento y había pasado a transformarse en un modo de comunicación, un modo de gestión de las relaciones sociales. Al término de la Segunda Guerra Mundial, las redes publicitarias se implantaban allí donde se instalaban las empresas estadounidenses. Mattelart (1993:58) En concreto en Europa, que se convertía en el punto de mira de los americanos.

Esta primera etapa de internacionalización se extendió entre los años 1950-1960. Estos años estuvieron dominados por el modelo “imperial” de los EEUU país que no ocultaba que esta influencia del modelo de publicidad estadounidense iba más allá de esta actividad. Se podía decir que la publicidad y la mercadotecnia constituían en el exterior la diplomacia oficiosa de la nación. Sobre este aspecto Mattelart (1993) hacía referencia a un editorial publicado en *Advertaising Age*, órgano de los profesionales estadounidenses, en el que se decía, a propósito de la labor que desempeñaba la publicidad fuera de sus fronteras, que equivalía efectivamente a dar cuenta del modo de vida americano y que resultaba más real que la actividad de los embajadores destacados en el extranjero.

Los productos audiovisuales representan el estilo de vida del país de forma más intensa y realista que el Departamento de Estado o las Embajadas. En un marco general más amplio, todos los espacios geográficos de nuestro mundo formaban parte en mayor o menor grado, de un mismo sistema integrado. Dentro de este, diversas y crecientes formas de interconexión se realizaban a través de un sistema global de mercado muy complejo (Mattelart, 1993).

Las empresas multinacionales eran el fenómeno característico que había dado lugar a esta forma de funcionamiento mundial (Murciano,1992). Las multinacionales eran el principal factor de transformación de los modos de vida, de la cultura empresarial, de los sistemas de valores, de los intercambios e influencias culturales, etc. De ahí que el aspecto político-militar hubiera perdido relevancia en favor de las fuerzas económicas mundiales. La estructura oligopólica era una de las características del capitalismo transnacional porque la mayor parte de su actividad de producción, de comercialización, de innovación, etc.... la realizaban en forma creciente un número de grandes empresas multinacionales que tenían una posición dominante en relación con el resto de las empresas industriales.

Por otro lado, el capitalismo transnacional era un sistema tecnoindustrial, porque aplicaba la investigación científica a gran escala, constituyendo este hecho uno de los rasgos de su gran dinamismo (..). Las empresas multinacionales operaban en los diferentes espacios del sistema mundial. Reorganizaban las formas antiguas de producción y consumo locales, al mismo tiempo que creaban otras en el ámbito internacional.

## 2.5.2- Europa, EEUU y Japón: el Triángulo clave en el panorama internacional de las telecomunicaciones

En el campo de las telecomunicaciones no existía uniformidad de sistemas a nivel mundial. Europa tenía el suyo y lo mismo sucedía con Estados Unidos y Japón. En el campo de las telecomunicaciones móviles, Europa contaba con un sistema propio, el GSM, (*Global System for Mobile Communications*). El sistema GSM (Muñoz,1995), se estaba implantando en la antigua URSS.En el caso de la antigua Alemania del Este también, ya que era un sistema que se implantaba más rápido que el tradicional<sup>42</sup>.

La comunicación internacional se movía entre estos tres polos, señalados al principio, que competían por instaurar sus tecnologías que en ocasiones no eran compatibles entre sí. No sólo se trataba de sistemas diferentes, sino que los campos de investigación en este terreno seguían líneas diferentes.

---

<sup>42</sup> Dato aportado por Hackbarth, K.D, Director del Curso: Tendencias en los servicios y redes de comunicaciones. Curso Celebrado de la Universidad de Cantabria del 28 de agosto al 1 de septiembre de 1995.

Los sistemas de comunicación móvil, como había sucedido con otros tantos avances tecnológicos, tenían sus raíces en el sistema de radiomóvil que se enmarcaba en la fase pionera de las comunicaciones móviles 1921-1945, con dominio en usos militares o paramilitares. La fase comercial se iniciaba hacia 1946 y se prolongaba hasta 1986. Una tercera fase fue la aparición del celular, que surgió para solucionar la congestión del espectro. La filosofía del celular consistía en instalar un buen número de transmisores en zonas geográficas diferentes y reducir la potencia de transmisión de cada uno de ellos, de forma que cada uno cubriera una pequeña porción de superficie, típicamente de 2 a 3 km en línea recta.

La tecnología celular se remontaba a los años 80, cuando Estados Unidos comenzaba con los sistemas digitales. En Europa coexistían varios sistemas (seis sistemas diferentes aproximadamente), hasta que la CEPT, (*Conférence Européenne des Postes et Telecommunication*) especificaba un nuevo sistema a 900 MHz. Estamos hablando del ya mencionado sistema europeo de comunicaciones móviles GSM. En 1986, en la incipiente regulación de espectro europeo, se presentaron 9 propuestas en París, y en 1987 se tomaron las decisiones definitivas.

Las características del GSM eran en realidad un encaminamiento uniforme en el marco europeo (Muñoz,1995). Se trataba de que existiera un mismo equipo con independencia de emplazamiento; Es decir, que un abonado podría llamar o ser llamado en donde quiera que estuviera, dentro del área de servicio del sistema GSM. Se podía hablar ya de una integración en el sistema de comunicaciones móviles en Europa.

En esa nueva etapa internacional caracterizada sobre todo por el desarrollo vertiginoso de la tecnología, el concepto de poder en el marco de las Relaciones Internacionales aparecía mucho más difuso que en épocas anteriores. El aspecto tecnológico era uno de los factores clave entre otros para comprender los cambios producidos en la sociedad internacional. Barbé (1993) señalaba que el poder en los años 90 era un poder difuso. Difusión que había sido propiciada por la interdependencia económica, los actores transnacionales, el nacionalismo en los Estados débiles, la extensión de la tecnología y los cambios en el escenario político.

A nivel internacional, como hemos señalado, la televisión tenía un papel muy destacado en el marco de las relaciones internacionales. La televisión era, por otro lado, el medio que más noticias dedicaba al ámbito internacional (Gunter y Winstone,1992).

Barón (1993) situaba los problemas que concernían a la industria de la información en el marco de la redefinición de las relaciones entre EEUU y Europa en un

nuevo marco político y económico; reflexión, que como él mismo apuntaba, era conveniente ampliar a Japón. Todo este proceso de expansión y de interconexión venía dado por un proceso de mundialización de las relaciones económicas que habían sobrepasado las fronteras estatales.

Destacaremos como marco general que todos los espacios del mundo estaban integrados en un sistema global de mercado realmente complejo. Murciano (1992), destacaba que se trataba de una era basada en la información y la comunicación consecuencia de la producción organizada de la nueva tecnología. También señalaba que la Segunda Guerra Mundial constituyó un acontecimiento determinante para el establecimiento de un nuevo centro hegemónico.

En efecto, a partir de 1945 Estados Unidos aparecía como un líder indiscutible en la industria electrónica, aeroespacial, cinematográfica, discográfica, de ordenadores, telecomunicaciones, etc. Se había señalado que la Guerra facilitó la gran concentración en EEUU de un gran número de investigadores que dieron un empuje definitivo al conocimiento científico y técnico gracias a la política de mecenazgo. Murciano (1992), señalaba también que la expansión de la cultura norteamericana en todo el sistema mundial se había visto favorecida por el desarrollo y perfeccionamiento en un primer momento del cine, la televisión y, luego, de la publicidad.

Era destacado el papel de las redes de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En plena entrada hacia las “Autopistas de la información”, los países más industrializados del mundo debatían como prioritarios estos temas quedando excluidos los demás. Así, los siete países más ricos del mundo (el denominado G-7) se reunieron en febrero de 1995 en Bruselas para debatir el gran tema de las nuevas tecnologías en los últimos años del siglo XX y en los que ya planeaban los efectos que, sobre la economía, la cultura y la política iban a tener estas tecnologías que iban a cambiar la sociedad conocida hasta el momento. La cumbre ministerial del G-7 decidió poner en marcha un total de once proyectos piloto relacionados con las autopistas de la información, destinados a mostrar el potencial de la sociedad del futuro

Los proyectos eran tales como la creación de bibliotecas electrónicas a las que se accedería por ordenadores desde cualquier lugar del planeta; interconexiones de los sistemas de protección civil de los diferentes partes del mundo para organizar respuestas comunes a las catástrofes naturales; redes de computadoras interconectadas para ayuda las pequeñas y medianas empresas; oficinas electrónicas de información gubernamental;

comunicaciones marítimas integradas; redes de banda ancha a nivel planetario; inventarios de recursos naturales; aplicaciones de vigilancia de salud a nivel mundial, y educación y formación transculturales a distancia; museos y galerías de arte electrónicas; etc. Como vemos, las posibilidades que se abrían eran inmensas.

Los proyectos de cooperación en el área de la alta tecnología intentaban crear una base tecnológica común entre Estados Unidos, Japón y Europa que supusiera un primer paso importante hacia la interoperatividad global de los sistemas de información y telecomunicaciones. Los cambios en la década de los años 50, junto con el papel que habían desempeñado las compañías multinacionales fueron las que habían desencadenado el profundo cambio sociocultural producido tanto en el centro como en la periferia del sistema mundial (Murciano,1992).

Había que redefinir las relaciones entre EEUU y Europa porque la Comunidad Europea nacía y se desarrollaba en un primer momento en el mundo del equilibrio bipolar de las dos grandes superpotencias, tutelada y protegida por los EEUU. Pero a partir de 1989, este modelo cambiaría (Barón Crespo,1993). Las relaciones entre EEUU y Europa se inscribían desde el final de la Segunda Guerra Mundial en el marco de la Guerra Fría hasta 1989 como hemos indicado. Son unas relaciones en las que EEUU actuaba de forma decisiva para, por ejemplo, impulsar la creación de foros económicos multilaterales (OECE, luego OCDE; FMI y Banco Mundial, el Acuerdo de Bretton Woods y creación del GATT), así como ayudar al surgimiento de la Europa Unida (Plan Marshall, Acuerdos de París y Bruselas). También se trataba de asegurar su defensa frente al expansionismo soviético (Alianza Atlántica y OTAN), contando con una presencia importante en el continente<sup>cxii</sup>. El posterior Tratado de la Unión Europea supuso al mismo tiempo una respuesta a la dinámica interna europea y a su vez a la situación internacional. De la misma manera, Euronews surgía como una respuesta europea a las cadenas de información internacional y era al mismo tiempo una cadena que ofrecía información a los europeos a nivel interno. Cumplía por tanto dos funciones: la de instrumento de cohesión interna dentro de la UE; y la de cubrir la demanda de información externa.

En cuanto a la declaración Transatlántica, fue un primer paso respecto a las nuevas relaciones entre Europa y EEUU.

En el plano político general, se trataba de las relaciones con la ONU y su papel creciente sobre el futuro del esfuerzo militar en el marco europeo y el reparto de cargas hacía referencia a la composición del Consejo de Seguridad, la política a seguir con la ex-Yugoslavia o en Somalia (Barón Crespo,1993)

En el terreno económico y comercial, los contenciosos habían sido la conclusión de las negociaciones sobre la Ronda Uruguay y el compromiso para crear crecimiento y empleo. Podemos decir que las relaciones de EEUU y la UE estaban en una fase de transición, y, del mismo modo, la de ambos con Japón. Esto era consecuencia directa del cambio producido en el mundo desde finales de los años 80 que había supuesto una transformación respecto al marco definido al término de la Segunda Guerra Mundial. A principios de los años 90 del siglo XX, la Comunidad Europea (ampliada al Espacio Económico Europeo) era la primera potencia comercial. Representaba el 46% de los intercambios internacionales, 2/3 entre sus países, frente al 16% de los EEUU, y el 9,2% de Japón.

La relación EEUU-UE era la más importante del mundo y representaba 1/3 del comercio mundial, siendo ambos los principales socios respectivos (Barón Crespo,1993)

Respecto a la realidad de los mercados de telecomunicaciones, hay que señalar que se trataba de mercados muy diferentes. En el caso norteamericano, el mercado era único desde los comienzos de la telefonía. Estaba controlado por operadores privados y sometido a regulación y organización por una agencia: la FCC (*Federal Communication Comission*). En el caso europeo, nos encontramos con mercados nacionales que habían funcionado desde el principio con régimen de monopolio. El objetivo que se perseguía era conseguir la liberalización del mercado cuya fecha se situó en 1998. Después de la época de la Guerra Fría caracterizada por un sistema bipolar, había comenzado otra época caracterizada por el predominio de las industrias de la información, las telecomunicaciones y la alta tecnología. En este marco era donde se inscribían las relaciones de estos tres elementos clave: el Imperio del Sol, Europa y EEUU.

Se puede apuntar que los EEUU eran como señalaba Barbé (1994), junto con la Unión Soviética una superpotencia político- militar-nuclear, y junto a Japón y a la entonces Comunidad Europea, una gran potencia económica.

A partir de 1989, se produjeron grandes cambios en el sistema de poder. Barbé, (1994) utilizaba las palabras de Watson (1992:303) para comentar el cambio de Rusia en relación con otros países a nivel internacional. Rusia estaba mejorando sus relaciones con otras grandes potencias: Europa Occidental bajo el liderazgo alemán, Japón y China.

Se podía hablar de un cambio notable. Se había pasado del mundo feliz de 1989, en el que las referencias a la Democracia y al libre mercado parecían borrar de un plumazo cuarenta años de división bipolar, a un mundo en el que, en el nombre del nacionalismo, de la homogeneidad étnica o de la crisis económica se estaba destruyendo

una convivencia cotidiana entre individuos diferentes que, durante la Guerra Fría, bien bajo un régimen comunista o bien democrático, se habían respetado unos a otros.

Al mismo tiempo se producía, en el campo de la televisión y con la llegada de las nuevas tecnologías, la multiplicación de canales y la especialización de los mismos y, como consecuencia la fragmentación de las audiencias. Todo ello, unido a la crisis del Estado-Nación y a la necesidad de redefinir términos como el de poder o soberanía<sup>43</sup>.

El capitalismo industrial, (Murciano,1992), tecnoindustrial o capitalismo tardío en su manifestación contemporánea dominante, había adquirido la forma de un sistema global, con un centro multipolar y una periferia asociada.

Japón estaba viviendo profundos cambios políticos y económicos. Por primera vez desde 1945, se había producido un cambio en la mayoría del gobierno nipón. Como líder regional se estaba preocupando de la naturaleza de sus relaciones con sus vecinos y sobre la continuidad de su modelo económico. El país oriental estaba preparando un programa de relanzamiento económico sustancial.

En el marco de tensión general debido a la crisis económica y por el crecimiento del desempleo, las proclamaciones sobre el libre comercio como señalaba Barón, (1993) no gozaban de buena prensa y por ello a menudo aparecían declaraciones y actuaciones contradictorias. Nos encontrábamos, decía, ante un asunto transnacional que afectaba a Europa y, de la misma manera, a España, y el tema de las telecomunicaciones a través de los años había sido mal conocido por los españoles (Murciano,1992). La UE arriesgaba mucho en la apuesta de la liberalización de las telecomunicaciones que se convertiría con toda probabilidad en uno de los motores del desarrollo europeo. Se decía que a escala global no habíamos conocido sectores con tal ritmo de crecimiento<sup>44</sup>.

La comunicación era sin duda un sector que crecía y movía enormes intereses. Las medidas liberalizadoras en EEUU y Europa habían desencadenado una batalla mundial por el control de las redes y de los satélites. Se trataba también de una gran transformación tecnológica que conllevaba un cambio jurídico de igual importancia: una

---

<sup>43</sup> Para analizar la situación en la que se encontraba Europa después del fin de la Guerra Fría es de interés ver Barbé Izuel (1994). La autora dedica un apartado al análisis de la Nueva Europa como modelo teórico. Destacaba tres puntos de vista sobre la situación de Europa al fin de la etapa bipolar. Estos eran: El optimismo liberal, el pesimismo hobbesiano y el institucionalismo neoliberal.

<sup>44</sup> En: Política Exterior (1994): Telecomunicaciones: desarrollo acelerado y libre, pg.95, Vol, VIII,Nº 41, octubre-noviembre

nueva regulación de servicios y la progresiva desaparición de los monopolios estatales. El resultado fue una enorme expansión de las posibilidades de comunicación en las sociedades desarrolladas en un proceso de crecimiento irreversible hacia la sociedad de la información. Europa se había fijado en las formas de actuar de sus dos competidores EEUU y Japón donde la investigación precompetitiva era el mejor instrumento de política industrial (Delors,1993).

Esta revolución se caracterizaba por la globalización de los mercados en un clima de creciente competencia internacional. En Europa, las telecomunicaciones suponían en 1993 un 4% del PIB en la media comunitaria que, al ritmo de crecimiento de entonces, podría situarse entre el 6 y 7% en el año 2000 y siguientes.

La revolución tecnológica que empezó en los años 80 con la digitalización impulsó la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la microelectrónica. Los cables de fibra óptica y los satélites artificiales -esencial para las redes de banda ancha- habían hecho posible un aumento en la capacidad de los circuitos (Delors,1993). La digitalización se había extendido a todos los sectores y servicios de telecomunicaciones, y las distintas redes especializadas (cables coaxiales y de fibra óptica, satélites, pares de cobre, enlaces terrestres radioeléctricos) se habían sumado al proceso.

La UE había entrado de lleno en esta revolución tecnológica decidida a mantener una posición competitiva ante EEUU y Japón <sup>45</sup>. Prueba de ello era el sistema GSM de telefonía móvil de diseño y concepción europeo, que se había convertido en un modelo mundial. Por el contrario, la decisión de la UE de optar por la vía analógica para la televisión del futuro terminó en un fracaso.

El cambio posterior fue en favor de la televisión digital (proyecto DVB, *Digital Video Broadcasting*) para diferentes modalidades de televisión terrestre por cable o por satélite. Al hacer un resumen (Suard,1994), parece justo decir que los proveedores multinacionales europeos de equipos de telecomunicación tenían un futuro brillante. La forma que tomarían estas empresas y las zonas en las que se concentrarían sus esfuerzos estaban siendo dictadas, en cierta medida, por los propios legisladores europeos. También era posible que se produjeran algunas fusiones y alianzas, tal vez con empresas

---

<sup>45</sup> Para observar la actividad comercial de Japón ver: Mucchielli, Jean-Luis: Firmes Multinationales. Délocalisations Industrielles et Commerce Mondial. Enjeux et débats de l'après GATT (1994), En: Revue des Affaires Europeennes N° 1.

norteamericanas y japonesas.

Se preveía que hubiera más inversiones cruzadas entre los operadores de redes y los proveedores, aunque sólo fuera para hacer más igual la competición entre proveedores europeos, japoneses y norteamericanos. Sin embargo, al menos tres de los proveedores europeos de sistemas de telecomunicación eran empresas mundiales, y se podía predecir razonablemente que esa era la vía que seguirían en el futuro. Era seguro que no podrían depender de un mercado exclusivamente interno. No sólo se enfrentarían a una competencia cada vez mayor de Asia y EEUU, sino que el mercado interno no sería capaz de proporcionar el crecimiento que esas empresas necesitaban para financiar sus inversiones en investigación y desarrollo. Para lograr esta financiación, las empresas europeas aumentarían su presencia en Asia, Latinoamérica y Europa Central y del Este.

Además, era probable que los proveedores europeos se convirtieran en competidores serios para proveedores norteamericanos de equipos en su propio terreno. En resumen, y como señalaba Suard (1994)<sup>46</sup>, los vertiginosos cambios en Europa y otros países consolidarían a los proveedores europeos de equipos de telecomunicación y les darían la oportunidad de desempeñar un papel cada vez más activo en el futuro desarrollo de la red mundial de telecomunicaciones, si bien desde el punto de vista económico, y sobre todo tecnológico y de información, seguía existiendo una división tripartita de la economía mundial.

Bermejo y Plaza (1994) señalaban que otros elementos pasarían a tomar un papel activo en los siguientes años. Señalaban que la situación podría verse alterada en un futuro no muy lejano, permitiendo que terceros países participaran de forma activa en el escenario internacional, como podía ser el caso de China, los países emergentes del Sudeste asiático o varios estados de Latinoamérica, junto con un mayor protagonismo de los países del Tercer Mundo en los foros internacionales, como era el caso de la India.

En definitiva; ante las estrategias desarrolladas por EEUU y Japón, en gran parte basadas en el desarrollo de infraestructuras de la Información (autopistas digitales) y las nuevas tecnologías de la Información y comunicación, la Unión Europea debía intensificar su acción con vistas a la rápida creación de un auténtico espacio común de

---

<sup>46</sup> Suard era en ese momento presidente ejecutivo de Alcatel Alsthom, una de las empresas de telecomunicación más importante de Europa y que entró a formar parte del proyecto Euronews como socio privado en la fase del canal internacional de información de abrir su estructura financiera a socios privados en octubre de 1994.

información<sup>47</sup>.

Estos eran los tres objetivos básicos que señalaba el Libro Verde de 1994:

- 1- Orientar desde el principio su actuación adoptando una perspectiva mundial, a través de alianzas internacionales.
- 2- Tener en cuenta las especificidades europeas (multilingüismo, diversidad cultural...).
- 3- Crear las condiciones para que en un sistema internacional abierto y competitivo, Europa conservara un grado suficiente de dominio de las tecnologías básicas y una industria eficaz y competitiva.

Es significativa en este aspecto la Conferencia celebrada en Bruselas los días 25 y 26 de febrero de 1995, basada en el desarrollo de la Sociedad de la Información y a la que asistió Al Gore, entonces vicepresidente de los Estados Unidos. La Conferencia fue confiada a la Comisión Europea por los jefes de Estado y de Gobierno del G 7 durante la conferencia de Nápoles en julio de 1994.

Los trabajos de la misma se dividieron en tres sesiones específicas: el marco reglamentario y la política de competencia; el desarrollo y el acceso a las infraestructuras; y el aspecto social y cultural. Alrededor de la Conferencia, una cuarentena de empresas europeas, americanas y japonesas se reunieron en mesa redonda para conversar sobre la Sociedad de la Información y se contempló una exposición sobre las posibilidades técnicas actuales y las ventajas de esta Sociedad de la Información.

El entonces comisario de industria de la UE, Martin Bangemann comentó que la conferencia constituiría una oportunidad excelente para lanzar una reflexión conjunta de cara a llegar a reglas comunes para la Sociedad de la Información a través de la colaboración entre los actores económicos, el mundo académico, las autoridades públicas y las organizaciones internacionales. Para Bangemann, el objetivo era evitar riesgos potenciales y asegurar un desarrollo rápido, efectivo y armonioso de la sociedad de la información global con el fin esencial de permitir a los ciudadanos acceder a él. El comisario aseguró que la conferencia debía servir para establecer las reglas internacionales sobre la protección de la propiedad intelectual y sobre la protección de datos<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Fuente: Comisión Europea (1994) *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual Europea, Libro Verde, abril, 1994*, pg.18.

<sup>48</sup> Según datos obtenidos en Revista Interbask (1994), N° 116, 2 de diciembre pg.17.

La Unión Europea había llevado a cabo una serie de acciones en materia de proyectos de telecomunicaciones en los países ACP (principalmente en África), en la cuenca del Mediterráneo, en la Europa oriental (en los países Bálticos en especial), y en América Latina. La cuenca mediterránea era una región de importancia estratégica y económica para Europa. En la cumbre de Essen en diciembre de 1994, la UE reconoció como una de las prioridades la paz, la prosperidad y la estabilidad en el Mediterráneo.

La Sociedad de la Información sería un elemento clave en esta política. Las tecnologías de la información y la comunicación desempeñarían un papel clave no sólo en el transporte, turismo y servicios financieros, sino que tendrían también un papel social y cultural que representaría avances sobre todo en la sanidad y en la educación. La ayuda de la UE avanzaba en paralelo con los intereses comunes para ambas partes.

Otro elemento clave de cooperación euromediterránea a través de proyectos conjuntos de investigación, fue la promoción de los estándares europeos. Este punto constituía un aspecto esencial para lograr una mayor interoperatividad y permitir a los fabricantes europeos fortalecer sus enlaces en la región. Se trataba de una zona con un alto potencial de crecimiento. Por otro lado, el progreso en los países mediterráneos había sido limitado. Solo Israel, Chipre y Malta habían logrado un nivel comparable al de los países de la UE. En cuanto a los países del Magreb (Marruecos, Argelia, Túnez y Libia) y del Mashrak (Egipto, Jordania, Líbano y Siria) estaban muy por detrás, aunque se estaban empezando a dar cuenta de la importancia y necesidad de disponer de la adecuada infraestructura en materia de tecnologías de la información y comunicación para su desarrollo económico.

Por otro lado, los países bálticos (Estonia, Letonia y Lituania), habían sido históricamente un muro de contención entre Alemania, Suecia, Polonia y Rusia. Durante los primeros siglos después de Cristo se convirtió en una zona estratégica para los vikingos ya que era un enlace para las rutas de comercio hacia Bizancio. Alemania se hizo con el control de esta región durante el siglo XIII, desafiado por el reino de Lituania-Polonia y, más tarde, por Suecia. Pedro el Grande marcó la dominación rusa en el siglo XVIII. La independencia de los estados Bálticos se produjo en 1918, cuando la revolución puso fin a la época de los zares. En 1940 desaparecía la independencia bajo el poder soviético.

Los tres estados bálticos trabajaban en equipo impulsados por la necesidad. Sus relaciones con Rusia eran difíciles y la mayor parte del esfuerzo de sus políticos locales se dedicaban a las relaciones con Europa occidental, América y otros estados sobre todo

de Asia. Las redes de telecomunicaciones aquí tenían una historia común con la infraestructura global soviética que se puso en marcha a partir de los conocimientos empresariales y técnicos bálticos.

En el antiguo bloque oriental, tanto la infraestructura de telecomunicaciones como los medios de comunicación estaban bajo un control estricto del Estado. La infraestructura estaba además limitada a las administraciones y a las empresas estatales. Las telecomunicaciones en las zonas periféricas eran escasas. La información en toda su expresión era un sector controlado en su totalidad por el Estado.

Desaparecida la Unión Soviética, los estados de Europa oriental se encontraban ante el reto de la economía global.

En mayo de 1994, la Comisión Europea junto con los socios bálticos, inició una actuación piloto para potenciar los servicios de información y para comenzar a abrir estos a los usuarios de Europa occidental. Esta actuación fue conocida como “Prototipo de infraestructura báltica de la información” (1995). El objetivo era rellenar las lagunas que existían en la red con el objeto de mejorarlos y abrirlos al oeste. La colaboración entre los estados bálticos suponía, por supuesto, un valor suplementario.

En cuanto a América Latina, una zona cuyos países más avanzados tenían unas de las economías de más rápido crecimiento del mundo, la UE quería mantener unas relaciones basándose en los vínculos históricos, culturales y económicos. Según datos de la Comisión Europea en 1995, la UE era el principal inversor extranjero en estos países y la ayuda suponía el 42% del total para el desarrollo público que recibían<sup>49</sup>.

El sector de las telecomunicaciones era un motor importante de crecimiento económico en América Latina y ofrecía a los fabricantes europeos interesantes oportunidades. Debido a la competencia en esta región de los EEUU y Japón, la tecnología europea había de implantarse con decisión en estos mercados emergentes. Lo más interesante de esta actuación era el llevar a cabo una promoción del modelo europeo. El proceso de liberalización de las telecomunicaciones estaba muy avanzado en Brasil y México por ejemplo y la experiencia europea podía aparecer como un modelo atractivo para que los reguladores de América Latina dispusieran de una alternativa distinta al sistema de los EEUU. Los vínculos eran ya importantes debido a la participación de empresas europeas en los sectores industriales y de servicios en

---

<sup>49</sup> Todos los datos anteriores han sido aportados por la revista que edita la DG III y la DG XIII de la Comisión Europea I&T Magazine, octubre 1995, N° 18, pg.18.

varios países de América Latina. La UE había establecido un diálogo con estos países para asociarlos a las políticas diseñadas para establecer la Sociedad de la Información.

En este sentido, el comisario Martin Bangemann visitó México, Chile, Argentina y Brasil en julio de 1994. Como consecuencia de la visita, se celebró en la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) un seminario sobre la Sociedad de la Información en marzo de 1995.

Las conclusiones de este seminario mostraron un gran interés por la cooperación con la UE en campos específicos; entre otros, la creación de una red regional que enlazara las universidades de diversos países de América Latina. Al mismo tiempo, se pretendía reforzar la cooperación técnica e industrial y promover la integración regional<sup>50</sup>.

## 2.6- Resumen

Los productos audiovisuales son por sus propias características diferentes de los demás productos culturales. Hemos observado las diferencias en la estrategia audiovisual entre Estados Unidos y Europa para así entender el papel de Euronews en este marco.

Nuestro objetivo en este capítulo ha sido resaltar precisamente el papel que tenía la información audiovisual para la proyección internacional de un ente. Un hecho que constatamos era que el sector audiovisual y las telecomunicaciones que antes eran políticas y esferas separadas, tendían a la convergencia a nivel mundial. El triángulo de poder entonces estaba diseñado por Japón, Estados Unidos y Europa.

En el ámbito comunicativo audiovisual internacional la Unión Europea, por tanto, tenía un reto importante informativo ante la hegemonía estadounidense.

---

<sup>50</sup> Bangemann en Seminario Universidad de Córdoba, Argentina, 1995.



## CAPITULO 3

### 3 EURONEWS COMO EXPRESIÓN DE LA IDENTIDAD AUDIOVISUAL EUROPEA. ANTECEDENTES, GÉNESIS Y DESARROLLO (1986-1993)

“La CNN es una cadena privada que representa los intereses de EEUU en el mundo. EURONEWS será un canal de información solo con imágenes y que tendrá en cuenta las diferencias culturales y lingüísticas de los europeos”.

Gerard Decqu



### 3.1- Introducción

Euronews comenzó sus emisiones el 1 de enero de 1993. En este capítulo, nos adentraremos en el análisis del momento en el que surge. Realizaremos un estudio de sus antecedentes, de su génesis y del contexto de su nacimiento.

Establecidas las implicaciones de las nuevas tecnologías y el papel de lo audiovisual en el proyecto político europeo, descubriremos no sólo el sentido y el valor de Euronews en el contexto de integración europea, sino también un aspecto de especial relevancia: su papel como expresión de la identidad europea.

Entendemos como identidad no sólo un sentimiento de pertenencia a un proyecto común, a una conciencia común de todos los europeos, sino también más concretamente haremos alusión a una identidad audiovisual europea caracterizada por la pluralidad y la riqueza expresiva aportada por cada uno de sus miembros.

No obstante, es interesante para el lector acudir sobre el concepto de identidad nacional y cultural a algunos autores que han desarrollado la idea de espacio audiovisual como metáfora política como Schlesinger (1990); interesante también la relación entre lenguaje, medios e identidad nacional que se analiza en Avila(1998) o Arias Sandoval (2009), sobre la identidad nacional en tiempos de globalización.

El espíritu con el que nació el canal muestra una función cualitativamente diferente respecto de las televisiones nacionales. Los lemas en varios idiomas que habían acompañado (y acompañan) a esta cadena de televisión dan muestra de la idea que señalamos: “Euronews, la voz de Europa en el mundo”, “Una cadena hecha por europeos y para europeos”, “Bajo un ángulo único, pero en seis idiomas diferentes”.

Euronews aportaba, por tanto, un punto de vista independiente y diferente de los que existían hasta entonces; es decir, no atendía a los intereses de un país determinado, a diferencia de las televisiones nacionales de los países miembros. Representaba una verdadera alternativa a las televisiones existentes.

La aparición de una nueva Europa hacía necesario la existencia de un servicio de información con las características de Euronews y aunque se trataba de un primer modelo, representaba un espacio incipiente de información que el proceso de integración europea demandaba. El propio desarrollo de construcción europea estaba generando un nuevo tipo de espectador que necesitaba estar mejor informado de lo que acontecía en ese espacio nuevo en continuo avance y que estaba transformándose con nuevas adhesiones de países, procesos políticos distintos en los estados miembros de la Unión Europea, cambios institucionales y de las relaciones con otros actores internacionales,

etc. Euronews respondía, por tanto, a esta demanda desde una perspectiva más amplia que la de los Estados.

Las informaciones de todo el mundo eran analizadas en función de lo que suponía para los habitantes de Europa y para los europeos que vivían fuera de Europa y también para los que no siendo europeos solicitaban una información alternativa.

### 3.2- Euronews como expresión del despertar de una conciencia audiovisual común europea

El despertar audiovisual en Europa se sitúa en la década de 1980, tal y como se señalaba en el Libro Blanco “Crecimiento, competitividad y empleo” de 1993 presentado por la Comisión Europea en el que también se hacía referencia a la progresiva sacudida de las nuevas tecnologías que haría que lo audiovisual en el ámbito internacional fuera despertando interés. Aunque era objeto de preocupación, observamos que en el marco comunitario no se habían realizado grandes proyectos y el sector audiovisual formaba parte de un aspecto subsidiario dentro de las políticas de la por aquel entonces Comunidad Europea.

En 1981, como hemos visto, surgía en EEUU la *Cable News Network* (CNN) de la mano de Ted Turner, en un momento en el que el cable estaba en pleno apogeo al otro lado del Atlántico. En el ámbito político, la situación internacional venía dada por una serie de sucesos entre los que destacamos los siguientes: el ultraliberalismo de Margaret Thatcher, llevado a sus últimas consecuencias por Ronald Reagan, produjo el espejismo de un crecimiento económico desaforado y la carrera de armamentos desembocaría en lo que se denominó “la guerra de las galaxias”. La Unión Soviética de entonces, en cambio, estaba sumida en una situación paupérrima. Occidente, al contrario, estaba en pleno auge. En la década de los años 80 se produce en Europa una ampliación de la Comunidad Europea: Grecia, en 1985, y España y Portugal en 1986. El socialista francés Jacques Delors se convertía en 1985 en presidente de la Comisión y ello incidiría en cierta visión de los diversos aspectos de la política comunitaria.

Para Delors la política audiovisual siempre constituyó un tema de especial interés (González Martín, 1995), animado por los miembros más conspicuos de la internacional socialista: Willi Brandt, Felipe González, Francois Mitterand y Bettino Craxi.

Según se establecía en los documentos internos de la cadena, el Grupo de Acción

Euronews creado en 1989 para estudiar la viabilidad de la cadena, coincidía en atribuir a Jacques Delors el primer aliento político para abordar la creación de la primera televisión paneuropea dado que el contexto político europeo favorecía que la construcción europea se dotase de un instrumento audiovisual.

### 3.2.1- El contexto político internacional como factor decisivo para entender la aparición de Euronews y el papel del audiovisual en Europa

El contexto político internacional de las dos últimas décadas del siglo XX fue un factor decisivo para entender la aparición de Euronews y de otros acontecimientos relacionados con el medio audiovisual. Desde mediados de los años 80 hasta aproximadamente el 1 de enero de 1993 cuando comienzan las emisiones de Euronews, se produjeron grandes cambios en el contexto internacional. El sistema hasta entonces se había mantenido dentro de un marco de cierta "estabilidad" durante la Guerra Fría y se iniciaba la década de los años 90 con novedades tanto en el ámbito político como tecnológico y social en Europa, (Aldecoa,1994).

En los años 90, el marco, por tanto, era muy diferente al de la década anterior. El sistema de bloques enfrentados había desaparecido. Había caído el muro de Berlín, se había desintegrado la Unión Soviética, los países de Europa Central y Oriental se desarrollaban en libertad y democracia, y se había producido un conjunto de transformaciones que estaban cambiando la sociedad internacional contemporánea. Sin embargo, ante las expectativas de paz que parecían abrirse, nos encontrábamos ante una guerra y como señalaba Aldecoa (1994), después de cuarenta años los fenómenos de racismo, xenofobia y nacionalismo exacerbado habían florecido poniendo en peligro la estabilidad del continente. Y era precisamente a comienzos de la década de los años noventa cuando aparecían en la prensa las primeras referencias en torno a la aparición de Euronews <sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> En la prensa española podemos citar por ejemplo: *El Sol*. 22/5/90."Euronews saldrá al aire la próxima primavera". En este artículo se señalaba la Unión Europea de Radiodifusión estaba preparando un canal de televisión solo de noticias y que empezaría a emitirse en primavera y se emitiría en cinco idiomas. En *La Gazeta de los Negocios*. 15/4/91, diario económico, se anunciaba que "la UER presentará el próximo 18 de abril el proyecto Euronews, primera cadena europea de difusión por satélite que difundirá a partir de 1992 noticias en español, inglés, francés alemán e italiano". En *El Mundo*. 15/4/1991 el titular de la noticia señalaba lo siguiente: "La UER presenta esta semana en Estrasburgo el proyecto Euronews". Se destacaba que podría ser captada por 23 millones de hogares. *La Gazeta de los Negocios* el 1/12/1992 daba este

A la situación peculiar de esos años, había que añadir el elevado número de parados producto de las crisis de determinados sectores industriales que habían dejado de ser competitivos. Todo ello se relacionaba con una creciente inestabilidad política en los países miembros de la Unión, en la mayor parte de los cuales se habían dado cambios de gobierno, elecciones anticipadas, e incluso en algunos de ellos la propia estructura constitucional del Estado se encontraba afectada.

Las raíces de la falta de estabilidad en Europa no constituían en sí mismas un problema comunitario. Sin embargo, esta inestabilidad se debía en gran parte a la falta de capacidad de los gobiernos nacionales para afrontar los problemas que les desbordaban y que no se resolvían con soluciones nacionales, (Aldecoa,1994). El aspecto audiovisual y lo que se derivaba de ello, es decir la industria de programas y las infraestructuras tecnológicas, constituían uno de los retos de la Unión en el nuevo panorama tecnológico mundial. La carencia más notable de la Comunidad Europea había sido su incapacidad para tomar decisiones e implantar políticas capaces de hacer frente a los problemas tanto externos como internos y a sus responsabilidades en el mundo como señalaba Aldecoa (1994).

El escenario geopolítico mundial que se instauró en 1945 era un orden internacional simple, de muy fácil comprensión, donde los criterios de ese orden venían regidos por el poder económico. De ahí la supremacía de EEUU, la entonces CEE (Luego UE) y Japón y la bipolaridad ocasionada por la Guerra Fría. Se señalaba que antes de la caída del muro de Berlín, todos los países excepto algunos del grupo de los no alineados, se posicionaban por EEUU o por la Unión Soviética.

Los Estados más desarrollados de Occidente se presentaban como los defensores de los ideales democráticos y de la economía de mercado, mientras que algunos de sus países amigos del Tercer Mundo continuaban bajo regímenes dictatoriales.

---

titular: "La cadena Euronews empezará a emitir en el mes de enero". Ante las sucesivas fechas supuestas para su definitiva emisión desde 1990, aquí se hacía referencia a los siguientes datos: "la futura cadena europea de noticias por televisión, Euronews, iniciará la difusión de sus programas, tal como se prevé, a partir del próximo 1 de enero de 1993, con una programación de 20 horas diarias, según han anunciado en la sede de la futura cadena en Ginebra. Las principales infraestructuras de la nueva cadena, que tendrá su sede en Lyon, Francia, están ya construidas y montadas. Cerca de cuarenta periodistas, de una plantilla prevista de sesenta, han sido ya reclutados. Estos trabajarán en las cinco lenguas de difusión de la cadena, alemán, inglés, francés, italiano y español. Euronews, que se definirá en un aproximada campaña como la voz de Europa, comenzará a difundir programas de prueba a partir de diciembre".

Los países afines al régimen soviético formaban Estados totalitarios donde la economía planificada y la justicia distributiva se erigían en los principios rectores de un sistema de gobierno que normativizaba todos los ámbitos de la persona humana. Bermejo Plaza (1994:85) señala: “Bajo este sencillo esquema se movía toda la política mundial, e incluso detrás de todo el conflicto árabe-israelí se vislumbraba el enfrentamiento entre los dos bloques: los árabes afines a Moscú e Israel aliado de Washington”.

Esta situación también se reflejaba en la mayoría de los organismos internacionales, que por otro lado carecían de eficacia y efectividad. Esto según Bermejo y Plaza (1994), facilitaba el que cualquier país que participara en estos organismos se posicionara del lado de EEUU o de la URSS.

De todo ello se deduce que a partir de 1945 habían liderado el mundo, sobre todo desde el punto de vista económico, los EEUU, Europa Occidental y Japón. Sin embargo, desde la perspectiva militar, el poder de EEUU y la Unión Soviética había sido evidente. El esquema era realmente sencillo, si lo comparamos con la realidad de la sociedad internacional del siglo XXI.

El grado de complejidad de las relaciones internacionales se había incrementado notablemente. Existían un número casi cuatro veces mayor de Estados que en 1945 y había aumentado considerablemente la importancia de entes no estatales. Como consecuencia, los grandes Estados iban perdiendo capacidad para conseguir sus objetivos, a causa de que la sociedad internacional se había vuelto mucho más compleja.

Se había producido también un cambio en la importancia de los instrumentos de poder, entendiendo como control de las instituciones internacionales las comunicaciones, capacidad organizativa y gestión política, poder económico, fuerza militar, afinidad étnica y religiosa..., siendo ahora el equilibrio de poder menos determinante que durante la Guerra Fría como señalaban Bermejo y Plaza (1994). Así pues, en ese nuevo contexto internacional, queremos subrayar la importancia de los medios audiovisuales en torno a la configuración de una conciencia común entre todos los europeos y, por otro lado, en cuanto a la imagen que de Europa a través de los programas de televisión se proyectaba en el exterior.

El Medio Audiovisual proporcionaba por sus propias características una estrategia poderosa y eficaz que utilizada de forma adecuada permitiría a la UE formar en los ciudadanos la imagen de la Unión como tal, fomentar el compromiso, y fortalecer el sentimiento de que cada uno de los países miembros formaba parte de un proyecto común en el plano interno. En el exterior, era necesario exportar una imagen de lo europeo, como

era la pluralidad. La diversidad era y sigue siendo lo característico de la UE, pero lo importante era el elemento aglutinador en torno a un proyecto político común, tarea que no estaba exenta de problemas, pero que, sin embargo, no tenía retroceso debido a la propia dinámica internacional.

Lo que comenzó por ser una Comunidad Económica se dirigía a la complicada tarea de convertirse en algo más y el medio televisivo colaboraba de especial manera en este proceso. Euronews constituía la llave de esa puerta que hasta ahora cerrada se empezaba a abrir hacia la búsqueda de una conciencia europea y de un proyecto político novedoso hasta el momento en el mundo.

Teniendo en cuenta a la televisión como industria cultural, en los años 70 y 80, tanto en las tesis doctrinales como en el comportamiento de los agentes sociales, la forma de aproximación a los problemas de la cultura se realizaba desde un novedoso paradigma: la democracia cultural. Un concepto superador del de democratización de la cultura. El impacto del cambio de valores que supusieron los acontecimientos de Mayo del 68, la emergencia de una sociedad civil activa, la crisis económica de los 70 y el balance de las limitaciones paternalistas del modelo anterior de democratización de la cultura habían conllevado un cambio de modelo. Como señalaba Zallo (1994), la noción de democratización de la cultura conllevaba el aprovechar la posibilidad ofrecida por los medios de comunicación de acercar el disfrute de las obras de arte, la cultura de elite, a la mayoría de la población.

A finales de los 80, la cultura se concebiría como un derecho cívico y social básico de cada ciudadano concreto. Se comenzaba a utilizar un concepto multipolar de la cultura (derecho social, identidad cultural, recurso económico, regeneración urbana, imagen) para hacer frente a los retos de la modernidad. Se comenzaba a considerar el sector cultural como un sector estratégico. También se empezaba a valorar a las culturas minorizadas y se buscaba una fluidez comunicativa entre culturas con un respeto y promoción del interculturalismo, el multiculturalismo y la aceptación del pluralismo social como expresión de la diversidad social y como riqueza colectiva.

Se abordaba, por otro lado, el debate sobre límites a los procesos de concentración de capital en la cultura y la comunicación.

Varios autores han tratado este aspecto como por ejemplo Sánchez Tabernero (2002)<sup>2</sup> y Sotelo González (2008)

---

<sup>2</sup> En el artículo: Concentración de empresas de comunicación en Europa: nuevos datos contradicen los

Y dentro de la propia UE ver por ejemplo: “Concentración y pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea”<sup>3</sup>

Respecto a los acuerdos del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y comercio, GATT, algunos autores señalaban que si no se hubiera aparcado temporalmente la cuestión del audiovisual del Acuerdo hubiera sucedido dos cosas: En primer lugar, la inviabilidad de una política audiovisual y de redes europeas. La desregulación internacional ilimitada de las redes de comunicaciones y cable hubiera hecho, por otro lado, inaplicables las legislaciones nacionales y las eventuales que pudiera poner en marcha la CE como tal en favor del pluralismo. El marco nacional quedaba estrecho para poder negociar con las poderosas cadenas, pero no el marco comunitario. Zallo (1994) señalaba que la libre circulación estaba muy bien si es que iba a hacer a los ciudadanos más libres y con más opciones, pero debía ser regulada si se entregaba en manos de cada vez menos cadenas. En segundo lugar, el libre comercio hubiera atentado contra el mercado libre, aunque pueda parecer paradójico como señalaba el mismo autor. Hubiera formalizado con un gran cinismo una estructura productiva y de distribución notablemente desigual entre EEUU y Europa y “no digamos respecto a la generalidad de los países, cuando hay restricciones de hecho para el audiovisual europeo en EEUU y la Unión Independiente de Productores UIP (un monopolio de relaciones exteriores de las Major) practicaba internacionalmente el dumping” señalaba Zallo (1994).

Por otro lado, la crisis de identidad, legitimidad y financiera de las televisiones públicas europeas no estaba resuelta. La instrumentalización política, la emergencia de las televisiones privadas, el desarrollo de nuevos sistemas de comunicación suponía retos que se debían de haber afrontado desde una redefinición social del servicio público, incluido el sistema de financiación.

En casi toda Europa, los problemas de financiación y la crisis del servicio público habían estado estrechamente relacionados. El deterioro del servicio público y la pérdida relativa de aceptación social se fundamentaban en la crisis de un modelo de programación y de producción, inadecuados tanto para su función social como para las demandas de una audiencia plural.

---

viejos mitos en: [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=340](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=340)

<sup>3</sup> P6\_TA (2008)0459 Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253(INI))

Euronews, como canal especializado en información, surgía para dar respuesta a la demanda de un público europeo interesado en información europea y hecha por europeos. Cumplía, entre otras, una función de complementariedad respecto de los canales nacionales.

Un apunte que nos parece de gran interés es el que se refiere a la responsabilidad del sistema educativo que Ferres (1994) situaba en tres niveles:

1) la educación en democracia y pluralismo, 2) la educación cultural y 3) la educación en el uso del audiovisual y las nuevas tecnologías.

Interesante es igualmente el apunte sobre la necesidad en la enseñanza de los medios de comunicación y sus claves para la alfabetización audiovisual de las personas que realizaba Masterman (1993).

### **3.3- Los antecedentes del modelo Euronews y sus características**

En repetidas ocasiones se había insistido en la necesidad de elaborar una política comunitaria en materia de cultura y audiovisual. Desde los años 70, la Comisión y el Parlamento Europeo contemplaban la posibilidad de mejorar el funcionamiento de sus servicios de información para, en definitiva, acercar la labor que realizaban las instituciones a los ciudadanos. Como señalaba Gay Fuentes (1994) y también Garitaonandia y Sánchez Tabernero, (1992) las instituciones eran conscientes de que los avances logrados en el campo de la integración europea no se traducían en la formación de una opinión pública favorable al proyecto político europeo.

#### **3.3.1- El proyecto Eurikon**

A partir de 1980, el Parlamento Europeo empezó a desarrollar interés en cuanto a los temas relativos a la radiodifusión y a la televisión. Se comenzaba a definir una línea clara que parecía invitar a la Comisión a definir su política en materia de medios de comunicación y que sugería la creación de una cadena europea. Sobre ello, De Miguel (1992) señalaba que las competencias en materia audiovisual en Europa se encontraban repartidas dentro de diversas instancias, sobre todo de la Comunidad Europea. Esta división de competencias encontraba su origen en la multiplicidad y complejidad del derecho y organizaciones comunitarias, de forma que cada Dirección General se ocupaba de aspectos relacionados con el audiovisual (libre circulación de mercancías, ayudas, legislación de la competencia...). Esta fragmentación presentaba una mayor gravedad por

la multitud de aspectos que en él estaban implicados: culturales, técnicos, industriales, económicos, sociológicos etc. (De Miguel,1992) <sup>4</sup>

Así, por ejemplo, el 25 de mayo de 1983, la Comisión había enviado un Informe al Parlamento Europeo sobre las realidades y tendencias de la televisión, en el que se insistía sobre el gran desarrollo alcanzado por el satélite, el cable y el vídeo, a la vez que mostraban los resultados de una encuesta en relación a la actitud de los europeos sobre la creación de una cadena de televisión comunitaria.

Más adelante, el 14 de junio de 1986, la Comisión presentaba al Consejo una propuesta sobre el “Programa de Acción para la Producción Audiovisual Europea” <sup>5</sup>. En este trabajo se recogían todas aquellas iniciativas que desde hacía un tiempo habían surgido de las instituciones europeas. En éste mismo año, la Comisión daba por finalizado el *Pan-European Satellite Broadcasting Consortium*, el organismo encargado de gestionar Europa-TV, un Convenio en el que se establecía la participación comunitaria en el proyecto.

La iniciativa para la creación de un programa europeo de televisión por satélite había partido del Parlamento Europeo, aunque tanto la Comisión como el Parlamento coincidían en cuanto a la importancia de establecer dicha acción. Así lo señalaba Gay Fuentes (1994:166) y añadía que el debate se localizaba en torno a las cuestiones relativas a la organización del programa y a la forma de participación de la comunidad en el proyecto.

El Parlamento Europeo se mostraba interesado en la puesta en marcha de un proyecto utilizando el servicio de satélite para la difusión de programas europeos. Así se aprecia en la Resolución adoptada sobre el informe de Giampati Baget Bozzo sobre la política informativa de la Comunidad <sup>6</sup>. Al mismo tiempo, señalaba que la información dirigida a los ciudadanos sobre la Comunidad serviría para crear una “identidad política”<sup>7</sup>

Las propuestas no se hicieron esperar. El segundo canal de la televisión alemana, ZDF ponía en marcha en 1981 una iniciativa que, utilizando el satélite franco- alemán, emitiría un programa europeo de televisión. La ZDF “proponía constituirse en centro emisor y coordinador del programa, dando entrada en el equipo de redacción a

---

<sup>4</sup> La Política Audiovisual Europea, en: Garitaonandia, Sanchez Tabernero, Alfonso (1992).

<sup>5</sup> Ver: 15 COM (86) 255 final, de 4 de junio 1986, Programa de acción para una producción audiovisual europea, p.7.

<sup>6</sup> DOC A 2-111/86 de 6 de octubre de 1986

<sup>7</sup> Resolución del PE de 12 de marzo de 1982) y una “voluntad política de acción común”.

profesionales de otras televisiones nacionales” señalaba Gay Fuentes (1994:170).

Aunque este proyecto fue bien acogido por algunos sectores del Parlamento Europeo, se encontró con la oposición de los organismos públicos de televisión. El primer canal de televisión alemán la ARD había participado en un proyecto junto con la RAI (*Radio Audizione Italia*), IBA (*Independent Broadcasting Authority*, Reino Unido), ORF (*Oesterreichischer Rundfunk*, Austria), NOS (*Nedelandse Omroepprogramma Stichting*, Holanda) denominado Eurikon que fue valorado muy positivamente por la Comisión.

Los orígenes de Eurikon se sitúan, por tanto, a comienzos de los años 80. La Agencia Europea del Espacio (*ESA, European Space Agency*) propuso a la Unión Europea de Radiodifusión la utilización de un satélite de difusión directa, “Olimpus”, que debería ser lanzado entre 1986 y 1988. Fue cuando los miembros de la UER examinaron entonces la posibilidad de establecer un sistema paneuropeo de televisión multilingüe.

Otros organismos de radiodifusión participaron en la recepción de los programas que fueron transmitidos por el satélite OTS (*Orbital Test Satellite*). Los experimentos incluyeron la programación, la organización, la planificación y los servicios ligados a las redes nacionales. Al final, cuatro miembros decidieron cooperar en la fase operativa: ARD, RAI, RTE (Irlanda) y NOS (Televisión de Holanda). La RTP (Portugal) se unió en junio de 1985. Estos formaron un consorcio con el fin de organizar un servicio de televisión multilingüe para ser transmitido por el satélite DBS. Las pruebas empezaron en octubre de 1985 con NOS incorporando un contestador al satélite ECS (*European Communications Satellite*).

Eurikon tuvo una duración de cinco semanas y se produjeron 35 horas de programación común que fueron transmitidas a 15 estaciones europeas mediante satélite OTS y en circuito cerrado. Este proyecto sirvió como campo de experimentación para dar cuenta de la viabilidad de poner en marcha un canal de televisión compuesto por una redacción de carácter internacional y que se transmitiera vía satélite. Se consideró que había que utilizar los organismos que ya existían (UER y Eurovisión) y, debido a las dificultades que conllevaba un proyecto conjunto, la idea de dejar la gestión y organización en manos de los organismos públicos de radiodifusión de los Estados miembros fue afianzándose.

Respecto a la posición de la Comisión, se planteaba la creación de un órgano que se ocupara de la independencia de los responsables de los programas y que definiera el marco de la actividad de la organización sobre los principios acordados por las partes,

así como resolver las diferencias y los problemas que pudieran plantearse. Pero, como señalaba Gay Fuentes (1994), en el informe provisional de la Comisión de 1983, se contemplaba la participación comunitaria en la elaboración del programa europeo, pero se limitaba la acción de las instituciones al papel de observadoras. Por ello, la participación institucional se reducía desde entonces a la ayuda financiera. La Comisión creó así varios criterios para poder acceder a esta ayuda financiera de la Comunidad: el carácter multinacional del equipo de profesionales del programa, el multilingüismo de la emisión y la difusión transnacional.

Posteriormente apareció un proyecto denominado “Europa TV”<sup>8</sup>, lanzado por cinco miembros de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) del que se hablará a continuación. En este sentido, señalaba GAY FUENTES (1994), tanto el programa Europa TV como Euronews habían recibido cierta atención de la Comunidad.

Consideramos que en referencia a Euronews, y teniendo en cuenta la función que cumplía dentro del panorama de la información europea e internacional, el apoyo de la entonces CE resultaba a todas luces insuficiente y a veces contradictorio ya que la puesta en marcha del canal Europa por satélite, iniciativa de la Comisión, desempeñaba unas funciones que bien podían haber sido desarrolladas, completadas y elaboradas por Euronews.

Pero, es interesante analizar cuáles fueron los factores que determinaron y condicionaron la desaparición del proyecto precedente a Euronews.

### 3.3.2- La experiencia de Europa TV

El análisis de Europa TV es un elemento interesante en esta investigación como antecedente de Euronews. Las restricciones jurídicas nacionales que impidieron que pudiera conectarse a las redes de cable fueron determinantes para que llegara irremediablemente el final del mismo. Esto dificultó que se alcanzase una audiencia suficiente que permitiera obtener los ingresos por publicidad esperados. No obstante, se destacaban, entre otras causas del fracaso, lo prematuro del proyecto, la ausencia de apoyo de los diferentes países y la carencia de criterios de programación y de gestión.

De Miguel (1992) señalaba que oficialmente se establecieron unas razones, pero que además de las oficiales, destacaban otras. Sin duda, el conjunto de todas ellas fue lo que de hecho subrayaba la inmadurez del proyecto. Una serie de factores de diversa

---

<sup>8</sup> Ver en: De Miguel (1992), Sanchez Tabernero (1992)

naturaleza fueron los que contribuyeron al fracaso de Europa TV. Así, por ejemplo, el servicio optó por un horario nocturno, lo que lo puso en competencia con los programas nacionales. La situación de los canales existentes se analizaba con claridad en un informe titulado “La Televisión Europea del año 2000”, realizado por el Grupo de Prospectiva de la Televisión Europea<sup>9</sup>. En dicho informe se destacaban las experiencias del sector público. La primera experiencia estaba definida por el intento de crear un verdadero canal europeo, Europa TV. La segunda consistía en los acuerdos de cooperación entre los radiodifusores del servicio público de las zonas francoparlantes (TV 5) y germanoparlantes (3- Sat, Eins Plus). Además, existía el *Super Channel*, descrito como un servicio comercial debido a su declarada intención de funcionar con un fin lucrativo, aunque originalmente fue concebido como un proyecto de cooperación británica entre las compañías LEV y BBC. Otra categoría de canales distribuidos en más de un país europeo era el de los servicios nacionales, utilizando las frecuencias de satélite para sobrepasar sus fronteras nacionales. En este capítulo se comentaba también que existía un proyecto, todavía embrionario, de un servicio europeo de alta calidad.

Los organismos participantes no estaban en condición de ofrecer producciones para los espacios que habían prometido rellenar, ni garantizar un presupuesto a término medio necesario para el desarrollo del servicio. Al no considerar este servicio como un medio para fortalecer el papel de la radiodifusión internacional pública ni como creación propia, los radiodifusores nacionales no pudieron compartir la visión de una radiodifusión pública internacional que tuviese un lugar junto a sus canales nacionales o a sus proyectos de difusión por satélite.

Los organismos nacionales de radiodifusión de servicio público no quisieron fortalecer el papel de la UER dándole un poder de gestión que fuese más allá de su tarea de coordinación. Los intereses nacionales primaron sobre el reconocimiento de la necesidad de un experimento europeo<sup>10</sup>.

En ausencia de un capital de base adecuado para cubrir la fase inicial de la radiodifusión directa por satélite, las ventas de publicidad necesitaban una dirección fuerte y altamente profesional, lo que no fue posible lograr dentro de los límites de tiempo disponibles.

---

<sup>9</sup> Madrid, Fundesco, 1989

<sup>10</sup> Ver: *La Televisión Europea del año 2000. Informe del Grupo de Prospectiva de la Televisión Europea* (1989), FUNDESCO, pg.103

Europa TV fue administrada por el consorcio paneuropeo de difusión por satélite, abierto a la adhesión de todos los miembros de la UER. Fue financiada por ingresos publicitarios, las contribuciones de los miembros y por las subvenciones del gobierno holandés y la Comisión de la Comunidad Europea. Europa TV ofrecía a los anunciantes unos horarios flexibles que les permitía transmitir simultáneamente publicidad en diferentes lenguas dirigidas a diferentes audiencias nacionales. La publicidad era transmitida en bloques entre los programas, pero sin interrumpirlos. El código de deontología publicitaria de la UER, de la Cámara de Comercio Internacional y los principios adoptados por el Consejo de Europa sobre esto fueron seguidos, evitando la influencia comercial directa dentro del contenido del programa.

Hacia finales de 1987, los programas de Europa TV fueron distribuidos, por un lado, por los sistemas de cable que recibían las señales del satélite Eutelsat 1 (transpondedor 3) y, por otro, mediante la red de emisores de la televisión portuguesa. Los programas eran difundidos desde Hilversum, Holanda. El resto de los países europeos, aunque sin redes de cable, podían transmitir Europa TV mediante redes terrestres.

Las emisiones de Europa TV fueron gratuitas y puestas a disposición de los distribuidores de cable, en tanto que la emisión y los derechos de autor fueran pagados por los servicios. Lo único que suponía un gasto para los distribuidores de cable fue el equipo de recepción y descodificación. Con esto, los concesionarios podían ofrecer Europa TV como un servicio extra a sus subscriptores.

Europa TV alcanzó más de 6 millones de hogares de recepción vía cable y terrestre entre 1985 y 1986. Durante 1987-1988 los cálculos variaban entre 6 y 11 millones. Se esperaba que más de 30 millones de hogares pudiesen recibir Europa TV cuando se asegurase la transmisión por el satélite Olimpus <sup>11</sup>. La fórmula de programación buscaba satisfacer los siguientes criterios: el europeísmo, la independencia, el universalismo, la complementariedad y la originalidad. La programación reflejaba la cultura europea y contribuía a ella.

Los informativos trataban de nuevo los sucesos importantes para una audiencia europea en su conjunto, no desde un punto de vista nacional, sino dentro de un contexto europeo más amplio. Este servicio era administrado como una red distinta a la de los servicios nacionales, transmitiendo programas de alta calidad procedentes de todos los

---

<sup>11</sup> Informe FUNDESCO 1989

organismos europeos de radiodifusión. La cuestión lingüística fue resuelta por la transmisión de muchos canales de sonido paralelamente al canal imagen. Los subtítulos también fueron suministrados mediante el teletexto. Así, información, teatro, deporte y música eran fácilmente accesibles y comprendidos en toda Europa.

Se ofrecía a los espectadores un concepto original: programas de distintos países, seleccionados para constituir una alternativa a las redes nacionales. Los principales programas emitidos en horario de noche estaban dedicados cada semana a un tema diferente.

A lo largo del día, se transmitían programas infantiles, información, temas de actualidad y deportes. En un principio fueron cinco horas de emisión con el propósito de ir prolongándolas hasta emitir una programación completa con horario desde la mañana hasta la noche.

Este proyecto de televisión se propuso ser una verdadera alternativa a las programaciones nacionales ofreciendo programas de calidad, diferentes e imaginativos. Esperaba desarrollar de esta forma un servicio de televisión regular capaz de atraer una audiencia en toda Europa. Sin duda, el estudio de los errores o la constatación de que la situación legislativa resultaba ser poco propicia fueron positivos para la maduración de un posterior nuevo plan.

Las dificultades que surgieron en este proyecto nos han interesado por su valor experimental. La adquisición de programas de EuropaTV se mantuvo dentro de los límites del presupuesto: el 60 % eran comprados; un 15% de producción propia (sobre todo actualidad e informativos); y el 25 % restante procedía de los radiodifusores partícipes de Europa TV. La experiencia, por otro lado, de trabajar con un personal de programación internacional parecía haber sido un éxito. Los intereses nacionales no imposibilitaron la búsqueda de una identidad europea. Sin embargo, los diferentes servicios nacionales estaban preocupados por la competencia que Europa TV podía representar a medio plazo y por eso estaban poco dispuestos a aceptar obligaciones financieras a largo término.

Según algunos profesionales que participaron en esta experiencia, los resultados obtenidos distaron mucho de ser satisfactorios. Los periodistas tendían a conservar su punto de vista y sus técnicas nacionales, y el estilo informativo no era homogéneo. En el Informe del grupo Prospectiva de la Televisión Europea editado por Fundesco, se concluía que los servicios públicos europeos debían ser independientes de los servicios públicos nacionales, o, de otro lado, estar completamente integrados en ellos.

Europa TV dejó de emitir en noviembre de 1987. El fracaso como hemos visto, se debió a ciertas complicaciones financieras y otros aspectos anteriormente comentados. Pero el hecho de que varias emisoras públicas de televisión importantes como la BBC británica o la Antenne 2 francesa no se comprometieran con el proyecto revelaba su debilidad estructural. Según Maggiore (1991:74), la experiencia de Europa TV puso de relieve la necesidad de emprender iniciativas desde la base: la formación de periodistas.

Respecto al tratamiento de la información, el desarrollo de una política editorial se enfrentaba, incluso en el ámbito nacional, con una serie de problemas relacionados con el control del poder. Al operar en una dimensión europea, las relaciones internacionales los aumentaban y complicaban. Sin embargo, en este proyecto se habían trazado ya unas líneas maestras para el proceso de elaboración y presentación de las noticias.

El enfoque comparativo pasó a ser la característica principal de la presentación de las noticias. Se pretendía fomentar una perspectiva que no fuera nacional. Por ejemplo, se enviaba a cubrir los acontecimientos de forma intencionada a periodistas de nacionalidad distinta a la del país en que el suceso tenía lugar, como apuntaba Maggiore (1991). Se puso especial cuidado en otros detalles, como por ejemplo en que el equipo de informativos no estuviese dominado por ningún grupo nacional concreto. En el equipo trabajaban cuatro periodistas neerlandeses, cuatro ingleses, tres portugueses, dos alemanes, dos irlandeses, un anglo- neerlandés, y un italo-neerlandés.

Muchas de estas formas de trabajo habían constituido ya pautas de comportamiento que se verían en la cadena de televisión paneuropea que siguió a Europa TV: Euronews.

### **3.4- Génesis y nacimiento de Euronews**

#### **3.4.1- Origen y ubicación**

El origen de Euronews lo situamos a mediados de los años 80, cuando la Unión Europea de Radiodifusión (UER) se planteó si la enorme cantidad de noticias y reportajes producidos por sus miembros podría ser utilizada para crear una cadena de noticias pan- europea.

La tecnología del satélite permitiría la distribución pan- europea, y la transmisión en varios idiomas sería una pieza clave en la que se fundamentaba la puesta en marcha de un proyecto de estas características. Así, en 1988, la Comisión de Programas de la

UER creó el grupo de estudio Euronews en el que participaban expertos de las cadenas nacionales de televisión de Francia, España, Italia, Bélgica, Yugoslavia, Gran Bretaña y Alemania, y representantes de las cadenas de Finlandia y Holanda en calidad de observadores.

El grupo redactó y publicó sus conclusiones a principios de 1990 y confirmó la viabilidad del proyecto Euronews <sup>12</sup>. La televisión italiana (RAI) y TVE fueron los dos grandes artífices de Euronews en palabras de Diego Carcedo, con quien mantuvimos una entrevista y que era en aquel momento director de los servicios informativos de TVE.

La lentitud de movimientos que acompañaba a Euronews era también un reflejo de la propia construcción europea. Pero cabe señalar que quienes se pronunciaron desde un primer momento por sacar adelante el proyecto habían sopesado las ventajas y lo inconvenientes concluyendo que no se podía dejar pasar la oportunidad, quizá la última, de revitalizar el adocenado servicio audiovisual europeo. La decisión definitiva para dar un empuje sin retroceso al proyecto Euronews tuvo lugar el 17 de febrero de 1992, fecha en la que la Asamblea General fijó la constitución de las sociedades instrumentales encargadas de llevar a cabo el proyecto, y la sede definitiva del centro de operaciones.

Basándose en las conclusiones del grupo, el Consejo de Administración de la UER constituyó un Comité Ejecutivo para el seguimiento del proyecto Euronews, proyecto que fue ya presentado al presidente de la Comisión de las Comunidades Europeas en Bruselas y en el Parlamento Europeo de Estrasburgo en febrero de 1991.

En mayo de ese mismo año, se creó *Euronews Development* y en diciembre de 1991 el Parlamento Europeo aprobó por unanimidad la concesión de una subvención a Euronews. En los meses siguientes algunos gobiernos europeos se comprometieron a conceder apoyo financiero a Euronews, y se eligió, con el apoyo de las autoridades locales, Lyon como sede central del proyecto. En julio de 1992 se constituyó legalmente *Euronews Editorial* y se creó *Europe News Operations*, la rama técnica de Euronews. Once televisiones europeas constituyeron el núcleo inicial de la compañía. La instalación de las oficinas y de los equipos técnicos empezó en verano de 1992 en Ecully, cerca

---

<sup>12</sup> Nos gustaría puntualizar un dato cuya fuente es un testimonio vivo y personal de una conversación mantenida para tratar aspectos referentes exclusivamente a Euronews que mantuvimos con Diego Carcedo, que nos señalaba que el proyecto le pareció bueno y nombró a Javier de Juan Aracil subdirector del área de Relaciones Internacionales de TVE encargado de viajar a Ginebra durante las conversaciones primeras en el seno de la UER.

de Lyon. En otoño, la mayor parte del personal periodístico, técnico y administrativo comenzó a llegar y así la cadena comenzó sus emisiones el 1 de enero de 1993, tal como estaba previsto.

Durante su primer año de operación, Euronews se consolidó en el panorama audiovisual europeo gracias a un programa reputado por su objetividad, a una audiencia cada vez más fiel y una distribución que alcanzaba los 44 millones de hogares. Cuatro televisiones, miembros de la UER, se convirtieron en nuevos accionistas: SSR (Suiza), ENTV (Argelia), ERTT (Túnez) y RTVSL (Eslovenia).

Se creó una compañía, Euro-TV, de cobertura continental, para la gestión publicitaria de la cadena. Euronews consolidó también su base financiera gracias a una ampliación de su capital y cuotas aprobada por sus accionistas. El Parlamento Europeo reconoció la importancia de Euronews, al incrementar su contribución financiera de 23 millones de ecus en 1993 a 43 millones en 1994, según los datos que nos fueron facilitados por el entonces Walter Hellebran relaciones externas de la cadena. (Conviene recordar que en aquellos años o existía la moneda común, euro, y se empleaba el sistema ECU, *European Currency Unit*).

Desde el principio, y a pesar de que se intentó evitar la comparación, Euronews apareció como una cadena alternativa a la CNN. Bien es cierto que Euronews contaba con menos medios. En el entorno audiovisual del momento había varios proyectos en movimiento que comentamos a continuación.

La CNN había iniciado varios contactos en Europa: con la TF-1 francesa, con la ZDF alemana y se aproximaba a Canal Plus España. Además, planteaba una posible base en Londres para lanzarse a toda Europa. Así que, como era evidente, Ted Turner buscaba suerte en varios mercados. El director de la cadena alemana ZDF, Dieter Stolte, no se sorprendió al descubrir el juego ya que se había llegado a un acuerdo con la cadena N-TV. Este acuerdo era nocivo para Euronews ya que aumentaba la competencia. La influencia de la CNN en Alemania iba en aumento.

Por otro lado, los anunciantes preferían aparecer en cadenas de ámbito nacional monolingüe ya que el carácter multilingüista de Euronews suponía para estos un mercado disperso. Otro acuerdo al que merece la pena hacer referencia es el realizado por la CNN y *Moscow Independent Broadcasting* en 1992, para lanzar la cadena TV 6 en la que la programación mezclaría films rusos de reconocido prestigio junto con clásicos de Hollywood y productos Disney.

Así que ARD y ZDF decidieron preparar un proyecto propio en solitario. Se

trataba de una cadena de información continua.

Francia, en cambio, desde el principio mostró mucha esperanza en el proyecto y apostó muy alto. Se demostraba así un gran interés en la consecución de la sede y en la importancia que concedían al medio audiovisual en el campo internacional. Desde el principio, los franceses ocuparon la Secretaría General del grupo de acción y ocuparon los diferentes grupos encargados de diseñar los proyectos para la creación de la redacción y de los medios técnicos de la futura cadena. De la misma manera, se hicieron con la Comisión financiera. Desde el desentendimiento respecto al proyecto por parte de la BBC, se dibujaron las posibles alianzas. Así, después de la BBC, la ETV irlandesa hizo lo propio. Alemania se mantenía la expectativa, así como Holanda y Dinamarca. Desde sus inicios se perseguía la participación de Alemania en el proyecto que no acababa de incorporarse de forma definitiva como se señalaba en la prensa del momento<sup>13</sup>.

Francia, aspiraba a erigirse en el líder del proyecto intentando para ello dirigir al grupo del sur; es decir, España, Italia, Bélgica y Luxemburgo. Este último, debido a su diferente sistema audiovisual respecto a los demás, se retiró a un segundo plano. Los franceses pusieron de manifiesto no solo su peso en el concierto europeo sino también su papel de enlace con los países árabes del norte de África que mostraban su interés por adherirse a la UER en calidad de miembros de pleno derecho. Además, el trío formado por España, Italia y Francia conectaron desde un primer momento. La coincidencia de dos gobiernos socialistas facilitó una comunicación fluida. El eje Paris-Madrid-Roma se presentaba como la contrapartida a la Europa del norte como señalaba González Martín (1995).

El proyecto, desde luego, tuvo un impulso definitivo durante la guerra del Golfo Pérsico, en el que la cadena CNN había conseguido un destacado protagonismo más allá del meramente informativo. Para pasar de las ideas a la realidad se constituyó un Consorcio formado por todas las televisiones públicas integradas en la UER, aunque las que participaban de manera activa con aportación económica y personal eran las televisiones de España, Bélgica, Italia, Mónaco, Portugal y Chipre.

Euronews salió al aire casi por suerte, ya que apenas estaban instaladas las mesas de redacción y no se habían realizado programas cero como era normal en cualquier otra cadena. Así lo comentaba en una entrevista el redactor jefe, Pedro González Martín, en Ecully-Lyon, sede de Euronews. Nos hacía saber que casi sin tiempo

---

<sup>13</sup> Ver: Luque (1992)

hubo que salir al aire con los recursos mínimos pues la fecha del 1 de enero de 1993 era irreversible. Con apenas tiempo para comer, todos los que formaron parte de aquella primera experiencia comentaban que se trató de una experiencia única. Profesionales jóvenes provenientes de diferentes países comenzaban juntos una andadura audiovisual novedosa.

Euronews comenzó como una sociedad en la que participaban 18 entidades públicas de radiotelevisión de Europa y la Cuenca Mediterránea. Los miembros fundadores fueron: C y CB, Chipre; ERT, Grecia; ERTU, Egipto; FR2 Y FR3, Francia; RAI, Italia; RTP, Portugal, RTVE, España; TMC, de Monaco; y YLE, Finlandia. En abril de 1993 la SSR, el canal nacional de Suiza se incorporó a Euronews, y en julio lo hicieron la ERTT, el canal nacional de Túnez, y la ENTV, Televisión pública de Argelia. Más tarde, en 1994, lo hizo RTVSL, Eslovenia; BNT, Bulgaria; y CT, República Checa.

A continuación, y pormenorizado en orden cronológico se presenta un resumen de la andadura de Euronews hasta el día de su primera emisión <sup>14</sup>.

En enero 1986, un comité de expertos de la UER presentaba un plan preliminar para la creación de un canal de noticias europeo, y en diciembre 1986, el Consejo de Administración de la UER solicitaba a la Comisión de Programas de Televisión el relanzamiento de un estudio de viabilidad de una cadena europea de actualidades, denominada, en el documento, “Euronews”. Esta petición se realizaba bajo la presión del contexto europeo.

En abril de 1987 la Comisión de Programas de Televisión constituyó un Grupo Euronews, bajo la presidencia de Javier de Juan Aracil y en 1988 la Comisión de Programas de Televisión de la UER creaba un grupo de estudio Euronews, presidido por Javier de Juan Aracil, de RTVE, en el que participaban junto con España, cadenas públicas de Francia, Italia, Bélgica, Yugoslavia y Alemania, y en el que estaban presentes en calidad de observadores, Finlandia y Holanda. El grupo publicaba sus conclusiones en 1990, confirmando la viabilidad de Euronews.

En abril de 1989, la Comisión de Programas accedía al informe elaborado por el Grupo de Estudios, adoptaba las conclusiones generales, y se pronunciaba mediante votación por la continuación acelerada del estudio, y en mayo de 1989 el Consejo de

---

<sup>14</sup> Datos recopilados a partir de la propia información de Euronews y facilitados por sus relaciones externas: Walter Hellebrand y por los datos recabados por Pedro González redactor jefe de Euronews en Lyon que se recogen en su libro ya señalado: González Martín (1995)

Administración estimaba que el proyecto Euronews era de una enorme importancia y que debía significar la gran contribución de la UER a la constitución del espacio audiovisual europeo.

En julio de 1989, la Asamblea General de la UER hacía suyo el sentimiento expresado por el Consejo de Administración y deseaba que el proyecto Euronews se convirtiera cuanto antes en una realidad puesto que nadie entendería que la UER fuera incapaz de realizarlo, teniendo en cuenta su experiencia, capacidad y su inmenso potencial de materiales. Del 30 de junio al 2 de julio tuvo lugar la cuadragésima sesión ordinaria de la Asamblea General de la UER, que se celebró en Limassol, Chipre. Dentro del apartado de “satélites” se presentaba el primer estudio de viabilidad de una eventual cadena por satélite: Euronews.

Se constataba entonces que Euronews no sería una actividad propiamente dicha de la UER sino que constituiría un consorcio de miembros que desearan libremente comprometerse en este proyecto.

El grupo de estudio expresaba en el segundo apartado que la creación de una cadena dedicada íntegramente a la información respondía a exigencias tanto políticas como económicas <sup>15</sup>.

La idea que resaltaba era que se debía aprovechar la ocasión de poner en marcha un proyecto como Euronews, ya que la renuncia significaría dejar el terreno libre a empresarios comerciales privados europeos o extraeuropeos. Solo una cadena como Euronews, dependiente del servicio público, estaría en condiciones de asegurar una programación cuyo contenido fuera creíble por su imparcialidad, ofreciendo al conjunto de la audiencia europea de radiodifusión una información equilibrada e independiente.

El 20 de julio de 1989 se organizaba una reunión en Ginebra de los directores generales de las televisiones miembros por parte del presidente de la UER. Participaron 19 entes y otros 7 que excusaron su asistencia, aunque manifestaron su interés por el proyecto, solicitando información sobre el mismo.

Esta reunión dio lugar a un Grupo de Acción en el que participaron: A2F, ARD, FR 3, RAI, RTBF, TVE, y ZDF. Se preveían dos observadores con el fin de representar a las cadenas de Nordvisión. Tales observadores, designados ulteriormente, serían la

---

<sup>15</sup> El documento llevaba la mención de *Confidentiel DPTV*, estaba redactado originalmente en francés. Su número de orden es AG 678 (DT) Pgs 4484.

Fuente: González Martín (1995) *Euronews. Una televisión pública para Europa*, Icaria Ed, pg 25

NOS de Holanda y la YLE de Finlandia.

Se pidió al Grupo de Acción que, partiendo del estudio de viabilidad, preparara un estudio de pre-realización que permitiera a los directores generales tomar una decisión sobre el lanzamiento de Euronews. Se le instaba también a que presentara sus conclusiones a finales de 1989 si era posible. El 13 de setiembre de 1989 tenía lugar la primera reunión del Grupo de Acción que decidía confiar la presidencia a Javier de Juan Aracil. La presencia estratégica de Javier de Juan Aracil se echó en falta posteriormente debido a su fallecimiento en 1994. Ningún otro español ocupó posteriormente su puesto. Sin embargo, los intereses franceses se apresuraban a ocupar todos aquellos cargos estratégicos en el marco de la UER y de Euronews.

En octubre de 1989 tuvieron lugar las Jornadas Europeas de los Medios Audiovisuales. El proyecto Euronews entraba oficialmente a formar parte del horizonte de los fundadores de Eureka Audiovisual programa del que hablaremos más adelante. En mayo de 1991 el proyecto Euronews se presentaba a la Comisión de la Comunidad Europea y al Parlamento Europeo. Se creaba *Euronews Development*, sociedad encargada de la puesta en marcha del canal de televisión, presidida por Massimo Fichera, de la RAI.

En diciembre de 1991, el Parlamento Europeo aprobaba la concesión de una subvención para Euronews. En enero y hasta junio de 1992 diversos gobiernos prometían apoyo financiero a Euronews y en febrero de 1992 Lyon era elegida sede de Euronews. En junio de 1992 se constituyeron *Euronews Editorial* y *Euronews Gestión* y se procedía a una convocatoria para la selección de personal.

Finalmente, en enero de 1993 comenzaban las emisiones de Euronews el día 1 de ese mes y la prensa se hacía eco de la noticia <sup>16</sup>.

Euronews pasó por diversos obstáculos antes de su puesta en funcionamiento. Delors, entonces presidente de la Comisión, lo impulsó como algo natural. Ante las

---

<sup>16</sup> Estas son algunas de las informaciones aparecidas en la prensa europea sobre el primer día de emisión de Euronews: “La télévision européenne est née avec le Marché unique. Naissance d’Euronews”, en: *Le Republicain Lorrain*, 2 de enero de 1993. “La première chaine d’information européenne est entrée en service. Euronews a célébré á sa facon l’ouverture du Marché unique, en diffusant vendredi après midi ses premières images, par Fentremise du satellite Eutelsat-II” en: *Tv-Medias* de 1 de diciembre de 1992. “Euronews geht am 1. Januar auf Sendung” en: *Ausschnitt* de 1 de diciembre de 1992. “Euronews ist auf Sendung” en: *Argus*, 6 de enero de 1993. ‘La 2 emitirá informativos de Euronews, el primer canal europeo de noticias’, en: *El País*, 23 de diciembre 1992.

reticencias británicas, que como señalaba González (1995), se convirtieron en oposición, la Comisión Europea quiso evitar la confrontación y por ello plegó las velas. Esto conllevó un serio peligro de que Euronews no llegara a aparecer.

La idea de Delors de vincular Euronews a las instituciones comunitarias creó un choque de opiniones en el arco de la CE, donde el sueño de hablar con una voz única era una quimera. Como era habitual en el seno de la Comunidad, los acuerdos se llegaban a consolidar mediante la negociación entre sus miembros. Por lo tanto, de la misma forma tuvieron lugar las decisiones en torno a Euronews. Se solicitó una primera subvención de 10 millones de ecus con la oposición de Gran Bretaña. Ante esta negativa británica, Delors no planteó más insistencia, aunque sí consideró que ésta actitud se lo cobraría a los británicos en la discusión siguiente, aunque fuese un tema radicalmente diferente al de Euronews (González Martín, 1995).

El mismo autor destacaba el aspecto positivo que suponía un acercamiento de mentalidades, ya que, aunque muy diferentes en aspectos puntuales, el denominador común era la europeidad. La prueba demostraba que el negocio comunitario había sido rentable; todos sus miembros habían ganado.

Con la incorporación de Gran Bretaña a la Comunidad Europea, Londres había aportado un contrapeso hacia el noroeste. Las posiciones de este país habían expresado de forma clara la mentalidad anglosajona y habían indicado los intereses de los dirigentes del otro lado del Atlántico. Y con la incorporación de Grecia, España y Portugal a mediados de la década de los 80 se equilibró la balanza hacia el sur, lo que sirvió para acentuar más el papel central de Francia. La unificación alemana el 2 de octubre de 1990 marcó el despegue efectivo de este país como nuevo gigante de la CE, y desplazó el centro de gravedad hacia el este, convirtiendo en periféricos a los países con vistas abiertas sobre el Atlántico.

### **3.4.2- Causas del lanzamiento de Euronews (1-1-1993)**

Veamos ahora de forma más detallada el contexto en el cual se enmarcaba el lanzamiento de Euronews. Se daban una serie de factores que actuaron como detonantes de su lanzamiento.

Una noción se impuso para expresar la transformación de los sistemas de comunicación: la de globalización. Tal es así que, como señalaba Mattelart (1994), sustituyó a la de internacionalización.

Global y globalización eran términos que habían nacido y crecido a la sombra de la geoeconomía y sus estrategias, y marcaban una nueva fase de la expansión mundial (Mattelart,1994).

Una de las vías obligadas en esta fase de la expansión de las empresas con vocación mundial consistía en el gigantesco despliegue de las alianzas transnacionales y las megafusiones. El sector de la comunicación se había convertido en un coto cerrado de las redes planetarias de agencias de publicidad, fundamentalmente de EEUU, británicas, francesas y japonesas, así como nuevos grupos multimedia procedentes de Europa Occidental, de Australia y de Japón. En EEUU, por ejemplo, uno de los acontecimientos más significativos fue la fusión entre Times y Warner ya mencionada.

Durante los años 80, la comunicación aparecía como un sector altamente rentable y la Bolsa acompañó a su ascenso impresionante, hasta que el endeudamiento para unos, y las fluctuaciones del mercado publicitario y la recesión general para otros, debilitaron las grandes redes y empresas (Mattelart,1994).

Respecto a los monopolios de televisión en Europa, coincidiendo con la puesta en marcha de Euronews, se menospreciaba la iniciativa privada dispuesta a terminar con un negocio exclusivo. En aquella época, parecía que lo normal era el monopolio público y lo raro la iniciativa privada, sobre todo por parte de Francia, Italia y España.

España fue el último país de los tres en autorizar cadenas de televisión privadas, y ello cuando la presión política y económica se hizo insoportable para el gobierno de Felipe González, y cuando el parque de parabólicas se multiplicaba vertiginosamente. Algunos autores señalaban la dificultad de las cadenas con objetivos paneuropeos para reunir a la misma hora el mosaico de lenguas y culturas. Pero Euronews había resuelto lo que para muchos observadores suponía un problema. Euronews retransmitía durante 24 horas, lo que permitía que, aún en las diferencias de horario, cada ciudadano europeo pudiera encender su televisor a la hora que quisiera y pudiera acceder a las noticias de Euronews que se iban repitiendo a lo largo del día debidamente actualizadas. Respecto al problema de los idiomas, Euronews retransmitía en ese momento en seis idiomas de forma simultánea y con posibilidades de ampliarse a otros más.

En el primer estudio de viabilidad se constataba que Euronews tenía que tener una calidad mínima de mayor envergadura que la exigida por las televisiones públicas europeas. A quienes sostenían que el mundo era ya un mercado único se oponían quienes pensaban que el mercado mundial seguía trabajando simultáneamente por lógicas de globalización y lógicas de desmasificación generalizada. De ello se desprendía que,

ante todo, globalización y localización eran dos facetas de un mismo proceso (González Martín, 1995).

Lo que había resultado sorprendente fue la multiplicación de los canales temáticos (Álvarez Monzoncillo y Iwens,1992:148). De música, por ejemplo, destacaban *MTV Europe* y *Euromusic* en Francia, además de otros de cine, infantil y juvenil, deportes, hogar y telecompra como: *Sky movies* y *The Movie channel* en Gran Bretaña; *Premiere* y *Tele Club* en Alemania; *Canal Plus* en Francia; *FilmNet* en Holanda y Bélgica; y *TV 1000* en Suecia. En el campo de lo infantil-juvenil: *The Childrens Channel* y *The Power Station* (en parte) en Gran Bretaña; y Canal J en Francia. En Deportes: *Screensport*, *Eurosport* y *The Sports Channel* en Gran Bretaña; y *Sports 2-3* en Francia. En Hogar y telecompra: *Lifestyle* y *Satellite Shop*.

Respecto a los canales temáticos especializados en información, Euronews surgió en un momento de auge de los mismos entre los que destacaban CNN (*Cable News Network*); *Worldnet*, (canal del gobierno de los EEUU); *Sky News* y *Now*. Era precisamente en ese momento cuando la UER estudiaba la posibilidad de poner en marcha un consorcio, Euronews, cuyo objetivo era competir con la CNN, (Álvarez Monzoncillo y Iwens,1992).

Situándonos en un marco más general, el de la industria europea de programas, debemos apreciar también el contexto a nivel internacional que resultaba de las conclusiones de la Ronda Uruguay. Las negociaciones sobre la liberalización de los servicios en el marco de la Ronda Uruguay habían servido, a través de debates a menudo muy técnicos, para poner claramente de manifiesto la estratégica importancia del sector audiovisual y, en concreto, los retos que entrañaba el futuro desarrollo de la rama de la imagen en Europa según se señalaba en el Libro Verde: “Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual de la Unión Europea”<sup>17</sup>

El análisis del acuerdo final (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT) llevaba a la Comisión a formular tres consideraciones primordiales, que determinaban el marco de cualquier reflexión sobre la acción futura en el sector audiovisual: El sector audiovisual estaba enteramente cubierto por el GATT, sin ningún régimen específico de índole cultural o de otro tipo, y como tal estaba sujeto a las disposiciones del artículo XIX del acuerdo. El artículo XIX estipulaba lo siguiente:

---

<sup>17</sup> Abril 1994, pg.31.

*“In pursuance of the objectives of this Agreement, Members shall enter into successive rounds of negotiations, beginning not later than five years from the date of entry into force of the Agreement Establishing Hite MTO and periodically thereafter, with a view to achieving a progressively higher level of liberalization. Such negotiations simply be directed to the reduction or elimination of the adverse effects Qn trade in services of inseasures as a means of providing effective market acces”.*

En el Libro Verde sobre la Política Audiovisual de la Unión Europea se decía que, al no haberse comprometido la Unión Europea en ninguna medida de liberalización en este sector, sus obligaciones respecto del GATT se limitaban a garantizar la transparencia y, por consiguiente, la información de las restantes partes de acuerdo, sobre las eventuales medidas nuevas que se adoptaran, tanto por la Unión como por los Estados miembros. Además, por medio de excepciones a la cláusula de “la nación más favorecida”, la Unión Europea había logrado garantizar los distintos aspectos de política audiovisual, incluidos los acuerdos bilaterales o multilaterales, por ejemplo, de coproducción, como se indicaba en el Libro Verde citado <sup>18</sup>.

El Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo, adoptado por el Consejo Europeo en diciembre de 1993, abrió el debate sobre los grandes cambios de nuestra sociedad en vísperas del siglo XXI. Entre los sectores donde los retos eran más importantes, el Libro Blanco identificaba a la sociedad de la información, y en particular, al sector audiovisual como portadores de uno de los mayores potenciales de crecimiento y creación de empleo. El sector audiovisual se encontraba en plena mutación, sobre todo por efectos de una rápida evolución tecnológica. Los programas cinematográficos y televisivos merecían, en efecto, particular atención. Se trataba de punto estratégico en la evolución del audiovisual. Estos programas constituían la base de la diversificación futura de este sector. Así se señalaba por Joao de Deus Pinheiro, entonces Miembro de la Comisión Europea.

### 3.4.3- Una significativa primera emisión

El lanzamiento del primer programa estuvo previsto desde un primer momento para las 15.00 horas del día 1 de enero de 1993.

---

<sup>18</sup> *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política audiovisual de la Unión Europea*, abril, 1994.

Haremos referencia especial a la programación de aquel primer día de emisión puesto que nos parece significativo tanto por su contenido como por la forma, ya que se trataba de una serie de entrevistas realizadas a personajes de la política internacional.

Se tuvo que tener en cuenta que el día 1 de enero de cada año era especial en casi todas las emisoras públicas, ya que se ofrecía el tradicional concierto de año nuevo o la competición de saltos de esquí de Garmisch Partenkirchen.

El funcionamiento de Euronews por aquel entonces no estaba en todas sus condiciones resuelto debido a que las instalaciones no estaban del todo preparadas y Euronews no podía recibir programación de las cadenas miembros de la UER.

En cuanto a las cadenas públicas, los grandes acuerdos no habían llegado a los altos cargos quienes, en definitiva, habían de dar el visto bueno de aquel proyecto primero. “La sola solicitud de material era una osadía por parte de una entidad desconocida”, señalaba González Martín (1995), quien había vivido el proceso desde el primer momento. “A partir del 10 de diciembre de 1992, se comunicó a la prensa la fijación para el 1 de enero de 1993 del comienzo de las emisiones de una nueva cadena europea a la que desde el primer momento se le colgó el sobrenombre de la CNN europea”.

La primera programación estuvo formada por una serie de temas en relación con la construcción europea. Estos fueron los siguientes:

- “Desde Hoy”, el Mercado Unico. (31 minutos).
- “De un año otro”. Resumen de 1992. (59 minutos).
- “Europa, 1945-1993”. (30 minutos).
- “Europa, ayer, hoy y siempre”. (29 minutos).
- “Euronews, la cadena de Europa”. (13 minutos).

Resulta evidente que se trataba de una programación muy especial ya que el *leitmotiv* de Euronews eran los informativos, que servían de tronco al resto de la programación. Actuaban, por así decirlo, de hilo conductor. La falta de programas enlatados y la ausencia de reserva de pequeños espacios para rellenar los desajustes que se pudieran producir en aquellos primeros días de programación pusieron de manifiesto el notable esfuerzo realizado por los profesionales de la cadena.

### 3.5- El desarrollo de Euronews como pieza clave para entender su filosofía

#### 3.5.1- La etapa embrionaria en el seno de la UER

Euronews, como hemos visto, había surgido en el seno de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), cuya sede estaba en Ginebra, Suiza. Como producto nacido de manos de este organismo que integraba a 62 televisiones públicas europeas, surgió con una vocación de servicio público. Únicamente los miembros de la UER podían autorizar la creación de una programación de estas características. Todo ello se realizaba mediante la puesta a disposición tanto de su material de noticias como de sus informes y reportajes de actualidad.

La UER, fundada en 1950 como sucesora de la Unión Internacional de Radiodifusión, reunía emisoras públicas europeas y emisoras de los EEUU, Japón y otros países no europeos. La administración corría a cargo de una Asamblea General y una ejecutiva compuesta por quince personas. Sus principales comités eran el de programas de radio, de televisión, el jurídico y el técnico. Se trataba de una asociación profesional de organizaciones de radiodifusión con personalidad jurídica que no tenía un fin lucrativo.

En febrero de 1995, sin embargo, se destacó que para conseguir sus objetivos podía llevar a cabo actividades de índole comercial. Esto respondía a un cambio en las cadenas de televisión europeas, que siempre se habían caracterizado por ser de tipo público al contrario que ocurrió en EEUU donde todo lo audiovisual estaba en libre competencia y tenía un carácter comercial.

El régimen jurídico de la UER estaba bajo la ley suiza, y como señalaba Montes Fernández (1995), especialista en estos temas, se generaban algunos conflictos ante grandes acontecimientos deportivos.

Esta organización consideraba la radiodifusión y la televisión como un servicio público. La finalidad era contribuir al reforzamiento de los pueblos de los Estados miembros activos de conformidad con los derechos humanos y, sobre todo, con la libertad de conciencia, opinión y expresión, al tiempo que salvaguardaba valores fundamentales tales como la tolerancia y la solidaridad. La actividad más conocida que desarrolla la UER era el intercambio de material informativo entre sus miembros. Por otro lado, hay que mencionar los derechos casi exclusivos para la retransmisión de todos los grandes acontecimientos deportivos que había suscitado protestas por parte de las emisoras privadas.

Según Maggiore (1991), en realidad, la UER era una gran asociación que representaba a un número enorme de emisoras importantes y cuya influencia iba más allá de las funciones que tenía sobre el papel. En épocas pasadas, la UER y la Comisión Europea habían discrepado sobre la regulación de la emisión en la CE, en particular en la cuestión de cuotas mínimas. La UER no sólo representaba a emisoras europeas sino también a algunas no europeas por lo que no veía con buenos ojos las disposiciones de la directiva sobre el porcentaje mínimo de tiempo de emisión que debía reservarse a las producciones europeas. Por esta misma razón, la UER apoyaba de manera más activa los trabajos para la elaboración de un convenio europeo sobre la emisión en el Consejo de Europa, que tendría un carácter menos vinculante que una directiva comunitaria.

En febrero de 1988, la UER modificó sus estatutos y dio cabida a emisoras que tenían por objeto la recepción individual o colectiva, con independencia de los medios técnicos de transmisión que se emplearan. Maggiore (1991) comentaba además que seguía siendo razonable dudar de la representatividad de la UER en el futuro. Lo decía porque se trataba de un intento de atraer a algunos de los nuevos agentes del mercado de la emisión, pero resultó demasiado prudente. Era posible, indicaba, que su influencia se viera afectada por el número cada vez más elevado de emisoras privadas que no estaban en la organización.

En la primavera de 1993 el reglamento de la UER se modificó en cuanto al régimen de los intercambios. Hay que señalar que el tradicional reglamento de la UER exigía que toda propuesta solo era aceptada si otras tres televisiones al menos mostraban interés por la noticia ofrecida. En el caso de países menos influyentes, el interés de los demás por las noticias que generaban se reducía a accidentes espectaculares, catástrofes, etc. Raramente una información de tipo cultural tenía por escenario a España, Grecia, Turquía o Finlandia. Con la aprobación del nuevo reglamento, las propuestas, para ser aceptadas habían de contar en adelante con cinco estaciones que las aceptaran. Esta revisión se había justificado por el acceso a la UER de los antiguos países del Este de Europa agrupados en INTERVISION y cuyos intercambios con la UER se realizaban exclusivamente una vez al día. La aceptación de los países árabes del Norte de África había aumentado la diversificación del origen de las imágenes aportadas a los intercambios que, a partir de otoño de 1993 habían pasado a ser continuos durante 18 horas al día (con anterioridad eran de cinco intercambios fijos y flashes de actualidad para los acontecimientos más candentes).

González Martín (1995) señalaba la solidez de esta institución y comentaba, a

modo de ejemplo, que cuando estalló la última guerra árabe- israelí en 1973, ni un solo día faltaron a la cita del intercambio, vía Bruselas, tanto la televisión israelí como la egipcia, ambas ya entonces miembros de pleno derecho de la UER.

En otros aspectos, en la década de los años 80 del siglo XX, en España aún no era habitual ver antenas parabólicas situadas en los hogares y no existían los canales privados de televisión. Los diversos materiales audiovisuales llegaban por soporte cine o video. La estación de Gandullas en Buitrago de Telefónica tenía sus parábolas orientadas para conectar con los satélites de telecomunicaciones, estacionado uno sobre el Atlántico y otro sobre el Indico. Tan solo el Pacífico quedaba fuera de su alcance. Solo en casos muy extraordinarios, como por ejemplo los viajes reales, establecía TVE conexión vía satélite; normalmente la información del extranjero provenía de Eurovisión, organización administrada por la UER. Durante muchos años Eurovisión fue el símbolo de los acontecimientos de índole europeo con el que se conectaban las televisiones nacionales europeas. Se había señalado que la organización de Eurovisión significaba la mayor contribución jamás conseguida a la información y el entendimiento entre los pueblos Torán (1982)

El centro de coordinación estaba en Ginebra, como se ha dicho, y en Bruselas estaba el Centro Técnico que preparaba las líneas de conexión para la red terrestre europea y vía satélite, de acuerdo con las peticiones efectuadas desde Ginebra. Asimismo, Ginebra estaba en contacto con la oficina de Eurovisión en Nueva York que coordinaba con las grandes cadenas americanas. Todos los días, a primera hora de la mañana, cada país miembro comunicaba a Ginebra la información que tenía y la que desearía disponer a lo largo del día. Preparadas las líneas, a las 12h, hora de Ginebra, se establecían los intercambios de las noticias, en imagen y sonido. Los intercambios se repetían a las 17:00h y a las 19:00h, e incluso más tarde, si los acontecimientos extraordinarios del día lo requerían. Previamente a cada intercambio, se habían dado explicaciones y detalles sobre cada noticia, por la línea de audio. A su vez, Eurovisión conectaba con Intervisión, la organización de Europa Oriental y con otras organizaciones mundiales. La oficina de Nueva York, por su parte organizaba transmisiones transatlánticas vía satélite a demanda de las televisiones europeas (Torán,1982) <sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Ver en su libro: (1982) *La información en televisión*, Barcelona, Ed. Mitre

### 3.5.2- El singular y acelerado inicio de las emisiones

Euronews había aparecido sin realizar programas cero ya que el objetivo era empezar a emitir el día mismo en que se ponía en marcha uno de los acontecimientos clave en la construcción de Europa: El 1 de enero de 1993 era la fecha de la entrada en vigor del Mercado Único Europeo. En ese momento hacía su aparición la emisión del primer canal enteramente informativo europeo en cinco idiomas: francés, inglés, español, alemán e italiano. Más adelante, a finales de 1994 se añadiría el árabe. Por aquel entonces ya existía la posibilidad añadida de que se incorporaran además del portugués, otros idiomas.

La celeridad con que se puso en marcha Euronews ponía en evidencia los objetivos que se trazaron sus propulsores: la Unión Europea de Radiotelevisión (UER), seguido muy de cerca por la Comisión de las Comunidades Europeas (así denominadas entonces).

En septiembre de 1994 precisamente nos desplazamos a Euronews para investigar *in situ* la evolución de la cadena. El entonces redactor jefe de la sección española, Pedro González, nos comentaba durante una entrevista con él en Lyon cómo apenas se habían instalado los equipos de trabajo aquel 1 de enero de 1993. Euronews salió al aire sin realizar emisiones de prueba previas como es habitual en cualquier canal de televisión.

### 3.5.3- La etapa vocacional (1993-1994) y los siguientes años

Euronews constituyó, por tanto, la culminación de la idea de crear una red que pusiera en contacto a todos los europeos. Este espíritu de comunicación se entiende como un paso también hacia el entendimiento de todos los pueblos.

La Televisión Suiza, SSR, fue la decimosegunda cadena que se había adherido al proyecto. Suiza había sido también el país donde había surgido el primer telediario multilingüe producido por la SSR en Zurich y difundido en tres idiomas. La SSR emitía cuatro programas de televisión en alemán, francés e italiano, y participaba en varios programas de satélite: 3 SAT, TV 5, EUROSPORT y CNN.

Suiza, que representaba el modelo de la futura Europa Unida, con una estructura federalista en la que convivían diversas lenguas y culturas, tras el “no” popular al Espacio Económico Europeo (6 de diciembre de 1992), tomó la decisión política de incorporarse a Euronews para abrirse a la información comunitaria. Euronews representaba claramente

la vocación de ser la voz y la imagen de una Europa unida y diferente.

A principios de 1993, Euronews ya se distribuía por cable en la Suiza francesa e italiana, y en pocos meses se llegó a su totalidad. Así mismo, en pequeñas fracciones horarias ya se empezaba a emitir publicidad.

La programación era enteramente informativa. El hecho de estar dedicado plenamente a la información respondía a la necesidad de los canales de televisión de especializarse para hacer frente a la competitividad en lo audiovisual.

En realidad, el presupuesto de Euronews no era elevado, teniendo en cuenta las características del canal y de su importancia en el contexto comunicativo internacional y en el desarrollo del proceso político europeo. Decimos por ello que los dos primeros años de emisión de Euronews fueron los de corte principalmente vocacional.

Volviendo un poco la vista atrás, ya en 1990, se apreciaba la necesidad de un proyecto de estas características. Así Maggiore (1991), comentaba que en Europa se dejaba sentir la necesidad de este servicio. El largo periodo de monopolio estatal de la emisión había hecho que la televisión fuera percibida como un servicio público. Pese a los rápidos progresos de la televisión privada, eliminar esta visión seguía siendo una ardua tarea.

1994 fue un año en el que el audiovisual había sido uno de los temas de mayor debate en la Unión Europea. Una serie de hechos como la publicación del Libro Verde, sobre el sector audiovisual, los trabajos del Grupo de Reflexión encargados por la Comisión, las negociaciones del GATT, la renovación del programa MEDIA y la Conferencia del Audiovisual habían hecho que los ojos se hubieran puesto sobre todo en este sector como fuente de riqueza para el próximo siglo y también de vehículo de promoción de las identidades culturales que conformaban Europa.

Euronews emitía para toda Europa, de los Urales al Atlántico, y hasta la Cuenca Mediterránea, y gracias a su distribución por satélite, terrestre y cable alcanzaba una audiencia de 44 millones de espectadores <sup>20</sup>.

En el proceso de creación de Euronews, la UER concedía gran importancia a que la cadena fuera un servicio público financiado principalmente mediante recursos también públicos. Sin embargo, tampoco se excluían otras fuentes de financiación. Los presupuestos aprobados por el Parlamento Europeo para Euronews mostraban que la tendencia era que se redujera de forma que la cadena pudiera conseguir financiación por

---

<sup>20</sup> Según los informes internos de la cadena en 1994.

otras fuentes y dejara de necesitar de las subvenciones de las Unión Europea. De hecho, la propia UER había propuesto que se cubriera hasta un tercio de los gastos de funcionamiento con ingresos en concepto de publicidad. En todo caso, era indispensable garantizar la independencia del canal con respecto a las posibles presiones comerciales o políticas como apuntaba Maggiore (1991).

El carácter público parecía asegurar una programación con un contenido creíble, así como de imparcialidad. Sin embargo, a partir de 1994, en Euronews comenzó a participar capital procedente de una empresa privada: Alcatel. Esto respondía en efecto a la oleada de privatización progresiva en amplios sectores de la producción. Era especialmente en el campo audiovisual donde se estaba llevando a cabo con mayor fuerza, ya que, a diferencia de EEUU, en Europa, como ya se ha señalado, los sistemas de televisión siempre se habían caracterizado (en la mayor parte de los países europeos) por ser de carácter público. Terminaría así esta primera etapa de vocación pública y en adelante Euronews se convertiría en un consorcio híbrido, público-privado, de televisión, único por sus características en el mundo.

### **3.6- La vinculación de Euronews con la Unión Europea. La respuesta a los objetivos del Tratado de la Unión Europea (TUE)**

Cuando surge la Unión Europea lo hace como un proceso novedoso en la historia. Euronews era una televisión acorde al modelo político de la Unión, un producto televisivo original y único. Entendemos también el fenómeno Euronews como un ente dinámico y en constante proceso, lo mismo que la estructura de la Unión Europea.

La idea de la construcción europea como proceso la encontramos por ejemplo en el análisis que hace Aldecoa (1992) de la Unión Europea.

Otra idea que queremos destacar es la vocación federal con la que surge la UE, aunque esta idea no aparezca explícitamente reflejada en ningún texto comunitario.

La vocación federalista aparece estudiada por varios autores. Entre otros destacamos algunos como Sidjanski (1998), quien afirmaba que el giro federalista estaba anunciado, confirmado por una serie de disposiciones y métodos que se inspiraban en el enfoque federalista (...). Su pronóstico era que en la medida en que la Comunidad continuara funcionando con un grado de eficacia adaptada a las exigencias del mercado interior y logrando nuevos objetivos, especialmente en los ámbitos de la política monetaria, de las relaciones exteriores y de la seguridad, la vuelta a los métodos

centralizadores era poco probable.

La idea federalizante aparece también en el documento elaborado por el Movimiento Europeo: “Construyamos juntos la Europa del siglo XXI”<sup>21</sup>. Y ver también en Corbett (1993), donde en el apartado 1 del capítulo 4 podemos encontrar un análisis dedicado a la estructura del Tratado y al objetivo federal.

Como ya hemos señalado, el año 1993, fue un año significativo tanto para Euronews como para el proceso de integración europea. Para Euronews marcaba el inicio de sus emisiones. Y para el proceso de integración europea fue importante la puesta en marcha del Mercado Único Europeo, como se ha dicho, y también la entrada en vigor del Tratado de Maastricht, que firmado el 2 de febrero de 1992 tenía prevista su entrada en vigor el 1 de enero de 1993, aunque se demoró hasta el 1 de noviembre. A partir de entonces, la CE pasaría a denominarse Unión Europea (UE), reflejando que no se trataba solo de un vínculo de carácter económico sino de naturaleza política. En la presentación de dicho Tratado se citaba que se deseaba “acrecentar la solidaridad entre los pueblos, dentro del respeto de su historia, de su cultura y de sus tradiciones”<sup>22</sup>.

En la misma página además se comentaba que los firmantes del Tratado estaban resueltos a crear una ciudadanía común y a continuar el proceso de creación de una unión cada vez más estrecha entre los pueblos de Europa, en la que las decisiones se tomaran de la forma más próxima posible a los ciudadanos, de acuerdo con el principio de subsidiariedad.

Euronews contribuía precisamente a la difusión de la cultura europea. Su tarea de difusión y educación suponía un mejor conocimiento entre los pueblos de la Unión. En el Título 1 del Tratado, en el artículo A incluido en las Disposiciones Comunes, constaba que el Tratado de la Unión constituía una nueva etapa en el proceso creador de una Unión cada vez más estrecha entre los pueblos de Europa y en el artículo que sigue se comentaban objetivos tales como: “El fortalecimiento de la unión económica y social”. A continuación, se mencionaba que se había de “afirmar su identidad en el ámbito internacional”. En particular aquí se hacía referencia a una política exterior común y de defensa. Pero nosotros también indicamos el factor de difusión y de proyección de una identidad europea a través de los Medios Audiovisuales. Euronews cumplía esta función

---

<sup>21</sup> Bilbao, Instituto Vasco de Administración Pública, 1999

<sup>22</sup> Tal y como aparece en el *TRATADO DE LA UNIÓN EUROPEA Maastricht*. Apartado de presentación, Ed. Secretaría de Estado para las Comunidades Europeas, 1992, pg 10.

de representación de la Unión Europea hacia el exterior. Respecto a “reforzar la proyección de los derechos e intereses nacionales de sus Estados miembros”, la protección de los intereses de cada uno de los Estados miembros también pasaba por el establecimiento de una política adecuada que contemplara y estableciera las condiciones necesarias para la aparición de un mercado propio de programas europeos.

En el artículo F del Tratado se decía que “la Unión respetará la identidad nacional de sus Estados miembros, cuyos sistemas de gobierno se basarán en los principios democráticos”. Así mismo, se afirmaba que “la Unión respetará los derechos fundamentales tal y como se garantizan en el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales firmado en Roma el 4 de noviembre de 1950”.

Los objetivos de la Unión estaban por tanto claros y, a continuación, se citaba que “la Unión se dotará de los medios necesarios para alcanzar sus objetivos y para llevar a cabo sus políticas”.

El sector de los Medios Audiovisuales y su desarrollo estaba directamente relacionado con el ámbito económico y con el cultural. Así, el título XII en el artículo 151 del posterior Tratado de Amsterdam de 1997 (antiguo título IX, artículo 128) en el apartado de Cultura, se comentaba que “la Comunidad contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común”.

La acción de la Comunidad favorecería la cooperación entre Estados miembros y si fuese necesario, apoyaría y completaría la acción de estos en los siguientes ámbitos:

- 1- Mejora del conocimiento y la difusión de la cultura y la historia de los pueblos miembros.
- 2- La conservación y protección del patrimonio cultural de importancia europea.
- 3- Los intercambios culturales no comerciales.
- 4- La creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual.

En el punto 4 del Tratado, se añadía que la Comunidad tendría en cuenta los aspectos culturales en su actuación en virtud de otras disposiciones del presente Tratado.

Era precisamente en este apartado donde el Tratado de Amsterdam introdujo una novedad “en particular, a fin de respetar y fomentar la diversidad de sus culturas”.

Observamos que era precisamente este punto el que aparecía de forma significativa, ya que el aspecto cultural, y por consiguiente la potenciación del mismo,

era la clave para que la Unión Europea se proyectara con personalidad propia en el escenario internacional.

Por último, comentaremos en el título XIV el aspecto de la cohesión económica y social en cuyo artículo 130 A se decía que “a fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Comunidad, ésta desarrollará y proseguirá su acción encaminada a reforzar su cohesión económica y social”.

La potenciación del sector Audiovisual comunitario llevaría consigo una cohesión económica ya que se trataba de un mercado para el futuro que generaría nuevos puestos de trabajo y sería capaz de abrir nuevos mercados dentro y fuera de la Comunidad. Por otro lado, y ya que se trataba de un producto cultural, esta cohesión económica, implicaba también una cohesión social. La variedad cultural europea constituía una gran baza para la creación de un mercado que contribuiría a que en el ámbito social se diera un gran paso de cara a la formación de una auténtica ciudadanía europea.

La televisión pública europea tenía un papel fundamental en cuanto a mantener la identidad cultural europea. Era probable que los canales comerciales incorporaran en su parrilla gran cantidad de programación norteamericana debido a que resultaban más baratos. Era por ello, como señalaba Blumber (1994:268), que le correspondiera a la televisión pública ocuparse de las necesidades culturales más autónomas.

Sin embargo, esto no significaba ponerse un caparazón y cerrarse a otras identidades culturales; más bien, el papel era el de destacar la capacidad de la sociedad de encontrar en sí misma términos apropiados de adaptación y, de cambio, en respuesta al flujo entrante de comunicación internacional (Blumler, 1994).

Euronews cumplía una función destacada dentro de los objetivos de mantener y preservar la identidad cultural europea. Queremos señalar que en Euronews también se elaboraba producción propia y que ésta había ido incrementándose progresivamente desde sus inicios. El “*know-how*” de la cadena era muy elevado ya que además cada noticia, reportaje, magazine, etc... se difundía en varios idiomas manteniendo la funcionalidad del idioma como portador de las diferentes identidades que convivían en Europa. Euronews respondía a la diversidad de Europa manteniendo y a la vez reforzando estas identidades. En sociedades multiculturales como Bélgica, Suiza y España, Blumler (1994) señalaba que eran necesarios los esfuerzos de apoyo a la diversidad lingüística.

El tiempo transcurrido hasta la firma del tratado de Maastricht (el 7 de febrero de 1992) y las dificultades surgidas en el proceso de su ratificación pusieron de

manifiesto que la conciencia de una identidad europea, incluso concentrada sobre los elementos políticos y jurídicos que indudablemente forman parte de ella, tal como fue formulada por los nueve países miembros de entonces, no aseguraban de por sí una realización rápida y sin roces de la buscada unión. Ello seguiría ocurriendo a medida que el proceso de ampliación a nuevos miembros siguiera evolucionando.

La propia complejidad de Europa, que se caracterizaba por su diversidad, explicaba este hiato entre la idea y la realidad de la Unión. Pero no es menos cierto que la percepción de una identidad fundamental, y sobre esta base, de una comunidad de intereses y de destino histórico, era la condición previa de la ingente tarea común emprendida como señalaba Flores (1994).

El fomento de la riqueza cultural de Europa estaba en manos, salvo notables excepciones, de políticos y burócratas. De ahí subrayaban algunos autores el predominio mucho más imaginativo del capitalismo multinacional para quien la cultura sólo existía como fuente de beneficios. Flores (1994) comentaba, por ejemplo, que, frente a la mundialización de la banalidad televisiva, las naciones tendrían que hacer en el futuro los valores culturales europeos. La televisión era un medio por el que se podía canalizar toda una inmensa riqueza cultural, sobre todo para las producciones cinematográficas europeas que tenía en la televisión un medio de difusión gigantesco mediante los nuevos sistemas de televisión a la carta.

En febrero de 1995, Jacques Santer, presidente entonces de la Comisión Europea, se reunió con cineastas europeos que solicitaban ayudas comunitarias. La ayuda directa a la industria del cine en los 15 Estados miembros de la Unión Europea escondía grandes diferencias entre países. Santer recordó que el apoyo a la industria de programas no era de exclusiva competencia comunitaria. Para ilustrar este hecho se refirió al redactado del artículo 92, posterior artículo 87 del Tratado de Amsterdam, en el que no había variado nada. El Tratado autorizaba las ayudas de Estado “destinadas a promover la cultura y la conservación del patrimonio”, mientras que era más restrictivo en otros sectores (Flores,1994).

### **3.7- Resumen**

De acuerdo con esto, Euronews reunía los requisitos de promoción de la cultura y conservación del patrimonio que aquí se citaban. Sin embargo, la ayuda que recibía de la Unión Europea resultaba insuficiente para todas las actividades que potencialmente

podía llegar a realizar.

Teniendo en cuenta los objetivos fijados en el artículo 128 del Tratado de Maastricht y en el Tratado de Amsterdam, en el artículo 151, relativos al aspecto cultural y audiovisual, lo que destacaba era cómo Euronews respondía a los objetivos que se habían diseñado en ese artículo donde se señalaba lo siguiente: “La comunidad contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común.” El aspecto cultural constituía un factor clave en los objetivos trazados por el Parlamento incluidos en el Tratado de la Unión. Así, la dimensión cultural era un baluarte sobre el que crear y mantener una conciencia europea. En última instancia el objetivo se dirigía a la promoción de una ciudadanía europea.

Euronews respondía claramente al objetivo de la promoción de una ciudadanía europea dado que se trataba de un canal informativo que se emitía en diferentes idiomas que representaban al espectro diverso y multilingüe del panorama europeo.

Esto constituía la salvaguarda de las diferentes culturas que coexistían en Europa. Euronews era la alternativa a otros medios de información que se encontraban en el mercado de la información, principalmente norteamericanos, a través de su programación específica dedicada a varios aspectos de Europa, las diferentes expresiones artísticas, los diferentes países, etc...

Euronews contribuía a poner de relieve el patrimonio cultural común. Recordemos que en ese mismo artículo 151 del Tratado de Amsterdam se hacía referencia a que la acción de la Comunidad facilitaría la colaboración entre los Estados miembros. En este sentido, el canal impulsaba mediante su labor divulgativa la difusión de la cultura europea. Sus magazines con fines didácticos e informativos eran un ejemplo destacado de ello. Y, por lo tanto, también contribuía a lo que se decía en el punto siguiente en referencia a la conservación y protección del patrimonio cultural de importancia europea, y lo que se refería a los intercambios culturales no comerciales.

Respecto a esto último, debemos destacar que la fuente principal de contenidos de Euronews eran las televisiones miembros, que formaban parte de la Unión Europea de Radiodifusión. Entre sus miembros tenía lugar el intercambio de programas con fines no lucrativos. Para resumir, podemos señalar que en el tratado de la UE existía un interés por la conservación y salvaguarda de la identidad cultural europea y Euronews era un proyecto que respondía a todos estos objetivos trazados en el art.151.

Euronews surge en un marco internacional tecnológicamente adecuado y en un

contexto que permitía observar su papel como elemento audiovisual para la salvaguarda de los intereses de los europeos.

El análisis del contexto internacional del momento es lo que precisamente permite entender su necesidad y por lo tanto su vinculación con los objetivos trazados en el TUE.

Vistos los proyectos que antecedieron a la aparición de Euronews, Eurikon y Europa TV, se hace más fácil entender que un canal como Euronews tuviera que tener un papel como expresión de la identidad europea.

Queremos subrayar de nuevo que Euronews surge cuando, con el Tratado de Maastricht, el proceso de integración en Europa daba un paso más y la Comunidad Europea pasaba a denominarse Unión Europea. Se trata de un avance cualitativo en el proceso político y Euronews era una expresión de ello.

El mismo diseño político que se estaba conformando en Europa demandaba un medio de comunicación audiovisual que respondiera a los intereses de este proceso emergente. Euronews era la respuesta a esta demanda.

Los anteriores esfuerzos por configurar un servicio televisivo europeo de información habían fracasado. Euronews ayudaría a mantener el acervo comunitario y a formar unos lazos de unión entre todos los europeos sin dejar de constituir al mismo tiempo un reflejo de los avances y retrocesos que sufriría el proceso de construcción europea.

## CAPITULO 4

### 4- EL FUNCIONAMIENTO DE EURONEWS COMO PROYECTO POLÍTICO AUDIOVISUAL EUROPEO: SUS OBJETIVOS, CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES (1993-2003)



## 4.1- Introducción

¿Cuál era el objetivo con el que nació Euronews? ¿Qué características tenía que lo hacían diferente respecto a otros canales de televisión? ¿Qué funciones desempeñaba en el panorama audiovisual internacional? Para dar respuesta a todas estas cuestiones desarrollamos el siguiente capítulo.

Este trabajo comprende el análisis de la cadena desde el 1 de enero de 1993, fecha que señalaba la primera emisión de Euronews, y el año 2003, cuando se cumplían sus diez primeros años de emisión.

La característica principal de un canal de televisión informativa como era Euronews es que se trataba de un modelo de cooperación en el ámbito de la información audiovisual y por tanto, se diferenciaba de un mero sistema de intercambios y lo contemplamos consecuentemente como un proyecto político audiovisual. Detrás de este modelo existía, por tanto, una decisión política que obedecía a una necesidad suscitada a partir del proceso de integración que se estaba dando en Europa; un proceso que no tenía precedentes y que resultaba cualitativamente diferente de otros procesos de integración que tenían lugar en el mundo.

Los objetivos con los que partía la cadena resultan premisos para entender sus características y sus funciones. Teniendo en cuenta una serie de consideraciones como el contexto internacional, por un lado, y el propio proceso de integración europea, por otro, que demandaba una serie de necesidades tanto políticas como económicas, se hace más comprensible desvelar cuáles eran los objetivos de partida de Euronews.

En cuanto al análisis de las características, a partir de éste se nos descubrirá una cadena de televisión con un perfil ciertamente diferenciado y singular respecto a otras televisiones existentes en esta época y que pudo suponer lo que denominamos “la vanguardia del periodismo del siglo XXI”.

Los comienzos de Euronews otorgaban a la cadena un carácter de televisión alternativa o complementaria. Sin embargo, profundizando en su filosofía de partida y en su posterior evolución en esos primeros diez años, podemos señalar que al mismo tiempo subyacía otro perfil que era precisamente el de ser “la voz de Europa en el mundo”, como versaba el que fuera su primer eslógan.

## 4.2- Euronews como modelo de cooperación informativa y como superación del sistema de intercambios

Cuando hablamos de cooperación, hacemos referencia a un proceso en continuo movimiento. La cooperación se basa en la reciprocidad, el intercambio y la acción común (Sanabria,1994). Ésta última es necesaria para establecer enlaces técnicos entre países, negociar contratos; para hacer valer los problemas y los puntos de vista de la radiodifusión en los foros internacionales. Entre los tipos de cooperación pueden darse multilaterales o internacionales.

Un claro ejemplo de cooperación internacional era la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), creada por la Conferencia de Madrid de 1932 mediante la que se establecieron las competencias para la regulación de las distintas modalidades de telecomunicación existentes.

En cuanto a la cooperación europea en materia de televisión en Europa era entonces un fenómeno relativamente nuevo. Esto se debía a las características propias del contexto legislativo europeo en este campo tales como: dispersión administrativa, un sector débil; bajos presupuestos; productos poco vendibles; grupos privados con poca proyección internacional; y exportaciones reducidas.

Las asociaciones internacionales jugaban un papel muy activo en el entramado comunicacional internacional. Entre ellas, podían distinguirse las que tradicionalmente cumplían un papel casi público, y las más nuevas, estrictamente privadas, tanto en su actividad como en su titularidad. Entre las primeras destacamos la OIRT (ya desaparecida), la UER o la OTI, entre otras.

La Organización Internacional de Radio y Televisión (OIRT), surgió en 1946. Su sede estaba en Praga y agrupaba a 23 países de Europa central y oriental. La mayor parte de estos había pasado a integrarse en la UER. De hecho, en la LXVII sesión celebrada en Sofía, 40 cadenas, que representaban mayoritariamente las cadenas principales de los países integrados en el Pacto de Varsovia, aprobaron por votación secreta unirse a la UER, (Sanabria,1994:212).

La Unión Europea de Radiodifusión (UER) que data de 1950 tenía (y tiene) su sede en Ginebra. Esta asociación había dado lugar a una intensa tarea de colaboración entre todos sus miembros destacando los intercambios de programas y la cooperación informativa.

La Organización de Televisión Iberoamericana (OTI) se creó en México en 1971. Formaban parte de ella los países iberoamericanos y por supuesto España y Portugal. Se pueden citar otras agrupaciones como eran:

- *Arab States Broadcasting Union (ASBU)*, de 1969. Esta asociación estaba compuesta por los países de la Liga Árabe y tenía y tiene su sede en Túnez.
- La *Union de Radio et Télévisions Nationales d'Afrique (URTNA)*. Se creó en 1962 y tenía y sigue teniendo su sede en Dakar.
- *Asian Broadcasting Union (ABU)*, de 1964, Reunía a los países asiáticos y del Pacífico. Su secretaría en 2020 está en Kuala Lumpur.
- *Caribbean Broadcasting Union (CBU)*, de 1970. Agrupaba a los países del Caribe y por último la
- *Commonwealth Broadcasting Association (CBA)* de 1974, formada por unos 65 países Ceballos (1995). Los países que aparecían en esta lista reconocían a la Reina de Inglaterra como cabeza de la Commonwealth. Irlanda, Sudáfrica y Pakistán abandonaron la Comunidad en 1949, 1961 y 1972 respectivamente. Sudáfrica había vuelto a la Commonwealth en 1994. Cada uno de estos países estaba además representado ante los demás por un Alto Comisario con rango de embajador <sup>1</sup>.

Entre las agrupaciones privadas destacaban algunas como la AIR, CEPI, ACT, AER/EBA y GEP (Ceballos, 1995). La Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) nació en México en 1946 y estaba compuesta solamente por empresas privadas de radiotelevisión de América Latina. La Coordinadora Europea de Productoras Independientes (CEPI) estaba integrada por nueve asociaciones de productores independientes de la Europa comunitaria.

La Asociación de Televisión Comerciales Europeas contaba con unas doce sociedades privadas que cubrían, según sus miembros, el 50% de la audiencia potencial europea. La Compañía Europea de Producción para el Mercado Internacional estaba ligada a la anterior.

Otra entidad privada era la Asociación Europea de Radiodifusión Privada (AER/EBA) que nació en 1992 y surgió como réplica de las radiodifusiones privadas a la UER/EBU. Por último, en este grupo señalamos también el Grupo Europeo de Producción (GEP), formado por siete organizaciones de naciones europeas.

---

<sup>1</sup> Para ver la relación de los mismos ver: Ceballos López (1995)

Existían uniones regionales de radiodifusión en Europa, Asia, Africa y América. En Europa, además de la Unión Europea de Radiodifusión UER, existía la ACT (*Association of Commercial Television*).

Hemos mencionado que en la UER se producía un intercambio de noticias entre los países asociados denominado *Eurovision*. Este sistema de intercambio se realizaba durante la mañana, tarde o a primeras horas de la noche, y los temas eran variados, sobre todo, sucesos, grandes acontecimientos y deportes.

Además de este sistema de *Eurovision* de la UER, en otras organizaciones similares también se establecía un modelo similar de intercambio de noticias y programas entre los que destacamos los siguientes: Asiavisión, de la *Asian Broadcasting Union*, (ABU); Aravisión de la *Arabia State Broadcasting Union* (ASBU); el *Servicio iberoamericano de noticias* (SIN); y *Nordvisión* entre las televisiones de Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia.

En la UER, además de *Eurovision*, existía el llamado *Euroradio*, que consistía en un sistema de intercambio de programas de radio. Se producían intercambios de música clásica, folklórica, etc. Este sistema había contribuido, en el caso de España, por ejemplo, como señalaba Montes (1995), a cambiar la imagen un poco estereotipada y reflejaba el flamenco en un aspecto más cultural entre los distintos tipos de música que existían en Europa dando a conocer un continente rico en matices que tenía mucho que ofrecer.

Esto sirve como ejemplo ilustrativo de las posibilidades y los efectos de formar parte un proyecto o asociación de estas características para exportar al exterior la imagen de un país, acontecimiento, personaje, actividades culturales, etc...

A continuación, detallamos algunas de las numerosas asociaciones internacionales del momento (Sanabria,1994):

-*Asociación Internacional de Radiodifusión*, AIR.

-*Commonwealth Broadcasting Association*, CBA.

-*Communauté des radios publiques de Langue Francaise*, CRFLF.

-*Communauté des Télévisions Francophones*, CTF.

-*Conseil International des Radio-Télévisions d'Expression Francaise*, CIRTEF

-*Cooperative internationales de reserche et d'action en Materie de Communication*, CIRCOM.

-*Fédération Internationales desArchives de télévision*, FIAT (Llevaba a cabo el control de las condiciones técnicas del material)

- *Grupo Europeo de producción, GEP*
- *European coproduction Association, ECA*
- *Groupment Européen de Production, GEP*
- *Hoso Bunka Foundation, HBF* (NHKTokio). En este grupo de investigación se encontraban trabajando un grupo de españoles en temas de televisión de Alta Definición
- *International Public Television Screening*
- *International Institute of Communication, TIC*
- *Organisation des Radiodifution des Etates Islamiques, ORET*
- *Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión, URTI*

Otras asociaciones religiosas eran:

- *Association catholique Internationales pour la radio et la television.*
- *World Association for Christian Communication WACC*

Pero en Europa, como explicaba Sanabria (1994:211), “la radiotelevisión de cada país ignoró durante años a sus vecinos o fue su rival callado. El desarrollo interno y externo de estos medios y su liberalización en el ámbito occidental desató una profunda competición entre ellos y la consecuencia fue la concentración empresarial, pero otra de ellas ha sido la cooperación”. Esta cooperación se dio sobre todo entre emisoras europeas, mucho más débiles en cuestión de producción que las americanas.

Respecto a la cooperación europea, en el aspecto normativo destaca la Directiva sobre televisión transfronteriza, y en el aspecto práctico, los programas Eureka y MEDIA. El marco de la cooperación no era exclusivamente la Unión Europea, sino que lo había sido a lo largo de los años en estas materias el Consejo de Europa.

Sanabria (1994:212) señalaba que la armonía de ambas había llevado su tiempo, pero habían advertido la necesidad de una cooperación mutua. Apuntaba que, en el campo de los intercambios, la calidad de los mismos había variado a lo largo del tiempo y que estos intercambios o colaboraciones se manifestaban en el campo legal, económico y tecnológico. A diferencia de los que se daban en el pasado, más de carácter meramente informativo. En intercambios y colaboraciones de este tipo es donde este autor incluye Eurovisión, Euronews y el Servicio Iberoamericano de Noticias (SIN).

Recordamos que, en el caso de Eurovisión, se trataba de una red informativa muy amplia que funcionaba en el seno de la UER gracias a la colaboración de 94 miembros asociados pertenecientes a 64 países. Los servicios informativos se encontraban en Ginebra, el centro técnico estaba en Bruselas y existía una oficina en Nueva York que mantenía contactos con redes de Estados Unidos y Canadá. El coordinador del servicio

(que se renovaba cada 15 días para evitar la permanencia de un país dado) tomaba las decisiones sobre la aceptación o rechazo de noticias, lo que le otorgaba una gran capacidad para determinar el importante flujo informativo que allí tenía lugar. Cada mañana existía una conferencia en la que se determinaba el interés de las noticias. Cuando se tomaba la decisión, se comunicaba a las emisoras asociadas que se hallaban en el terreno correspondiente. Los intercambios, tanto para las entradas como para las salidas, se producían dos veces al día. Cada país solicitaba lo que deseaba y había conversaciones continuas para ajustar tanto la cantidad como la calidad de la información y concertar los distintos intereses en juego. Existía un predominio de las noticias de tipo político, más de la mitad referentes a Europa.

El Servicio Iberoamericano de Noticias (SIN) por otro lado, era el correspondiente a la OTI, que mantenía contactos intensos entre sus miembros por satélite. El centro de coordinación estaba en RTVE, donde se celebraba una conferencia diaria de redacción y desde la que se establecían contactos con Eurovisión para recíprocos intercambios si así se solicitaba. Para la organización europea constituía una fuente de primera mano respecto a informaciones sobre Iberoamérica que se podían contrastar por las ofrecidas por la oficina de Nueva York.

Respecto a Euronews, diremos que si bien en su estructura de trabajo se utilizaban de forma fundamental los intercambios de noticias que cada día tenían lugar en Bruselas, no resulta adecuado situar a Euronews como un sistema más de intercambio como los anteriores.

Cualitativamente poseía una estructura diferente. Se trataba de un canal de televisión a diferencia de los anteriores, que emitía información de forma continua, pero que no se nutría exclusivamente de los intercambios de la UER.

También se abastecía de las agencias de noticias y poseía algo de producción propia. No se puede catalogar a Euronews, por tanto, como un servicio de la UER exclusivamente.

#### **4.3- Los objetivos de Euronews como respuesta las necesidades políticas y económicas de la Unión Europea**

En el informe final del proyecto Euronews se daba por supuesto que se trataría de una entidad que sería avalada por los servicios públicos audiovisuales de los países participantes en el mismo. Una de las conclusiones del Informe recoge lo siguiente: “Euronews, cadena de televisión por satélite consagrada a la actualidad, difundida a los

telespectadores de la zona europea de radiodifusión, puede ser la contribución común de los miembros de la UER que deseen asociarse a la constitución de un espacio audiovisual europeo” (González,1995:39)

El Consejo de Administración y posteriormente la Asamblea General consideraron que la creación de Euronews respondía a exigencias tanto políticas como económicas.

Para que Euronews fuera competitiva, el Grupo de estudios estableció algunas características fundamentales de la cadena. Además de ser su fuente principal la riqueza de imágenes procedentes de las televisiones públicas integradas en la UER, se daría una progresión rápida en la franja horaria de emisión. Se pasó así en 18 meses de 9 a 24 horas diarias de emisión.

El final del siglo XX, además estaría marcado por los imperios comunicativos. Aunque como señalaba Gubern (1994), la tendencia de la concentración mediática se había comenzado a manifestar ya a principios de ese siglo. La prensa aliada al cine, más tarde a la radio y luego a la televisión seguía “una secuencia lógica e integradora de los sucesivos medios mutuamente potenciados en virtud del principio del sinergismo” Gubern (1994:299)

Este proceso había desembocado en el gigantismo de las llamadas megacompañías de comunicación. La primera vez que se utilizó esta expresión fue para definir la fusión de las compañías matrices que generaron en 1989 la Time-Warner.

Después de esto, se vaticinó que la industria cultural a nivel mundial estaría controlada por dos o tres empresas norteamericanas, dos europeas y una japonesa; pero como comentaba Gubern (1994), eso no fue así. En 1989 se inició una carrera por todo lo alto por parte de la compañía electrónica japonesa Sony para acceder a las factorías audiovisuales de Hollywood. Por otro lado, la información cada vez constituía un elemento más importante para la toma de decisiones; decisiones de tipo personal, empresarial o incluso estatal.

La información en sí es un elemento clave que puede determinar incluso la política de un gobierno en el campo de las relaciones internacionales. A los grupos sociales que habían de tomar una decisión les interesaba tener la información “aquí y ahora”.

Por ello, iban proliferando las cadenas de televisión dedicadas íntegramente a información: es el caso de CNN, Euronews, o el canal Telenoticias entre otros, si bien cada una tenía características diferenciadas. Tampoco hay que dejar de lado la idea de

que, aunque el mundo de los informativos pretende ser objetivo, siempre está mediado bien por las fuentes, por los profesionales, y sobre todo por la estructura social que se esconde detrás.

La Unión Europea como proceso de integración demandaba unas necesidades informativas propias que recogieran las inquietudes políticas y económicas, y Euronews venía a representar precisamente éstas.

Cuando se estaban dibujando los primeros esbozos de lo que llegaría a ser Euronews, la asamblea de la UER consideraba que se trataba del mayor reto colectivo de la última década del siglo XX, según señalaba González (1995).

En el contexto político internacional, fue en el verano de 1989 cuando Mijail Gorbachov con su “Perestroika” estaba dando un giro de 180° a la imagen que hasta entonces había tenido la URSS. En esos momentos, aún no había caído el Muro de Berlín, aunque los países del Este habían entrado en una fase de despertar de su letargo anterior.

La imagen de la Europa próspera se contraponía a la de los países del Este y la situación desbordaba las previsiones que ni siquiera la Policía podía contener: “La desbandada de los que quieren huir hacia la Europa próspera rompe las fronteras, haciendo inútiles los desesperados esfuerzos de policías, como ocurrió en Checoslovaquia, por contener la avalancha” (González,1995:10). Euronews surgía en un contexto, por tanto, en el que Europa había de dar respuesta a la necesidad de crear una Europa fuerte y articular un proceso de integración que hiciera frente a una demanda que el contexto tanto internacional como dentro de Europa estaba reclamando.

#### **4.3.1- Una alternativa en el espacio informativo audiovisual internacional**

Gran parte del impulso que había lanzado la reciente globalización de la televisión había sido de origen comercial y americano. Blumler (1993) destacaba que en ningún otro campo había sido este hecho tan evidente como en el de los informativos dominados por la CNN de Ted Turner. El autor destacaba que se hacía necesario lanzar una alternativa desde Europa ante el monopolio de la información. Además, reseñaba que esa respuesta fuera dirigida por el sector público y que las fuentes de noticias de las empresas públicas más grandes, incluyendo sus cadenas de corresponsales en el extranjero, se asociaran bajo su servicio.

Existía por otro lado, una demanda de información europea que iba en consonancia con la necesidad de crear una Unión Europea con más representación exterior. El catedrático de Relaciones Internacionales Aldecoa (1994) señalaba que en

general el ciudadano tenía una intuición sobre la necesidad de que hacía falta más Europa, “pero no se ha conseguido relacionar esta aspiración general con las elecciones al Parlamento Europeo. Las instituciones comunes, el Parlamento, las fuerzas políticas no han sabido transmitir esa realidad: que precisamente gracias al voto del ciudadano europeo ha cambiado la Comunidad en Unión”<sup>1</sup>. La tarea de hacer llegar esta realidad era la que concernía en gran medida a los Medios Audiovisuales.

En general, y dentro de la industria de programas, se había mantenido como una constante la compra de series norteamericanas en el mercado europeo de la televisión. En 1994, por ejemplo, EEUU vendió a la Unión Europea películas y programas de televisión por valor de más de 4.000 millones de dólares; y compró obras europeas por 346 millones de dólares<sup>2</sup>.

Es decir, Europa era el gran mercado de compra de producciones de televisión americanas. En el campo de la información, además, la CNN emitía un canal especial para Europa.

El hecho de que existiera una cadena con tan importante predominio en el campo de la información a nivel internacional puso en marcha una respuesta europea.

Euronews trataba de suplir la carencia que existía, pero lo hacía de una forma que no tenía precedentes, ya que emitía de forma simultánea en seis idiomas y con posibilidades de ampliarse más idiomas como más adelante sucedería.

El peligro de que no existiera una alternativa estaba en que el monopolio de la información amenazaba a la pluralidad de opiniones. Massimo Fichera, presidente de la cadena hasta mediados de 1996, opinaba que se trataba de “una grata alternativa a las interpretaciones americana y nacionales de los acontecimientos locales y mundiales.

Se puede decir que mientras la CNN estaba cosechando éxitos desde su aparición en 1981 hasta el conflicto de la guerra del Golfo en 1991, cuando llegó su consagración, ¿qué ocurría en Europa? Al otro lado del Atlántico, se comenzaban a dar los primeros intentos de ruptura de monopolio de las cadenas tradicionales de televisión; es decir, de las televisiones públicas. Italia fue quien tomaba la iniciativa en los inicios de privatización. El mercado audiovisual observaba este proceso como algo anecdótico, pero, poco a poco, se empezaba a considerar que comenzaba una nueva época en Europa. Como comentaba González (1995), los primeros que empezaban a darse cuenta de ello eran los representantes

---

<sup>1</sup> En: Martin, J (1994) Una campaña electoral desvirtuada en: Francisco en entrevista realizada a F. Aldecoa para *El Correo*, Sábado 11 de junio, pg 18.

<sup>2</sup> Según datos aparecidos en el artículo de: Vidal-Foch y González (1995)

de Italia, Francia y España ante la Unión Europea de Radiodifusión. Estos eran: Octavio Di Lorenzo (RAI), Gerard Decqu (FR 3) y Javier de Juan Aracil (TVE) quienes constataban que crecía la avalancha de televisiones privadas que solicitaban ingresar en la UER y disponer del intercambio de imágenes entre sus miembros puesto en marcha en 1960. Se puede decir que de aquí también parten los orígenes de Euronews.

El anuncio del concepto de una super autopista de la información realizado por el presidente de los Estados Unidos, Bill Clinton en febrero de 1993, en Silicon Valley, capaz de unir los hogares, los negocios, las escuelas y las bibliotecas dotadas de ordenadores con bases de datos y archivos públicos, fue una manera de indicar que la política del gobierno norteamericano iba en sentido de integración, con el propósito de hacer llegar al ciudadano una amplia gama de información y servicios administrativos. Al Gore, entonces vicepresidente, había calificado esta actividad como el mercado más importante y lucrativo del siglo XX (Blanco Losada,1994).

Este tipo de actividades no sólo encerraban una enorme importancia económica, sino también social y cultural, hasta el punto de que las decisiones que se adoptaran podían configurar el mundo del futuro de un modo u otro.

Como constataba Blanco Losada (1994), también la prensa citaba las palabras del cineasta alemán Win Wenders, asegurando que "Europa se convertirá en el Tercer Mundo si se incluye en el acuerdo comercial del GATT que se está negociando a los audiovisuales". Se refería al hecho de que el proyecto de acuerdo pretendía suprimir las cuotas de cine europeo impuestas a las televisiones de los países de la Comunidad, la anulación de toda política comunitaria de protección de la creación audiovisual, y la abolición de los acuerdos bilaterales con países terceros para promover las coproducciones internacionales. Esto conduciría a la pérdida de las identidades culturales, al permitir que el mundo quedara dominado por la cultura estadounidense, país que ya contaba con entre un 55 y 93% de los mercados nacionales europeos<sup>2</sup>.

Digamos de paso que la evolución de la industria audiovisual se presentaba como una de las más importantes del siglo XXI. El tótem tecnológico de este nuevo modelo de comunicación planetaria" lo suministró el satélite de difusión directa, que materializaba de modo gráfico el imperio de los flujos informativos del Norte sobre los mercados/colonias del Sur y de los del Oeste sobre los del Este<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Ver en Blanco Losada, Manuel (1994) Las telecomunicaciones inteligentes, posibilidades y aplicación de la interactividad en VVAA (1994) *Apuntes de la sociedad interactiva*, Fundesco, pags 193-194

<sup>3</sup> En: Gubern, Román (1994) Poder comunicativo y debilidad ideológica, en: VVAA (1994) *Apuntes de*

En el mercado del audiovisual, como en el de las nuevas tecnologías, los países con menos posibilidades se veían obligados a depender de otros. Ante esta perspectiva, la alianza de un grupo de países en torno a un mercado era una salida. Este tipo de alianzas eran las que señalaba Mattelart (1984) cuando hablaba de conflictos culturales, dependencia tecnológica y, en general, sobre el mundo de la información a nivel transnacional.

El autor proponía a los países del sur una alianza con lo que él llamaba “la alternativa europea”: “*We are hardly in a position to propose to the countries of the South an alliance with a European alternative*”

Nos referiremos al apartado titulado: *Industrial Europe*, en donde hacía referencia a los problemas apuntados <sup>4</sup>

Situándonos en el marco de la industria europea de programas, el principal riesgo al que se enfrentaba se resume en: segregación en segmentos de mercados locales, sin aprovechamiento del crecimiento global del sector audiovisual.

Aunque en algunos Estados miembros, la industria había podido sacar provecho del primer auge debido a la multiplicación del número de servicios audiovisuales o al desarrollo del mercado del vídeo, la mayoría de las veces se operaba desde una perspectiva a corto plazo, sin borrar el déficit crónico de la producción y sin constituir catálogos atractivos en otros mercados.

La industria norteamericana, por el contrario, había sabido aprovechar plenamente este auge del mercado europeo, no dudando, por otro lado, en invertir en su desarrollo (mercado del vídeo, televisión de pago, reconstitución de redes de salas...).

Sus cuotas de mercado se habían consolidado y, por el efecto de palanca de sus catálogos, constituía un socio inevitable en el lanzamiento de cualquier nuevo tipo de

---

*la Sociedad Interactiva*, Fundesco, pg139.

<sup>4</sup> ”However, the future of industry in Europe also weighs heavily on the Third world. In the context of a re-definition of North-South relations, the model of escaping still further an already narrow margin for manouvre. For it implies international alliances with strenghten still further, despite some conflicts of interest, relations between the large, industrialised countries. This priority given to penetrating the American market, that tendency to bring home, as a result of automation work from factories using cheap labour, the difficulties in constructing an Industrial Europe. (...),from this point of view, the feeling of impotence among countries without an industrial infrastucture for the new tecnologies goes hand in hand with the following certainty: writes an spanish researcher: the news audiovisual technologies considerably increase dependency on outside econonic forces, that is the multinational of Audiovisual products.”)

servicios. Con la “revolución digital”, el mercado europeo estaba abocado a constituir la baza principal de cualquier lucha por el mercado mundial.

Solo una industria auténticamente europea, apoyada en sus operadores más poderosos, podría soportar la competencia de la que se librarían inevitablemente los gigantes mundiales de la comunicación (Mattellart,1984)

#### 4.3.2- La oferta de una programación especializada

Euronews surgió como un canal temático especializado en información resultado de la puesta en marcha de las tecnologías que habían posibilitado la aparición de canales que emitían vía satélite o por cable. Ramonet (1983) comentaba que el desarrollo de la informática y sus implicaciones en el campo general de la comunicación constituía uno de los grandes acontecimientos de ruptura social en la historia de la humanidad. Señalaba el autor que hasta no hacía mucho tiempo el desarrollo económico de un Estado se calculaba según sus tasas de producción de acero, de cemento o de materias plásticas, pero que en el futuro estaría determinado por su capacidad de producir información. De este modo, la comunicación se había convertido en el producto industrial más importante.

Todo el sistema tradicional de producción estaba cambiando. Muchas de las viejas industrias consideradas hasta hacía poco como fundamentales (siderurgia, astilleros, textil...) estaban siendo transferidas masivamente hacia el Tercer Mundo. Mientras tanto, en EEUU, en la década de los 80, más del 50% de la población activa trabajaba ya en los sectores de comunicación.

En esos mismos años, en Europa se venía dando un debate sobre la situación de la televisión. En Europa, desde sus orígenes, y de forma generalizada a diferencia de EEUU, el régimen de la televisión se había mantenido dentro de un sistema de monopolio por parte de los respectivos gobiernos. Con la llegada de las nuevas tecnologías, fueron surgiendo los canales privados que podían ser generalistas o temáticos. En los años 90 surgiría un fuerte debate sobre la televisión generalista y su progresivo debilitamiento en favor de los canales temáticos en el continente europeo.

Se ha de señalar que el hecho de que un canal se especialice en un tema no significa que tenga una incidencia directa sobre el debilitamiento del sistema democrático o que se vaya en detrimento de valores democráticos, sino que el subscriptor puede tener acceso a unos canales que sean acordes con sus gustos sin tener por ello que perder los valores democráticos que cualquier canal, sea especializado o no, puede desempeñar. Es decir, un canal temático puede de igual manera contribuir a favorecer los mensajes de

solidaridad y de conocimiento mutuo y comprensión entre todos los habitantes de la Tierra. Por supuesto, se trata de un trabajo complejo que requiere unos profesionales formados adecuadamente.

Los Medios de Comunicación Social en esos años asistían a unos acontecimientos en los que se iban a ver implicados las denominadas Autopistas de la Información; es decir, la confluencia de los Medios de Comunicación Audiovisual y la Informática.

Esta era la perspectiva de un nuevo marco que, en principio, tardaría en llegar o en instalarse en todos los países puesto que existían grandes diferencias entre los sistemas de comunicación de los países más avanzados y los más retrasados en materia de tecnología.

#### **4.3.3- El primer canal europeo multilingüe dedicado a la información**

La originalidad de Euronews residía entre otras características precisamente en que emitía en varios idiomas de forma simultánea. Desde su primera emisión el 1 de enero de 1993 y hasta 1998, la emisión se realizaba en cinco idiomas: inglés, italiano, francés, alemán y español.

De forma progresiva se fue ampliando hasta trece idiomas, incluidos el árabe y el ruso. En 1999 empezaba sus emisiones en portugués, coincidiendo con el paso de la señal analógica a la digital. En el año 2001, comenzaron las emisiones en ruso. Posteriormente, y fuera ya del marco de esta investigación, queremos señalar que en 2008 fue en árabe, en 2009 y 2010, en turco y ; y en 2011, en ucraniano.

El hecho de incorporar el idioma árabe venía dado por la recepción de Euronews en la zona del mediterránea y de los países accionistas como Egipto, Argelia y Túnez. El portugués, por otro lado, abría unas posibilidades de expansión interesantes hacia Brasil, por un lado, y hacia Angola, por otro, antiguas colonias portuguesas.

#### **4.3.4- Una cadena distinta a la CNN norteamericana**

El espíritu que movió a los primeros fundadores de la cadena fue sin duda combatir la “invasión” informativa llevada a cabo por la CNN y otros canales. Pero es sobre todo en torno a la CNN con la que desde un principio se habían buscado similitudes, si bien ambas cadenas diferían en cuanto a los motivos de su aparición, modo de trabajo y financiación, entre otros aspectos.

Eran numerosas las referencias informativas que surgieron en torno a esta comparación llegando incluso a denominar a Euronews, como “la CNN europea”. Sin

embargo, posteriormente, dejando atrás las referencias a los parecidos con la CNN se dejaron ver claramente sus diferencias y Euronews se situaba más bien como respuesta informativa europea ante la hegemonía hasta entonces de EEUU. La BBC británica, además, comenzaba sus maniobras de abrirse camino en el marco internacional de la información al mismo tiempo que Euronews, como se recogía en esta información de prensa donde se habla de las nuevas actividades de la BBC que pretendía impulsar un canal de noticias para Latinoamérica. “La decisión de la BBC de potenciar su servicio mundial de información coincide, y de algún modo interfiere, con Euronews, proyecto diseñado y financiado por la Comunidad Europea para ofrecer una alternativa a la actual hegemonía norteamericana en la información continua que encarna la cadena privada CNN”<sup>5</sup>.

La puesta en marcha de Euronews llegaba en un momento de plena expansión de las tecnologías de la información (televisión por satélite y por cable), y es por ello que constituía la reacción ante este supuesto “imperialismo informativo” (Maggiore,1990).

Se trataba pues, de uno de los diversos intentos, dentro de una política mucho más amplia en el sector de la imagen, de ofrecer una respuesta europea a “la colonización” informativa audiovisual que sufría continuamente el viejo continente por parte de los Estados Unidos.

Desde luego, se trataba de un proyecto ambicioso que llegaba en un momento determinado porque parecía necesario dentro del contexto informativo internacional. Sin embargo, pocos sospechaban que viera fácilmente la luz una idea como aquella. Por ejemplo, en 1990, Matteo Maggiore ponía de manifiesto que existirían varios programas de Información dirigidos a Europa, pero que ninguno sería europeo.

Euronews nacía con una vocación europeísta, con el objetivo de ser una cadena hecha por europeos y para europeos además de alternativa a la CNN.

Euronews, pese a los embates y situaciones adversas del principio había seguido adelante. El canal con emisiones en cinco idiomas recordemos sufrió la retirada de las cadenas BBC británica y ZDF alemana<sup>6</sup> aunque hay que destacar que, según fuentes de la cadena Euronews, Gran Bretaña nunca había estado dentro del proyecto como accionista. Respecto a Alemania, en 1994 se habían empezado a tramitar las posibilidades para que entrara a formar parte del consorcio creado por las televisiones miembros de Euronews. Esto solo sería posible a partir de la creación de una nueva

---

<sup>5</sup> Ver en: *El País*,29/4/1992

<sup>6</sup> Esta información apareció en la prensa. Ver *La Vanguardia*, 10 de noviembre de 1992

entidad que permitiera a la legislación alemana adaptarse al proyecto Euronews.

El hecho de que no hubiera un acuerdo unánime por parte de todos los países miembros para abogar por una causa común pone de manifiesto el contexto del sector audiovisual europeo en aquel momento y la necesidad de promover “un mismo espíritu” que estrechara los lazos de colaboración entre los europeos.

El panorama audiovisual cambiaba conforme evolucionaba también la sociedad internacional. En cuanto a Euronews, Alemania se mostraba reticente. Esto se explicaba teniendo en cuenta que derribado el Muro de Berlín y en fase del proceso de unificación, existía la sospecha en la UER de que el gobierno de Bonn (entonces capital de la República Federal Alemana) abrigaba grandes designios para la Europa del Este, como apuntaba González (1995).

La aparición de Euronews fue, por ello, ciertamente significativa. Se trataba de una clara reacción ante la aparición de otros sistemas de noticias no europeos pero orientados hacia Europa como la mencionada cadena americana de noticias CNN que había conseguido gran éxito en Europa, sobre todo a partir de la Guerra del Golfo Pérsico (Julio 1990) y otros proyectos similares como el canal de noticias vía satélite puesto en marcha por la NHK japonesa, un proyecto similar de la *Canadian Broadcasting Corporation*, el de Televisa, la poderosa emisora privada mexicana (que podía captarse en todo el territorio de EEUU y también en Europa).

La programación sería la primera que estaba concebida por un equipo europeo y para europeos, no sólo en cuanto a su composición sino por cuanto que se materializaría el acervo común que había sabido crear y desarrollar el sistema Eurovisión en el marco de la UER.

#### 4.3.5- La “voz de Europa” en el mundo

Esta vocación europeísta se dejaba ver en el mismo proceso de formación de Euronews. De hecho, tanto el desmoronamiento de los sistemas comunistas en el Este como la aceleración que se producía de forma simultánea del proceso de integración europea forzaba la velocidad del proceso de aparición de Euronews. Así, todo había de estar preparado para su lanzamiento el 1 de enero de 1993, fecha clave que marcaba la entrada en vigor del Mercado Interior Europeo.

Vocación europeísta también por cuanto que Euronews era una cadena principalmente de imágenes, de comentarios en off, donde abundaban las representaciones gráficas y los subtítulos e indicaciones en la pantalla. Estas

características eran consecuencia de las condiciones que presentaba el hecho de emitir en varios idiomas diferentes, lo que hacía que Euronews tuviera un distintivo auténticamente europeo.

Lo cierto es que habían sido muchos los detractores de este proyecto incluso cuando ya se había puesto en marcha. Pero se trataba, de todos modos, de un modelo de televisión que había ido saliendo adelante pese todo. Por supuesto, el llevarlo a cabo no estuvo exento de problemas, pero esto no lo diferenciaba de otro tipo de canales incluso de otro tipo de empresas.

Lo que se echaba en falta quizá era una verdadera voluntad política para que ocupara un lugar destacado en el panorama internacional. Euronews había nacido con una vocación inequívocamente europeísta. Es por ello que un proyecto como éste no podía retroceder si se tiene en cuenta que el proyecto político europeo se estaba configurando en un marco internacional en el que la información era un elemento clave de acción. El sector de la información y de la televisión en su conjunto actuaba como un elemento más de poder y era un factor fundamental para el desarrollo, la educación y la cultura de los ciudadanos.

Por otro lado, y teniendo en cuenta que las instituciones europeas eran los temas prioritarios de la cadena, era evidente la labor de difusión y al mismo tiempo de formación que se realizaba por cuanto que se daban a conocer los instrumentos clave para la formación política de Europa en una doble vertiente: Respecto a los ciudadanos europeos, el conocimiento de las instituciones y las actividades que éstas desempeñaban era un elemento fundamental que servía en cierto modo de cohesión y de formación de una conciencia común. Y en relación a los espectadores de países no pertenecientes a la Unión Europea, la imagen e información acerca de las instituciones europeas contribuía a crear y reforzar una anatomía más precisa de la Unión Europea en el ámbito internacional.

#### **4.4- Las características de Euronews hacia la vanguardia del periodismo del siglo XXI**

Los rasgos que presentaba Euronews en su aparición que hacían que se distinguiera de las demás televisiones eran los siguientes:

- 1- Existencia de una sede única. Muchas cadenas de televisión poseían varias localizaciones geográficas. Sin embargo, Euronews disponía de una sede única en Lyon, Francia.

2- Ausencia de locutores. Euronews poseía un estilo propio que venía dado por el hecho de que los equipos de redactores eran de diferentes nacionalidades. Por otro lado, el hecho de que no aparecieran locutores hacía que no fuera mediatizada la información por un determinado rostro.

Los espacios poseían un estilo propio y se señalaba que “la no existencia de presentadores ha contribuido a perfilar un estilo sobrio ante el telespectador.

Según sus directivos, Euronews se inspiraba en la riqueza de cobertura informativa y del material de redacción de los miembros de la UER. Y en la emisión en pantalla no aparecían presentadores o entrevistadores, sino únicamente imágenes y gráficos.

Respecto a la publicidad, en principio, se trataba de un porcentaje mínimo, pero no se descartaba la posibilidad de ampliación. Pero, en efecto, durante los primeros años de emisión, la publicidad era escasa <sup>7</sup>.

Euronews, tenía una forma de presentación específica, se concentraba en las imágenes y en los hechos, y ello había contribuido en alguna medida a que los espectadores de la cadena fueran en su mayoría jóvenes y de categoría profesional elevada, según ponía de manifiesto un estudio del Instituto Konso de Suiza <sup>8</sup>.

En los programas de noticias, como apuntaba Torán (1982), en los llamados informativos o los telediarios convencionales, los locutores podían adoptar dos posiciones según se tratara. En algunos casos, intentaban mantener un tono de voz y un estado anímico estable, y en otros mostraban una modulación emotiva del discurso. Esos locutores que intentaban hacer más rica nuestra experiencia vicarial mediante la máxima emotividad de su discurso difícilmente serían soportables en un programa de televisión en directo, donde la imagen y el sonido ambiente cumplen perfectamente la función expresiva.

El comentarista, según señalaba Torán (1982), tenía derecho a conmoverse, lo que a veces podía ser muy eficaz para transmitir el estado emocional de los espectadores presentes en el lugar del acontecimiento. Al fin y al cabo, no tenía que mantener la postura propia del presentador del telediario. “Pero no se debe olvidar que toda emoción que acuse significa una interpretación de los hechos, e incluso una toma de partido”. En Euronews esto estaba resuelto, ya que no se hacían necesarios los presentadores.

En definitiva, Euronews se concebía como una cadena donde su gran apuesta y su riqueza estaba precisamente en la imagen. Así que podía prescindir por tanto de los

---

<sup>7</sup> Así se señalaba en los pocos artículos aparecidos en revistas especializadas acerca de Euronews, ver, por ejemplo: Revista *IPMARK* (1993), Euronews, la televisión estatal de la CE, N° 402./16-31 enero, pg 35.

<sup>8</sup> Revista *IPMARK* (1993), Euronews, la televisión estatal de la CE, N° 402./16-31 enero

presentadores, los reporteros y los comentaristas, salvo en reportajes y entrevistas determinadas donde aparecían a veces como excepción. Se trataba de dar diversidad en la presentación. Todos los comentarios referentes a las imágenes iban acompañados de la voz en off del informador. Al mismo tiempo se fomentaban todo tipo de gráficos, de mapas, u otras representaciones visuales. El peculiar estilo de Euronews venía dado por el plurilingüismo que distinguía a la cadena. Muchos especialistas mostraron sus recelos por el hecho de que no hubiera presentadores; ya que en plena expansión de lo audiovisual y teniendo en cuenta la competencia, parecía que aquel proyecto iba contra corriente.

El equipo de personas que componía la plantilla había dado un estilo sobrio a sus espacios, que contrastaba con la espectacularidad y, a veces, superficialidad de otros medios. A su imagen de austeridad habían contribuido la no existencia de presentadores en imagen, fórmula discutible pero que había ayudado a Euronews a perfilar su personalidad ante el espectador. En una línea general de rigor, era plausible también, y ejemplo para otras televisiones públicas, la intención de objetividad y no implicación ideológica de sus informativos <sup>9</sup>

Era inevitable que este factor diferencial chocara poderosamente con el protagonismo de algunos locutores y locutoras de cadenas de información internacional, y en concreto de la CNN o la BBC, que aparecían como elementos indispensables para el espectador; eran la “cara de la noticia”. Euronews no mostraba una cara identificadora y esto constituía un rasgo que en aquellos momentos marcaba una tendencia radicalmente diferente.

- 3- Estructura financiera diferenciada. Se trataba de un híbrido; Es decir, la composición accionarial en su inicial estructura estaba repartida entre capital público y privado. Es decir, la estructura financiera estaba formada por Secemie (los socios accionistas eran las 19 televisiones públicas de diferentes países y que controlaba el 51% de la estructura accionarial) y por Socemie (formada entonces por ITN que tenía el 49% de las acciones).
- 4- La ausencia de cámaras. Este era un elemento que sin duda llamó nuestra atención durante nuestra primera visita a la sede de Euronews en Lyon. Toda la información procedía de agencias y de las cadenas accionistas por lo que no eran necesarias las cámaras ni los equipos móviles para realizar el trabajo de información cotidiano.

---

<sup>9</sup> Como se señalaba en el artículo publicado en *EL MUNDO*, viernes 7 de enero de 1994, Apto Comunicación

- 5- No había estudios/plató de grabación. Relacionado con el punto anterior, si no existían cámaras portátiles (ENG) ni reporteros, tampoco se realizaban grabaciones de estudio.
- 6- Forma de trabajo. Respecto al sistema inicial de trabajo de Euronews, cada tema, noticia, acontecimiento, programa etc se transmitía en los diferentes idiomas. Pero lo realmente interesante y que queremos subrayar especialmente es que el texto no se traducía, sino que cada redactor realizaba la información en su propio idioma teniendo como referencia solo la imagen, que era la misma para todos los idiomas, claro está.
- 7- Tecnología “ad hoc” para una emisión simultánea. Para llevar a cabo el trabajo de emisión simultánea se precisaba de una tecnología adecuada y especial para la cadena y Euronews disponía de ella.
- 8- Emisión y personal multilingüe. Euronews era un canal de información continua y multilingüe que, como ya hemos señalado, comenzó a emitir en cinco idiomas: inglés, alemán, francés, italiano y español. Desde abril de 1997 hasta marzo de 1999 llevó a cabo emisiones en árabe <sup>10</sup>. Aunque fue una experiencia que duró un año y no se reestableció hasta el 2008, y a mediados de 1999 comenzaron las emisiones en portugués.

Respecto a los idiomas de trabajo dentro de la cadena, estos eran el inglés y el francés, de ahí que a la hora de realizar los contratos de los profesionales de la cadena se tuviera en cuenta el conocimiento de uno de estos dos idiomas además de la lengua materna del periodista.

Esta dimensión era la que reflejaba la variedad idiomática en Europa y que era semejante a la actividad diaria en las diferentes instituciones comunitarias en las que el inglés y el francés eran también los idiomas de trabajo.

La pluralidad idiomática en Europa era uno de los asuntos que se habían visto como obstáculo en muchos aspectos <sup>11</sup>.

En el caso de la producción audiovisual, esto planteaba un elevado coste al tener que traducir los diferentes productos audiovisuales para que pudieran circular por los

---

<sup>10</sup> Como se avanzaba en esta información: “Eight hours in Arabic will be transmitted, like the other programs on Eutelsat. Because English and French are also spoken in the Arab countries covered by Euronews, programs of interest will also broadcast alternately in those languages”, en: *International Herald Tribune*. 27/11/1996.

<sup>11</sup> Como se había señalado en el documento: Comisión Europea (1995)

diferentes países de la Unión. De ahí también que las cadenas por satélite procedentes de EEUU se hubieran afincado con facilidad en Europa comenzando por los países en los que se hablaba inglés.

La Unión Europea, consciente de esta dificultad idiomática había puesto en marcha un sistema de apoyo a la diversidad lingüística para las producciones europeas (doblaje, subtitulación o producción multilingüe).

En este último aspecto, el de producción multilingüe, se podía enmarcar Euronews como cadena pionera al emitir de forma simultánea en varios idiomas.

Hemos visto cómo estaba prevista en Euronews la incorporación progresiva de otros idiomas. Después de la incorporación del árabe se planteó la posibilidad de emitir en ruso. Los porqués eran evidentes para la cadena teniendo en cuenta la geografía de la audiencia de la cadena, ya que Euronews se podía recibir en toda la cuenca mediterránea de idioma árabe y también se recibía en la Europa oriental. Se preveía también la posibilidad de incluir un idioma nórdico o el holandés. Sin embargo, esto no se llegó a realizar.

Desde el punto de vista de la semiótica, la realidad no es diferente de lenguaje. Se puede decir que cada lengua analiza de manera propia su realidad, de manera que la realidad aparece como construcción <sup>12</sup>. Se considera pues un error afirmar que existe una realidad ajena a nuestra propia visión (o la de los demás). No existe una realidad objetiva. Así, la realidad se dilucida a partir de la polémica entre realidades subjetivas diversas. Este es otro dato que nos aproxima a la búsqueda de una objetividad informativa de Euronews.

#### **4.5- Las funciones de Euronews: de la complementariedad de las televisiones nacionales a la aspiración de ser la voz de Europa en el mundo**

Euronews pretendía ser la voz de Europa en el mundo y, al mismo tiempo, pretendía dar cabida en sus espacios a todas las identidades del continente.

Se puede decir que el idioma es el rasgo distintivo que distingue a una comunidad de otra. Así, Euronews era el único canal que emitía simultáneamente en varios (seis) idiomas con posibilidades de ampliarse a más. Respondía a una demanda real en un momento en el que las nuevas tecnologías de la información estaban marcando la pauta no sólo informativa sino también económica y cultural.

---

<sup>12</sup> Ver en: Berger (1966)

La cadena nació con una vocación de ser un canal complementario a los canales nacionales y de aportar una visión europea de los acontecimientos de índole internacional. Fue en estas dos últimas décadas del siglo XX cuando grandes acontecimientos internacionales se habían sucedido de forma muy rápida y en poco tiempo. La televisión actuaba como vector entre los políticos y el público, y, de hecho, muchas campañas políticas se realizaban teniendo en cuenta a la televisión (Schlesinger, 1998).

Decíamos que Euronews pretendía cumplir una labor de complementariedad ya que suponía un elemento de contraste y sobre todo completaba la información que aportaban las televisiones nacionales de cada país.

En el campo de las relaciones exteriores de la Unión Europea, suponía un elemento a tener en cuenta ya que el propio proceso de integración europea caminaba hacia una unión más política que económica; aspecto que se vería más adelante constatado con el cambio de denominación. De este modo, se pasó de la denominación de Comunidad Económica Europea a la Unión Europea.

A continuación, y destacando aspectos indisolubles como la política, la cultura y la sociedad, vamos a analizar las funciones que cumplía la cadena.

#### 4.5.1- Función política

Esta es sin duda la función más claramente observada en este análisis, aunque no sólo la única, como señalaremos en los siguientes apartados. Lo han recogido autores como Giurco (2020) al analizar el canal Euronews y la CNN en los años 90 “Entre 1990 y 1991, durante la Primera guerra del Golfo, la cobertura exclusiva del conflicto por parte de la cadena estadounidense CNN puso de manifiesto la hegemonía cultural de Washington también bajo el perfil mediático, y por ende el retraso europeo en el mismo dominio (...)” “La nueva emisora se presentó como una de las principales políticas culturales impulsadas para crear una opinión pública a nivel continental. Giurco (2020) analiza la aparición de Euronews como una reacción ante la hegemonía cultural de Washington a través de la CNN. Sin embargo, nuestro análisis no parte de la observación del canal Euronews como elemento de una política cultural europea sino que, desde nuestro punto de vista, Euronews no nació como un canal de televisión nacional o propio de una sola nación, como es el caso de la CNN, sino que se trata de un fenómeno único y singular que parte de una expresión de la anatomía política de la UE, un fenómeno de integración singular y único en el mundo; un modelo de televisión en

donde se reflejan los acuerdos y también desacuerdos de la UE a medida que evoluciona el proceso de integración, proceso que por otro lado, está en permanente ajuste.

Cumplía una función política por cuanto que las instituciones europeas y los acontecimientos que sucedían en torno a las mismas constituían los temas prioritarios de la cadena. Era clara la función de refuerzo y de consolidación de una Europa en proceso de formación. Por ello, no consideramos, ente otros motivos, susceptibles de comparación a Euronews con la CNN u otros canales de televisión de cobertura internacional de aquel momento, como ya se ha señalado anteriormente. Las instituciones comunitarias eran quienes la sostenían. El Parlamento Europeo, órgano que empezaba a asumir mayores competencias, constituía una pieza fundamental en la construcción de una Europa unida y diferente. Euronews retransmitía en directo las sesiones de la Eurocámara. Esto contribuía no sólo a reforzar sino a crear la imagen de las instituciones europeas por cuanto que no solo informaban, sino que “formaban” al futuro ciudadano europeo además de exportar la imagen de Europa hacia el exterior.

Se ha de tener en cuenta que la televisión no sólo emitía información, sino que también contribuía a la creación de una identidad común por cuanto que tendía a la homogeneización de la audiencia. En este caso queremos señalar la función de difusión y de refuerzo que realizaba Euronews subrayando especialmente que la televisión creaba realidad. Las instituciones políticas de algún modo eran creadas en la mente del espectador por la televisión. Aparecían como realidades virtuales y se hacían familiares pasando a formar parte del patrimonio cultural de todos los europeos.

El medio televisivo en general ofrecía una imagen de la vida política, de sus líderes, de sus actividades, etc. En concreto, en el caso de la integración europea, Euronews suponía un elemento de refuerzo y consolidación por cuanto que se trataba de un proceso político en formación.

Además de representar a la Unión como tal y sus instituciones, Euronews era también un reflejo de las tensiones y rivalidades entre los diferentes países miembros. Francia, como hemos visto, había querido tomar una posición relevante dentro de la cadena. Así, desde un principio, pujó fuerte por la concesión de la sede en Lyon, que finalmente consiguió. En los albores del proyecto, los más entusiastas fueron los franceses que llegaron a situar hasta cuatro personas en el Grupo de Acción a diferencia del resto que solo tenía uno.

De igual manera, el grupo se dotó de un secretario general, de nacionalidad francesa, Pierre Brunel-Lantenac. Este Grupo de Acción estaba formado por: ARD,

Richard Dill; A 2, France Olivier Gérolami, Patrick Lequoc, Jean-Marc Virieux; Fr 3 Gerard Decq; JRT, Aleksandar Todorovic; RAI, Ottavio di Lorenzo; RTBF, Pierre Delrock; TVE, Javier de Juan Aracil; ZDF, Hans kimmel. Dos cadenas NOS y YLE estarían representadas por Kees Boerhout y Ari Jarvinen, respectivamente, aunque solamente en calidad de observadores (González Martín,1995:37).

Ya en 1995 se pudo constatar este empeño francés por el liderazgo en la cadena. Además de la llegada de capital privado de la mano de la empresa Alcatel, también francesa, se puso en marcha un servicio dentro de la red internet de la programación que ofrecía Euronews. Sorprendentemente, aunque Euronews transmitía en varios idiomas diferentes, en este servicio de información electrónica aparecía la programación de Euronews dentro de la programación televisiva de habla francesa <sup>13</sup>.

Una de las funciones de los medios de comunicación, como señalaba H De La Mota (1988:135) era servir de elemento mediador entre el poder y los ciudadanos, y la de integrar en el sistema de libertades a todas las capas sociales e individuos con lo que se le reconocía una función política; es decir; su contribución a la vida política de la sociedad de la que formaba parte.

Los medios, y en particular la televisión, como indicaba H. De La Mota, (1998), al comunicar a la sociedad los acontecimientos del sistema político, lograban que en general los asuntos de responsabilidad pública por parte del ente político fueran tomados en cuenta e incorporados a una visión más general de la situación.

Euronews actuaba, por tanto, como mediador político. Además de esto, el constante trasvase de ideas, conceptos, símbolos (hay que destacar que Euronews como canal íntegramente dedicado a la información retransmitía durante 20 horas de forma seguida), que llegaban de continuo al individuo, contribuía también a una mediación social entre el sistema sociocultural y el individuo.

Los medios de comunicación social eran en cada país el reflejo de lo que acontecía en el resto del mundo, y constituían, por tanto, un camino de penetración en el ámbito internacional que daban a conocer factores de orden social, económico, político, racial, ideológico etc... que motivaban las tensiones entre los pueblos y difundían una serie de reflexiones acerca de los esfuerzos que se tenían que poner en marcha para fomentar el progreso y lograr la paz. (H. De La Mota,1988: 139).

---

<sup>13</sup> Ver en: *European Programs*. [Http://www.eurotv.com](http://www.eurotv.com). En este servidor aparecía un listado de los programas de televisión que podían verse en Europa. El listado se establecía por idiomas

#### 4.5.2- Función social

Euronews cumplía una función socializadora ya que ofrecía una programación multicultural que representaba la pluralidad de Europa. Esta programación variada facilitaba además la integración social. La televisión pública debía aspirar a contribuir a la integración social mediante su apertura hacia la diversidad de visiones de la sociedad y por la manera en que las diversas perspectivas estaban relacionadas entre sí en el marco de su programación señalaba Blumler (1993).

Aunque la parrilla de programación de Euronews fue experimentando variaciones desde su inicio el 1 de enero de 1993, como programa emblemático citaremos uno que nos parece representativo que se lanzó a finales de 1994: “Prisma”, en el que un mismo tema era tratado desde diversos puntos de vista.

De esta manera, todas las identidades tenían su representación y ofrecía un marco idóneo para el conocimiento de un tema desde varias perspectivas. Esta característica conducía a la comprensión y favorecía el conocimiento mutuo de las distintas identidades que en Europa coexistían. Se podía hablar de una programación bien representativa de la filosofía de partida de la cadena.

Se puede decir que la información que recibe una sociedad y su tratamiento es la que mueve a la acción y a la formación de opinión entre los ciudadanos. El grupo de acción de Euronews, en sus primeros estudios sobre la formación de la cadena consideraba que Euronews aún contando con una difusión a gran escala, tendría una audiencia predeterminada. Esta audiencia estaría formada principalmente por aquellos que tomaban decisiones, se dirigía a las clases medias y altas de la población. Señalaba que eran los ciudadanos más interesados en la actividad internacional y que concedían gran importancia a la información. De esta forma se consideraba también que gran parte de su audiencia estaría formada por los jóvenes.

#### 4.5.3- Función cultural

Euronews cumplía una función cultural en dos aspectos. El primero de ellos es que mediante la emisión de información también se “formaba” al espectador. Con esto se quiere decir que la información acerca de las instituciones europeas y de sus protagonistas ayudaba a crear una imagen de Europa. En segundo lugar, la televisión cumplía una función como vehículo transmisor de ideas y valores, aunque pretendía ser aséptico. La selección misma de la información y el modo de tratamiento son siempre elementos determinantes que hacen que las ideas y opiniones se canalicen de una

determinada manera. Se quiere señalar que además el papel de Euronews contribuía a la creación de una identidad cultural europea. Autores como Rodrigo (1992) señalaba en el caso de la Unión Europea lo siguiente: “Las dificultades que se avecinan serán aún mayores si no se consigue crear una identidad cultural europea. Esta identidad cultural de carácter supranacional, marco de referencia de las distintas culturas que integran Europa, es un elemento imprescindible para la comunicación entre los distintos pueblos”.

Euronews cumplía con este objetivo ya que contaba con un sistema de trabajo *ad hoc* para ello.

La televisión los albores de la última década del siglo XX era el medio de comunicación que más alcance tenía debido a los satélites de difusión directa o al cable. Constituía un elemento fundamental para la transmisión de valores culturales. Pero no sólo eso, sino que contribuía a la formación y consolidación de las culturas minoritarias.

El factor cultural se había convertido en uno de los elementos claves del sistema internacional, según Merle (1991). Cuando este autor hablaba sobre el despertar de las identidades culturales, destacaba la importancia del factor cultural señalando que los Estados y los gobiernos no tenían el monopolio de los sistemas de valores. Señalaba estas palabras del cardenal Retz: “La máxima más auténtica para juzgar sanamente las intenciones de los hombres consiste en examinar sus intereses, que es la regla más ordinaria de sus acciones; y la política más delicada no rechaza absolutamente las conjeturas que pueden hacerse sobre sus pasiones, dado que a veces se mezclan abiertamente y casi siempre desembocan en los resortes que dan movimiento a los asuntos más importantes”. Por ello, decía Merle (1991) que había que considerar los flujos culturales entre los factores y las bazas que constituían el medio internacional.

#### 4.5.4- Función de formación de opinión pública

Se ha hablado anteriormente de la importancia del medio televisivo en cuanto conformador de la opinión pública. Euronews, como caso concreto, constituía un elemento clave para la formación de una opinión pública europea, si bien las noticias de difusión nacional parecían ser aún la forma preferida en Europa y éstas competían con canales como Euronews <sup>14</sup> (Schlesinger,1998).

El proceso de construcción europea pasaba por la formación de una opinión

---

<sup>14</sup> Esta idea se recoge en, Philip R (1998) Europeidad y Medios. Identidad nacional y esfera pública, En: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Epoca II, Vol. IV, Num 7, Colima, Junio, pg. 25-56.

pública propiamente europea y de unos medios de comunicación social que actuaran hacia la consecución y consolidación de la misma. Aldecoa (1996) subrayaba precisamente esta idea: “Durante las últimas presidencias del Consejo de la Unión Europea, se ha vivido una cierta resaca en el proceso de consolidación de la UE especialmente, debido a la crisis económica y a que las opiniones públicas de los Estados miembros no han aceptado con entusiasmo el avance tremendo que significa el Tratado de la Unión Europea. Quizá entre otras razones porque todavía no existe una opinión pública europea y la opinión pública es fundamentalmente nacional”.

Desde comienzos del siglo XIX, (Merle,1991:451) Canning, primer ministro británico, consideraba la opinión como “una fuerza más terrible que ninguna otra aparecida hasta ahora en la historia de la humanidad” y Palmerson estimaba, algo más tarde, que “las opiniones son más fuertes que los ejércitos”.

Siempre han existido corrientes de ideas, que han afectado, por encima de las fronteras, tanto a las elites (cosmopolitismo del XVIII y Romanticismo del XIX), como a las capas populares (ejemplo del movimiento obrero a partir del siglo XIX) como señalaba Merle (1991).

Gracias al vertiginoso desarrollo de las comunicaciones, se asistía a un mayor aumento de los intercambios de la información, de ideas y valores entre los pueblos. Merle (1991:453) hablaba, a nivel internacional, de que una opinión pública internacional sólo podía surgir de la aproximación o convergencia entre diferentes opiniones nacionales. El autor señalaba tres maneras posibles de que se realizara una opinión pública internacional:

- 1- Podía resultar de la convergencia de las opiniones expresadas por los representantes cualificados de colectividades nacionales diferente, es decir, de los gobiernos.
- 2-Según el autor, se podían llevar al hablar de la opinión pública internacional, los fenómenos de concordancia que se producían, espontáneamente, entre las diversas opiniones públicas nacionales sobre tal o cual problema. Añadía que concordancia no significaba identidad o semejanza. Se trataba de descubrir las tendencias, aproximaciones, que se manifestaban de un país a otro, frente a un problema, una institución o un acontecimiento.
- 3- Destacaba en último lugar, las corrientes de opinión que estaban animadas por el militatismo político e ideológico, los cuales se traducían en manifestaciones más menos concertadas mediante las cuales algunos grupos, que actuaban simultáneamente en algunos países, se esforzaban en crear un movimiento favorable a la defensa de una

causa determinada. En este apartado, ponía como ejemplo la acción del Movimiento Europeo en favor de la unificación de los países de la Europa Occidental.

A nivel europeo sería la convergencia de las diferentes opiniones nacionales lo que daría lugar a la formación de una opinión pública común. Es por ello que destacamos la importancia del papel del medio televisivo y en concreto de Euronews en cuanto a elemento clave para la conformación de una conciencia común.

En aquellos momentos, por obra de la acción compartida de los medios de comunicación social, (Lozano Bartolozzi,1986) las circunstancias que definían la vecindad, la habitabilidad en un espacio concreto, no se fundaban únicamente por causas geográficas o políticas, sino principalmente en la situación que se establecía en el proceso creador del espacio informativo.

Esto se relacionaba con el nacimiento de públicos transnacionales como una nueva modalidad de públicos especializados formados por grupos de personas afines, al margen de que pertenecieran a un Estado concreto. Pero también en otro sentido, en la división de los públicos nacionales al diferenciarse sus componentes por ideas, gustos y demandas diferentes (Lozano Bartolozzi,1991).

Como corolario de este hecho, Lozano Bartolozzi (1991) señalaba que surgía así una opinión transnacional o mejor dicho unas opiniones transnacionales.”Si las afinidades y comunidad de intereses, ideas, valores, gustos y hasta modas, generados por los medios de comunicación conllevan la estructuración de audiencias superadoras de los marcos nacionales, es lógico que pueda hablarse, en consecuencia, de opiniones públicas supra y transnacionales”.

La opinión pública no era, sin embargo, obra únicamente de los medios de comunicación. Influyen también en ella grupos de presión, partidos políticos, sindicatos y otro tipo de instituciones. Pero el carácter omnipresente de la media en las sociedades avanzadas era evidente.

Era en especial en los ámbitos internacionales donde los ciudadanos poseían pocos canales de información distintos de los periodísticos. Era precisamente en esta cuestión donde se echaba en falta un canal con las características de Euronews; es decir, una cadena informativa de tipo internacional que cubriera la demanda informativa de ámbito europeo. Truyol Serra (1991:168) también destacaba la importancia de la opinión pública: “Si no individualmente, los particulares pueden tener una influencia no despreciable en la sociedad internacional por el cauce de la opinión pública, conjunto de sentimientos, ideas y valoraciones que indudablemente presiona a los Estados”.

El proceso de democratización de la sociedad y de la política había traído como consecuencia una ampliación de los círculos que abarcaba la opinión pública, a la vez que el desarrollo de los medios de comunicación desempeñaba un papel clave para el intercambio de perspectivas y contribuía a la formación de un estado de opinión.

Además, podía hablarse de una auténtica opinión pública internacional, que ningún estado particular podía controlar (Truyol Serra,1991). El mismo autor señalaba igualmente que, aunque en principio la opinión pública era algo espontáneo, las condiciones de organización y de técnica de todo tipo en la difusión y presentación de las noticias, acrecentaban las posibilidades del Estado y de los grupos privados más fuertes en la configuración y manipulación de la opinión pública. Para ello, el antídoto que presentaba el autor era, junto con la descentralización, una intervención eficaz de la sociedad en la gestión de estos medios de comunicación social que reflejara el pluralismo de sus sectores de opinión.

La opinión pública es algo que todos los gobiernos buscan y al mismo tiempo temen. "La fuerza es la reina del mundo, y no la opinión. Pero la opinión es la que usa la fuerza. Es la fuerza que hace la opinión", señalaba Pascal <sup>15</sup>.

Para una sociedad con un acceso a la información extranjera relativamente libre, Mestre Vives (1979) ponía como ejemplo las palabras de Holsti que comenzaba por distinguir, en vez de una relación simple o directa entre opiniones públicas en asuntos exteriores y las políticas del gobierno, tres claves fundamentales: quién expresaba opiniones; sobre qué temas; y en qué situaciones. Estos tres elementos podían ser de gran importancia para la formación de opinión pública. Una opinión pública autoconsciente era, una opinión fundamentalmente crítica. La formación de la opinión pública, en un régimen de igualdad y voluntad de participación, debería coincidir con la formación de la voluntad general. Pero esa formación de una opinión pública chocaba con serias dificultades (Mestre Vives,1979:157)

Hablar de interés común sonaba a utopía o a cinismo cuando se pensaba en el desinterés, apatía o indiferencia con que el egoísmo amenazaba a la vida pública. La mediación de los medios de comunicación era, por otro lado, imprescindible. Medios, que, en lugar de estar al servicio del supuesto interés común, sirvieran al objeto que mediatizan y a sus amos en vez de hacerlo a sus consumidores. En la opinión de Mestre Vives (1979) los medios estaban muy escasa y deficientemente dispuestos a la reconstrucción de una opinión o interés público. Las relaciones de producción eran poco

---

<sup>15</sup> Cita de Pascal, Pensamiento 242, en: Mestre Vives (1979)

criticadas en una sociedad que veía agigantarse progresivamente el sector de servicios y el de los Media. El consumo ilimitado era el factor que estaba por encima de todo. Todo aquello que se resistiera a pasar por esa forma y ajustarse a esos hábitos, lo que no pudiera ser vendido, enseñado o propuesto como una mercancía, dejaba de ser, por ello mismo, interesante. Ese desinterés era el principal obstáculo para el reconocimiento y la construcción del interés común. Sin embargo, no parecía ser este el caso de Euronews.

#### 4.5.5- Función de integración

Con la emisión de continuas informaciones sobre acontecimientos que sucedían en los distintos países y con las actividades políticas que ocurrían dentro de las instituciones de la Unión Europea y en los países miembros de la Unión, Euronews contribuía a la formación de una conciencia común. La flexibilidad redaccional de Euronews había de permitir acompañar la redacción de una información sobre un acontecimiento de su contextualización correspondiente, es decir, de un marco histórico y geopolítico. Esto permitía una aproximación documental inteligible de la actualidad a escala del espectador europeo.

Respecto a esto, nos sirve la definición de conciencia nacional que mostraba H. de la Mota (1981:201) diciendo: “No es otra cosa que el resultado de la unión de valores ideológicos, históricos, emotivos y políticos que cada miembro de una comunidad tiene asumidos como significación y expresión de la misma, y que en un plano social adquiere una dimensión supranacional”.

Esta definición nos resulta interesante por cuanto que en ella se establecía un nivel de superación de los Estados nacionales para quedar enfocada hacia una supranacionalidad. Otros autores como Sola-Pool (1959) señalaba que un sistema de Comunicación de Masas era imprescindible para orientar y cohesionar a las grandes masas humanas que, diseminadas por un vasto territorio, conformaban una unidad política.

Con la llegada de las tecnologías del cable y el satélite aparecía una audiencia fragmentada y una programación sumamente especializada. Por lo tanto, nos referiremos a sistemas de “comunicación social” y no tanto a “comunicación de masas”, término más propio de una época anterior al cable y satélite. Sin embargo, el enfoque de Sola-Pool (1959) se comparte porque hace referencia al factor cohesionador de la información sobre espectadores alejados geográficamente.

Aunque en el caso europeo la comunidad política no estaba del todo formada, nuestra tesis es que el audiovisual actuaba en Europa como un medio cohesor y

configurador de una conciencia común. Los pasos que Euronews había ido dando giraban en torno a esta idea y demostraban la voluntad que desde el principio tuvo el proyecto para hacer viable que la UE tuviera voz, y no sólo eso, sino que saliera reforzada en el panorama internacional.

También MacQuail (1971) ya señalaba estas tendencias a la homogeneidad en una sociedad donde los Medios de Comunicación habían alcanzado una gran implantación. La homogeneidad que resultaba surgía del hecho de que grupos distintos entre sí, tanto social como ideológicamente, tendían a una imagen del mundo relativamente uniforme. Esta homogeneidad, señala MacQuail, era principalmente cultural y era la que distinguía a las sociedades tradicionales y subdesarrolladas de las sociedades modernas avanzadas, lo que una vez más ponía de manifiesto el papel de la comunicación social en el desarrollo de las naciones.

Respecto al ámbito europeo, no se trataba de uniformizar, sino de crear una conciencia común de pertenencia a un mismo proyecto. En el caso de EEUU, era claro el papel relevante que había desempeñado la televisión como elemento cohesionador en un país tan inmenso. En el caso de Europa, parecía de vital importancia el papel de la televisión en el proceso de integración europea, y dentro de él, la televisión pública y su acción era fundamental en este proceso. “En el diseño de sociedad que deseamos para nuestros nietos, juega un papel clave la televisión como uno de los grandes articuladores de la idea europea y desde luego uno de los grandes colaboradores de la creación de una auténtica industria audiovisual de dimensión continental”, señalaba Labrada (1994:70)

Euronews como producto de la Unión Europea de Radiodifusión comenzó siendo un proyecto de tipo público y aunque posteriormente, la cadena, por imperativos económicos, cambió su estructura financiera, no perdió sus objetivos básicos que quedaron trazados desde un principio.

Por otro lado, Duverger (1974) señalaba que la integración social se realizaba apoyando las ideologías comunitarias y frenando las individualistas; resaltaba lo positivo de la capacidad de desarrollar la solidaridad entre las personas. A este respecto, hay que señalar que la televisión, a través de Euronews, participaba de esta tarea tan relevante y fundamental para crear entre las personas un sentimiento de pertenencia a un objetivo común.

De La Mota (1988), por su parte, ponía énfasis en la destacada importancia de los Medios en cuanto a la tarea de facilitar la integración. Para ello señalaba que la función integradora podía realizarse de numerosas maneras, según se desprende del

análisis de la misma de acuerdo con sus efectos. El autor señalaba que el papel integrador de los medios se reconocía desde perspectivas sociológicas diversas y aún opuestas, desde Parsons a C.W Mil, de Mc Luhan a Marcuse, para quienes los medios masivos contribuían a la integración de las clases antagónicas y permitían sumirlas en un estado de aceptación no crítica del “statu quo”. Todos concluían en la existencia de una integración social, cultural y política a través de los medios de comunicación. El autor De La Mota (1988) señalaba cinco acciones de los Medios:

- 1- Acción de psicoterapia.
- 2- Acción de solidaridad.
- 3- Acción de desarrollo.
- 4- Acción de participación.
- 5- Acción de comprensión internacional.

Señalaba con prioridad que antes de entrar en la consideración de cada uno de estos aspectos, convenía recordar que dichos efectos eran consecuencia de una información en un régimen de libertad, propio de la sociedad democrática, ya que los mismos no eran posibles en las sociedades socialistas por el estancamiento existente en cuanto a las noticias y programas que difundían los medios de comunicación, (en este sentido el autor hacía referencia al sistema de la URSS).

La tradición de complementariedad, de coexistencia armoniosa de diferentes modalidades de información como era el caso de Eurovisión y otros sistemas de intercambio como Intervisión, Asiavisión, Aravisión, etc. eran un ejemplo de experiencias únicas que debían ser aprovechadas por los miembros de la UER y, por lo tanto, Euronews también lo era.

Euronews mostraba toda la riqueza y pluralidad de Europa a través de su programación. Era sólo desde el reconocimiento de esa pluralidad como se podía entender la auténtica integración. Sería el resultado de ese incesante ir y venir entre lo propio y lo extraño. La comunicación sería el mejor modelo de esta dialéctica.

#### **4.5.6- Función de servicio de información complementaria**

Euronews surgió como servicio complementario a las cadenas nacionales y a los servicios de información nacional de las diferentes televisiones públicas que conformaban la UER. Ya en los primeros estudios realizados en torno a la puesta en marcha de la cadena se había establecido el carácter de complementariedad de Euronews. Se trataría, en cualquier caso, de una audiencia fragmentada e intermitente. “Euronews

nunca será concurrencial con los radiodifusores nacionales “(González Martín,1995).

Este carácter de complementariedad estaba presente en la cadena, en su actividad diaria y en su objetivo de servir de instrumento de información internacional a los servicios informativos de las cadenas nacionales y sobre todo en relación con la Unión Europea. De hecho, Euronews respondía a una demanda real de la información generada por el proceso político-económico europeo. En este sentido, en España, ya en 1992, el entonces director del ente RTVE, Jordi García Candau, recibió una petición expresa de que TVE, como cadena pública, retransmitiera el debate sobre la cumbre de Edimburgo, donde se explicarían las conclusiones del foro europeo.

En la citada carta se decía que “la radiodifusión de los debates sobre Europa debía ser de práctica obligatoria para todos los medios de comunicación públicos”. Aún no existía Euronews en estas fechas, aunque estaba a punto de aparecer. De hecho, un mes más tarde iniciaba sus emisiones desde Lyon, (Francia).

El medio televisivo ejercía de hecho esta función de complementariedad: un buen lector de prensa solía ser oyente de radio y espectador de televisión, es lo que se había denominado “consumo acumulativo de medios” (Sanabria,1994), del que se ocupaba la sociología de la comunicación. Acumulación implicaba necesariamente complementariedad, ya que existía la limitación del tiempo disponible.

#### 4.5.7- Función didáctica

La programación de Euronews ofrecía la posibilidad de aprender nuevas formas de vida y costumbres, así como de conocer la problemática de otros lugares diferentes al entorno del espectador.

De la misma, ofrecía apoyos explicatorios al carecer de presentadores que invitaban a una mejor comprensión de la información mediante cuadros, gráficos, etc. Además de los informativos, dentro de su parrilla de programación, Euronews ofrecía determinados espacios en los que, aún sin mostrar opinión, intentaba acercar los diferentes puntos de vista sobre un determinado tema.

Esto suponía que, teniendo una audiencia tan plural, habían de ser muy cuidadosos a la hora de realizar el texto de la información. Por un lado, contextualizándolo para que no se quedara sesgado, y por otro, para que no perdiera la actualidad y fuera susceptible de ser emitido en un espacio de resumen semanal o de investigación, como por ejemplo eran los magazines que Euronews, dedicaba al final de la Semana “euro 7” o “Euro 30”.

Euronews ofrecía en la pantalla el nombre del país en donde se situaba la acción y lo escribía en su idioma de origen y no la traducción al inglés o al francés (aunque esta idea de la traducción se tomó como referencia en un principio, luego se desechó). El espectador se iba familiarizando con los diferentes idiomas y al mismo tiempo se aportaba un reflejo de la riqueza de Europa respetando la variedad idiomática.

#### 4.6- Resumen

En Europa, la televisión se consolidó durante las décadas de 1950 y 1960 con particularidades muy diferentes de un país a otro, Pero el proceso de internacionalización afectaba a todos los países europeos y planteaba problemas y retos que tenían que ser abordados por todos en su conjunto.

En este contexto televisivo, cuando las televisiones públicas perdían su poder como monopolio y crecía la competencia entre las empresas, aparece Euronews. Aunque surgió como una cadena, se había ido adaptando a esta nueva situación de la televisión en Europa y había ido evolucionado como un canal híbrido público- privado.

Euronews constituía por ello un ejemplo de adaptación a la nueva situación que se planteaba en Europa. Representaba además la unión de las televisiones públicas que formaban parte de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), cuyo objetivo era dar una respuesta a la cada vez mayor presencia de los grupos informativos norteamericanos, que mediante su alianza con grupos de cable ingleses intentaban situarse en el mercado europeo.

En cuanto a las características de Euronews, se observa que ésta era una cadena de televisión muy diferente a la CNN en cuanto a su forma de trabajo, características, idiomas de transmisión, etc... Así que, aunque en sus orígenes se había relacionado a Euronews con el canal estadounidense situado en Atlanta, sus rasgos indicaban que el único elemento que poseían en común era que ambas eran cadenas especializadas en información.

La puesta en marcha de Euronews llegaba en un momento de plena expansión de las tecnologías de la Información (televisión por satélite y por cable, telemática, sistemas interactivos, etc...), y es por ello que su nacimiento fue parte de la reacción ante aquel supuesto “imperialismo informativo”. El canal europeo se debatía entre la falta de medios adecuados -a pesar de que había aumentado su dotación económica-, y la esperanza de articular una cultura informativa audiovisual europea y, en definitiva, consolidar una identidad europea.

Solo en su primer año de historia, el éxito de Euronews fue elevar su audiencia por encima de las previsiones. Después de realizar a lo largo de este capítulo una introspección por las características que hacían de Euronews una cadena de televisión diferente y teniendo en cuenta las funciones que desempeñaba, podemos hablar de un relativo éxito de Euronews en el cumplimiento de sus objetivos en esos primeros diez años de funcionamiento.

Euronews ofrecía la posibilidad de poder asistir a los plenos del Parlamento Europeo en directo, las noticias de las instituciones europeas, etc... Para así, en definitiva, acercar la maquinaria interna de la UE al ciudadano europeo. En este sentido, podemos hablar de Euronews como un elemento conformador de una incipiente opinión pública europea.

## 5 LA ORIGINAL ESTRUCTURA FINANCIERA Y DE ORGANIZACIÓN INTERNA DE EURONEWS

“Consideramos que la distribución de la Información es demasiado importante para permitir que una o dos fuentes dominen el ámbito internacional.

Debe haber una pluralidad de voces y los europeos tienen que asegurar que una de esas voces sea la de Europa”

Massimo Fichera

(Presidente de Euronews 1992-1996).



## 5.1- Introducción

Este capítulo constituye un análisis de la estructura financiera de Euronews y de su organización interna. Por un lado, tomamos en consideración que la línea editorial, el estilo y la orientación de cualquier medio de comunicación social vienen determinadas en gran parte por la estructura financiera. Por otro lado, el tipo de programación, el horario y la regulación de la publicidad en la cadena aparecían como elementos cuya decisión venía dada en parte por el equipo directivo; un núcleo que por otro lado, en Euronews había ido variando durante los años. Además de esto, se observa que cuando hablamos del equipo humano (staff) nos referiremos a ellos con nombre y apellidos. Para ello se llevó a cabo una investigación específica de aquellos puestos de relevancia y se han incorporado al estudio no como un simple número de personas anónimas, sino como una serie de profesionales identificados y reales. Con ello, damos cuenta las diferentes nacionalidades y formación del personal que dirigía la cadena. Por otro lado, consideramos que el equipo humano constituye una pieza clave en los medios audiovisuales, en general, y en Euronews en particular. Como ya se ha señalado, la cadena surgió con vocación de servicio público y con una financiación pública.

Con el paso de los años, y sin perder la vocación inicial, la cadena fue variando su estructura financiera hacia un modelo de consorcio híbrido de carácter público-privado. Precisamente es este modelo el que parecía perfilarse como característico de las empresas de telecomunicaciones en el siglo XXI <sup>1</sup>.

Nos preguntábamos, por otro lado, cómo eran los profesionales que trabajaban en Euronews, su experiencia laboral, así como su lugar de procedencia; datos que, en buena medida, nos darían una visión de carácter estratégico de la primera cadena europea de información y multilingüe.

La programación, el diseño y algunos detalles como el logotipo de la cadena también habían ido cambiando a lo largo de esos diez primeros años de funcionamiento.

Las peculiaridades de la cadena se subrayan en este capítulo junto con otras consideraciones como la centralización de la sede como factor distintivo de la cadena. Observaremos en qué medida poseía una estructura político-administrativa original y cómo los cambios acaecidos en el seno de la organización en su aspecto financiero

---

<sup>1</sup> Ver el artículo de 2013: “El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público” en: [http://www.revistalatinacs.org/068/paper/970\\_Santiago/04\\_Campos.html](http://www.revistalatinacs.org/068/paper/970_Santiago/04_Campos.html) Sobre asociaciones público-privadas: <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/es/asociaciones-publicoprivadas/sector/tecnologia-informacion-telecomunicaciones>

llevaron a una reestructuración del equipo humano y de la organización.

## 5.2- El análisis de la estructura de Euronews: una visión desde la economía política

Los primeros capítulos de este trabajo han sido concebidos para establecer los pilares que ayuden a entender los procesos que se estaban llevando a cabo en el campo audiovisual en general en la Unión Europea y en concreto en Euronews a finales del siglo XX.

Al mismo tiempo, para entender estos procesos, que al fin y al cabo no sólo se daban en el campo de la televisión, sino, en general, en los medios de comunicación y en la cultura, es necesario observar la dinámica que se daba en este terreno a través de una lente de especial interés; esta es: la economía política. La economía política en general se ocupa principalmente de los éxitos y los fracasos del mecanismo de mercado competitivo imaginado por primera vez por Adam Smith. El economista político se dedica fundamentalmente a aclarar y sopesar las ventajas y los inconvenientes de los mercados, regulados o no, como mecanismos para el funcionamiento de la economía.

En cuanto a la economía política de la comunicación y de la información, es interesante señalar el enfoque que desvelaba Reig (1999) cuando señalaba que la dinámica mensajística se desenvolvía a partir de una estructura socioeconómica de poder. Este autor indicaba que existían, por un lado, los macromensajes y, luego, otro tipo de información más cotidiana. En los primeros, era donde decía que el medio era el mensaje y que ese mensaje se derivaba de la economía política de la información y de la comunicación.

La economía política es, en definitiva, el estudio de los efectos de algunos mecanismos y sistemas de mecanismos utilizados y utilizables por las sociedades para gestionar su economía social, (Pesenti,1979); Cortes,1988; Bustelo, 1990; Phelps (1993); Groenewegen 2008).

El término “política” reconoce el hecho de que el funcionamiento de la economía, tal como se observa en el reparto de retribuciones, sólo depende en una pequeña parte de factores naturales inalterables, es decir, de los recursos naturales.

Buscando una definición de “economía política”, Phelps (1993) señalaba que era el estudio del funcionamiento de la economía de una sociedad. El objeto examinado era la estructura de retribuciones de que disponían los participantes en la economía social. El autor señalaba los diferentes tipos de economía política: el positivo, el normativo y el

explicativo, y decía que algunos teóricos de la educación señalaban que nuestra capacidad de razonamiento moral se desarrollaba igual que nuestros poderes de razonamiento matemático: en fases. Así, en la adolescencia, nos damos cuenta de que es necesario algún tipo de ley y orden para apoyar cualquier clase de justicia; y que si la sociedad juzgara el merecimiento de cada persona que violara las leyes antes de decidir aplicarlas, no podría contarse con que las leyes fueran obedecidas y todo el mundo resultaría perjudicado como consecuencia. A continuación, surgía una fase superior de desarrollo cuando comprendemos que los derechos individuales protegidos por la ley se basan, en última instancia, en un acuerdo implícito o compromiso de los miembros de la sociedad sobre los derechos que deben otorgarse a todos ellos (...). En esta fase adulta, decía, nos damos cuenta de que las instituciones sociales han sido creadas por el hombre y de que siempre se pueden destruir o reemplazar por otras, si el concepto de justicia ha evolucionado con la reflexión y la experiencia acumuladas.

El funcionamiento dependía en buena medida de los mecanismos institucionales que la sociedad decidía utilizar, como política para incentivar y coordinar la participación de los recursos en la economía social; los derechos de propiedad para retener y gastar determinadas formas de riqueza; los derechos de los individuos a comercializar (vender) determinados servicios al mejor postor; las leyes que definen el papel de las empresas públicas y privadas; así como el reclutamiento utilizado para conseguir recursos para los programas públicos.

En el caso de los medios audiovisuales y de los grandes grupos multimedia, una de las primeras preocupaciones era la de la concentración (Richeri,1983).

Después de la reunión del G-7 en febrero de 1995 (grupo de los 7 países más influyentes del mundo), la liberalización de las telecomunicaciones se vislumbraba como el objetivo próximo. Esta fue la postura que presentó Estados Unidos, partidario de una liberalización total.

Algunos países europeos como Francia no se mostraron tan favorables a la tesis norteamericana, por lo menos no entonces.

Haciendo alusión a consideraciones previas analizadas, en todos los países europeos la televisión nació y se consolidó en torno a un marco nacional. Las causas proceden en primer lugar de la necesidad de ordenar de alguna manera el reparto de las frecuencias, debido a la escasez de las mismas; y , en segundo lugar, a aspectos políticos ya que la televisión había sido concebida como un servicio público.

Numerosos autores (Garitaonandia,1990; Aparici,1993; Ferres,1994; Hood

1997), coincidían en afirmar que, por estos motivos, la televisión en Europa había sido considerada como un servicio cuyas características eran la de informar, educar y entretener, o como un elemento para el consenso. Otra función que se le atribuía era la de reproductora de la ideología dominante. La mayoría de los expertos coincidían en realizar un estudio de la televisión considerándola como una actividad productora de sentido y rara vez como productora de mercancías. Tampoco se había intentado casi nunca analizar ambos aspectos como interdependientes.

Al tratarse de un monopolio nacional, quedaba excluido el posible mercado para la producción y el intercambio de productos audiovisuales entendidos como una mercancía. Las características propias de un sistema de economía capitalista quedaban sin identificar, como señalaba por ejemplo Richeri (1983), y se definían en términos culturales, políticos o ideológicos.

En el caso de Euronews, no se trataba de un monopolio entendido a la manera tradicional, tal y como se había dado en la mayor parte de los países europeos en sus orígenes. La mayor parte de la información, y aquí residía su gran riqueza, procedía de la UER, un organismo formado por televisiones nacionales. Todos los días se producía el intercambio de noticias y estas eran tratadas como mercancía. Era lo que se denominaba la “subasta de noticias”.

En Europa, el monopolio público de la televisión típico de sus orígenes había dado paso de forma progresiva a un tipo de televisión más tratada en términos económicos. La evolución no había sido la misma en todos los países europeos, pero podemos decir que la concepción primitiva de la televisión había cambiado y aún lo está haciendo en la era digital actual.

Esta evolución se había llevado a cabo debido a varias causas; todas ellas con una característica común: la competencia. Por un lado, la competencia con emisoras de televisión que transmitían desde el extranjero. La competencia también a través de las emisoras dentro de un mismo servicio público, como había sucedido en Francia; a través de la competencia entre televisión pública y privada, (Inglaterra, Italia, Finlandia, España) y finalmente a partir de la aplicación de las nuevas tecnologías.

La consecuencia más clara de todo ello, como ya se empezó a constatar a mediados de los años 80, era la progresiva comercialización y privatización de la televisión.

Algunos autores además mostraban cómo esta tendencia progresiva a la comercialización de la actividad televisiva conllevaba una serie de consecuencias, como

las que señalaba Richeri (1983), que afirmaba que esta tendencia invalidaba las protecciones geográficas y económico-industriales garantizadas por el régimen de monopolio y exponía a la televisión de los diferentes países a los duros condicionamientos del sistema económico industrial mundial.

Resulta obvio que en nuestro análisis tenemos que considerar a la televisión (y en concreto a Euronews) como parte de un sistema mundial de comunicaciones; de un sistema económico-industrial de las comunicaciones del momento. La aproximación en términos de economía política de la televisión es indispensable para entender los procesos que se estaban produciendo y sus tendencias principales, pero no es suficiente. El apoyo financiero era cada vez mayor y éste venía dado por grandes sociedades industriales y de grupos financieros como los bancos y las compañías de seguros.

Por otro lado, el acceso a las fuentes de información dependía del acceso a la infraestructura técnica, al conocimiento técnico, a la investigación y el desarrollo. El debate en Europa se había dado durante un tiempo entre las funciones que caracterizarían a la televisión; bien el social cultural o bien el económico industrial. Se trataba, en cualquier caso, de un conjunto de ambos. No podemos entender la actividad televisiva tomando como marco solamente el aspecto económico industrial que nos aporta la economía política; o tomando en consideración solamente los análisis sociales, políticos o culturales.

Vista desde el plano económico, la televisión, y en general los medios de comunicación, desempeñaba una función económica en cuanto creadora de plusvalía a través de la producción de mercancía y de su intercambio.

La tendencia a la comercialización o a la privatización de la actividad televisiva en la mayoría de los países europeos aparecía como una necesidad absoluta del sistema económico en el que predominaban las reglas de los grandes grupos industriales que producían y distribuían para un mercado de dimensiones mundiales.

La tendencia era la de homogeneizar los gustos de los consumidores y las necesidades de los mismos y adecuarlos al tipo de productos que se querían vender. En otras épocas, la tendencia había sido al revés. Había que adecuar los productos a los gustos de la audiencia. Es decir, el marco era el de los propios Estados.

El proceso, por tanto, aparecía invertido. La función de los medios estaba cambiando; se trataba de subordinar las funciones tradicionales como las de educar, formar o entretener por las de “vender”; es decir, producir público para venderlo a los anunciantes de publicidad. Era la lógica de los índices de audiencia, típica de Estados

Unidos que empezó a darse en Europa en los años 80. El objetivo principal era el de atraer a la mayor cantidad de público posible para así hacerse beneficiaria de los anunciantes publicitarios.

En Estados Unidos, la tendencia era que la televisión cada vez ocupaba mayores parcelas del tiempo de ocio de los ciudadanos. De este modo, la televisión era la lógica dominante. Era el eslabón entre el anunciante y el consumidor. Al mismo tiempo, las cadenas de televisión habían tendido hacia la especialización. Euronews era un canal especializado en información, en noticias. Esto suponía que su audiencia era muy determinada y por tanto la emisión de publicidad se veía muy restringida.

Debido al horario de la programación, el tiempo dedicado a la emisión de publicidad era muy reducido. No obstante, algunas compañías de aviones, coches y tecnología comenzaban a mostrar interés en anunciarse en Euronews.

Parecía que Euronews, desde su puesta en marcha el 1 de enero de 1993, no mostraba interés en la emisión de publicidad. Este hecho iba relacionado con la propia industria europea y de sus posibilidades de proyectarse en un mercado internacional en la medida en que la industria europea evolucionara a nivel de intercambios. El 1 de enero de 1993 entraba en vigor el Mercado Único y esta sería la puerta de entrada a la progresiva incorporación de publicidad en Euronews, lo que ayudaría en su financiación. Podemos señalar así que Euronews era un reflejo del proceso europeo en todas sus dimensiones.

### **5.3- La Estructura peculiar de la Sociedad Euronews: un híbrido entre lo público y lo privado**

En los estudios previos a la creación de Euronews se establecieron varias consideraciones: La lógica política radicaba en su carácter de servicio público; en segundo lugar, el aspecto financiero, ya que a medio plazo no se preveía una clara rentabilidad; y en tercer lugar, el carácter estratégico, ya que se podía tratar al mismo tiempo de un servicio público y de una empresa privada. Esta posibilidad, la de obtener capital privado en la empresa, era interesante para Euronews para poder indagar en la búsqueda de nuevas posibilidades y sinergias.

La estructura jurídica de la cadena dependería del tipo de financiación y de la localización del centro de producción. Conviene de igual manera tener en cuenta que se había de asegurar una perfecta adecuación entre el Consorcio Euronews y la cooperación con Eurovisión.

Se había de confirmar una participación real en las decisiones y un control directo sobre su aplicación por parte de todos los miembros de la Unión Europea de Radiodifusión, UER, que desearan asociarse a la empresa común. También se había de garantizar una completa autonomía de acción y de gestión a la entidad que produjera Euronews. Según el Grupo de Acción, se había de asegurar la independencia y la credibilidad redaccional de Euronews. Para ello se realizó un cuestionario dirigido a cada director de las televisiones integrantes de la UER (González Martín,1995:50) <sup>2</sup>

En el final del cuestionario aparecía un pequeño párrafo en el que se comentaba que de las respuestas a las cuestiones planteadas dependería el lanzamiento y el éxito de Euronews.

A lo largo de 1990 fueron varias las informaciones aparecidas en la prensa española en torno a la evolución de la cadena y en cuanto a la incorporación de RTVE al ente. Sin embargo, no fueron estas informaciones objeto de debate en la opinión pública ni obtuvieron mayor trascendencia en aquel entonces<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Ver, por ejemplo: “RTVE se incorpora a Euronews, primer canal europeo de noticias” en *El País*. 23/6/1990. En esta información se indicaba que RTVE quedaba incorporado al proyecto Euronews y que se uniría al consorcio que se crearía para poner en marcha, lo que suponía una decisión de impulsar dicho proyecto. La fecha que se barajaba para su puesta en marcha era aún imprecisa se hablaba de la primavera de 1991 y en cuanto a la sede sería una ciudad europea no capital de Estado y con buenas comunicaciones. Ver también: *Diario 16*. 4/4/1991. La información aparecida en este diario hacía referencia a la comparecencia del entonces director general de RTVE Jordi García Candau, ante la comisión de control parlamentario de Reine en el congreso para explicar la participación de TVE en el proyecto del canal europeo de noticias Euronews.

Ver así mismo: “Euronews, primera cadena europea de noticia comenzará a emitir en 1992”, en *El País*. 28/2/1991. En esta información se señalaba que diez televisiones públicas, entre ellas TVE, participarían en el Consorcio Euronews y que las emisiones empezarían en 1992

<sup>3</sup> Ver en: González Martín (1995). Según el autor, al presentar este Informe, el Grupo de acción no tenía la pretensión de ser exhaustivo. Intentaba otorgar a los responsables la capacidad de tomar decisiones, y de reunir los elementos necesarios. Se trataba un cuestionario simple, pero fundamental para entrar en una nueva fase del proyecto. Las cuestiones planteadas eran las siguientes:

- 1- ¿Considera usted que sería bueno para la UER que Euronews apareciese claramente como una prolongación de sus actividades?
- 2- En caso afirmativo, ¿considera que tal y como se presenta el proyecto Euronews, por su estructura de programas y contenidos, por las previsiones de su penetración pública, puede aportar una fuente complementaria de información multilingüe al conjunto de la zona europea de radiodifusión, incluyendo también a los países del este?
- 3- ¿Preferiría usted que Euronews permanezca exclusivamente en su ámbito de competencias y quede por completo bajo su control?

Euronews en 1993 era un Consorcio formado por televisiones públicas. *Euronews Editorial* tenía licencia de difusión. *Europe News Operations* era una filial, controlada por completo por Euronews Editorial que había otorgado todos los derechos de explotación a *Europe News Operations*. Por lo tanto, se observaba en Euronews un cambio en la estructura financiera y de explotación de la cadena. En sus orígenes, cada una de las televisiones miembros se adhirió a un Consorcio que sería el grupo constitutivo originario de la cadena.

La sociedad editora de Euronews era Secemie quien contaba con la licencia de difusión y que poseía el 51% de las acciones. El canal pertenecía a 19 canales públicos de televisión, entre ellos los más importantes de Europa y de la cuenca mediterránea. Los once miembros fundadores fueron: C y BC (Chipre); ERT (Grecia); ERTU (Egipto); Fr2 y Fr3 (Francia); RAI (Italia); RTBF (Bélgica); RTP (Portugal); RTVE (España); TMC (Mónaco); y YLE (Finlandia). A estas cadenas de televisión se añadieron luego SSR (Suiza); ERTT (Túnez); ENTV (Argelia); RTVSL (Eslovenia); BNT (Bulgaria); CT (República Checa); y PBS (Malta).

Socemie era la Sociedad Operadora del Canal Europeo multilingüe de Información Euronews y era la filial de Secemie. El 30 de mayo de 1995, *Generale Occidentale* adquirió el 49% de los títulos, y en noviembre de 1997, ITN (*Independent Television News*) adquirió este 49% accionarial.

### 5.3.1- Accionistas. Televisiones miembros

Junto con los socios fundadores que recordemos que fueron once: C y BC (Chipre); ERT (Grecia); ERTU (Egipto); FR 2 y FR 3 (Francia); RAI (Italia); RTBF (Bélgica); RTP (Portugal); RTVE (España); TMC (Mónaco); y YLE (Finlandia) se incorporaron en 1994, Eslovenia<sup>4</sup> y en 1995 Malta, Bulgaria, Argelia. Posteriormente, lo harían otros tantos socios de tal forma que en 1996 el número de miembros era de diecisiete.

El Consejo de Administración de Euronews, reunido en Ecully-Lyon, aceptó a

---

4- Para asegurar el lanzamiento y desarrollo de Euronews, su organismo estaría en condiciones de participar financieramente. Caso de respuesta positiva, ¿En qué proporción?

5- A fin de colmar los déficits estructurales de la empresa Euronews, si se revelara necesario solicitar la participación de socios privados, ¿Cuáles serían las prohibiciones que usted impondría en la búsqueda de tales socios exteriores?

<sup>4</sup> Según se cita en un Comunicado de prensa de Euronews de 2 de marzo de 1994.

Eslovenia. De esta forma el número de socios era en 1996 de dieciocho. Las siguientes incorporaciones fueron las de Polonia, Rumania y Andorra. Este es un listado de los socios que conformaban Secemie:

- 1-ERT (Grecia). Miembro fundador.
- 2-C y BC (Chipre). Miembro fundador.
- 3-ERTU (Egipto). Miembro fundador.
- 4-ERTT (Túnez).
- 5-RTVSL (Argelia).
- 6-RTP (Portugal). Miembro fundador.
- 7-RTVE (España). Miembro fundador.
- 8-RAI (Italia). Miembro fundador.
- 9-TMC (Montecarlo). Miembro fundador.
- 10-France 2 y France 3. (Francia)Miembro fundador.
- 11-RTBF (Bélgica). Miembro fundador.
- 12-SSR (Suiza)
- 13-YLE (Finlandia). Miembro fundador.
- 14-RTV (Eslovenia).
- 15- CT (Republica Checa).
- 16- BNT (Bulgaria).
- 17- PBS (Malta)
- 18- RTV (Rumania)

Los principales accionistas eran en ese momento France 2 y France 3, la RAI italiana, RTVE (España) y la SSR de Suiza. La Televisión Suiza fue el decimosegundo país que se adhirió a Euronews. Suiza fue el país donde surgió el primer telediario multilingüe producido por la SSR en Zurich y difundido en tres idiomas. La SSR emitía cuatro programas de televisión en alemán, francés, italiano, y participaba en varios programas de satélite: 3 SAT, TV 5, EUROSPORT y CNN.

Suiza representaba el modelo de la futura Europa unida, con una estructura federalista en la que convivían diversas lenguas y culturas, tras el “no” popular al Espacio Económico Europeo (6 de diciembre de 1992). SSR había tomado la decisión política de incorporarse a Euronews para abrirse a la información comunitaria. Euronews tenía por vocación ser la voz y la imagen de una Europa unida y diferente y a principio de 1993 ya se distribuía por cable en la Suiza francesa e italiana, y en pocos meses se llegó a la totalidad del país.

Como se ha señalado, existían otros países interesados en formar parte del canal como era el caso de la televisión de Túnez, la televisión de Argelia y la de Egipto, y en 1996 se confirmó su entrada. Podemos observar así que algunos socios de Euronews no pertenecían a la Unión Europea. Al mismo tiempo, curiosamente, Alemania y Gran Bretaña, miembros de la Unión Europea, no formaban parte del Consorcio. Este aspecto fue objeto de interés por la prensa <sup>5</sup>.

Sin embargo, el inglés y el alemán eran dos de los idiomas, además del español, el italiano y el francés, con los que trabajaba Euronews simultáneamente. También podemos señalar que dentro del equipo humano de la cadena se encontraban profesionales de Alemania y Gran Bretaña.

Para señalar el punto de partida, se indica que la primera reunión de los socios de la cadena tuvo lugar el 17 de febrero de 1992. Un hito en la que sería la aventura audiovisual de talante europeo jamás lograda hasta entonces. Para entonces ya se habían empezado a ver las diferentes luchas por la consecución de parcelas de poder dentro de la misma. La primera reunión de los accionistas después de esta fecha determinó la creación de un Consejo de supervisión, formado por todas las cadenas de televisión que formaban parte del proyecto. El Consejo de supervisión decidió nombrar presidente y director general de la cadena al italiano Massimo Fichera quien fue vicepresidente de la RAI y antiguo director de programas de la segunda cadena.

Se fijó, por último, la fecha en la que empezarían las emisiones de Euronews. Se consideró dicha fecha inaplazable ya que entraba en vigor el Mercado Único.

La ausencia de las cadenas alemana y británica, además de la presencia de la JRT, cadena pública de la antigua Yugoslavia que estaba en entredicho, había desvirtuado algo el proyecto inicial. Según se dijo, quedaba enmarcado como canal informativo para el área latina y mediterránea de Europa <sup>6</sup>.

Ya en los albores de la preparación de lo que sería Euronews, se dejaron ver las diferentes voluntades políticas de adherirse a este proyecto y la toma de decisiones por parte de los diferentes países, así como de otros países que, aunque no son miembros de la Unión Europea mostraron su interés desde el principio participando como

---

<sup>5</sup> Ver por ejemplo la noticia aparecida en: *Tribuna de Actualidad*, 18/1/1993. “A pesar de que de que ni Gran Bretaña ni su canal público la BBC, se han integrado en el proyecto, la programación que está compuesta por informativos y magazines de actualidad se emite en español, italiano, francés, alemán e inglés”

<sup>6</sup> Ver: *El Mundo*, 7 de enero de 1994

observadores. Tal es el caso de la JRT, la televisión de la Antigua Yugoslavia, en un momento en que la situación política del país se encontraba en proceso de desintegración. La BBC, sumamente ocupada en el lanzamiento de su propio proyecto *World Service*, observaba con indiferencia la aventura de Euronews (González Martín, 1995).

Por diferentes razones, Gran Bretaña, Alemania, Irlanda, Holanda, Dinamarca, Luxemburgo parecían no querer establecer un compromiso con la cadena. Ya antes de la puesta en marcha del canal, se pudo constatar que Gran Bretaña y Alemania no parecían tener mucho interés en el proyecto en cuanto a formar parte del grupo accionarial. De hecho, decidieron llevar a cabo en solitario un canal de similares características. El Reino Unido en ningún momento se planteó apoyar un proyecto que fuera en detrimento de la BBC. También Alemania prefirió permanecer al margen para sacar el 30 de noviembre de 1992 su NTV, un consorcio con capital alemán, británico y norteamericano a través del grupo Time Warner en el que participa directamente la CNN<sup>7</sup>.

Es cierto que inicialmente Alemania aparentaba un cierto interés, una cierta convicción en que podría servir de instrumento para vehicular las nuevas e indisimuladas aspiraciones germanas a propósito de la nueva Europa, (González Martín, 1995). El proceso de la reunificación alemana avanzaba a un ritmo vertiginoso y este hecho despertaba recelos y desconfianzas. La delegación alemana durante las negociaciones se mantuvo en un discreto segundo plano. Sin embargo, presentó la candidatura de Munich y en este hecho se dejaban ver las aspiraciones de Alemania de situar en su territorio la sede de Euronews.

El proceso de unificación alemana afectó también a los profesionales de la información ya que aparecieron nuevos puestos de trabajo muy atractivos para periodistas alemanes que decidieran trabajar en la antigua Alemania Oriental. Esto supuso que al inicio de las contrataciones de periodistas en Euronews hubiera muy pocas candidaturas alemanas. Además, otros proyectos como N-TV Deutsche Welle y la cadena ARTE franco-alemana ofrecían también buenas perspectivas laborales a los periodistas alemanes. Sin embargo, finalmente Alemania decidió no adherirse por el

---

<sup>7</sup> Ver, por ejemplo: "Euronews prevé un déficit superior a los 500 millones de pesetas en 1993" en *El País*, 28/8/1993. En esta información se señalaba lo siguiente: "los responsables de Euronews han manifestado su preocupación por la financiación de la cadena, aunque el déficit previsto para 1993 está dentro de los límites razonables, considerando que se trata de una empresa ambiciosa. La crisis de la publicidad, la disminución de las ayudas procedentes de Bruselas y la no participación alemana se añaden a las preocupaciones del presidente de la empresa, respecto a su gestión".

momento al proyecto.

Este hecho constituía una de las principales preocupaciones de los responsables de la cadena. Así se reflejó en la prensa del momento <sup>8</sup>.

### 5.3.2- El estudio preliminar sobre el Presupuesto y Financiación

Euronews tuvo desde un primer momento dificultades para conseguir la llegada de socios que aportaran la financiación suficiente, a parte del “núcleo duro” compuesto por España, Italia, Suiza y Francia. Al tratarse de un Consorcio formado por diferentes televisiones públicas, las dificultades se hacían mayores cuando se trataba de cubrir el déficit que suele acompañar a los primeros años de casi la mayoría de los medios de comunicación.

Las instituciones comunitarias y gobiernos europeos habían sido, de todos modos, los elementos determinantes para que se diera su aparición. Aunque se trataba de un proyecto promovido por una parte de las empresas integradas en la UER (organización recordamos que agrupaba a unas 40 compañías públicas y privadas de radio y televisión de 32 países), fueron los gobiernos participantes en el proyecto Eureka Audiovisual quienes presionaron para desbloquear los fondos comunitarios y gubernamentales necesarios para sacar el proyecto adelante.

El déficit de aquellos primeros momentos se acentuaba por la falta de publicidad debido a varios factores: en primer lugar, por el escaso espacio para ello; en segundo lugar, porque insertar publicidad en una cadena temática era difícil puesto que se trataba de un público muy concreto; y en tercer lugar, se trataba de una cadena novedosa en Europa que aún no era bien conocida y en los comienzos, sin tener una valoración de la audiencia, muy pocas empresas decidían insertar publicidad. Salvo compañías aéreas, eran muy escasas las empresas que se daban a conocer en Euronews. Estratégico era, en nuestra opinión, el caso, por ejemplo, de las islas Canarias, quienes patrocinaban el espacio dedicado a la meteorología.

Sin embargo, desde 1993 había ido incrementándose la emisión de publicidad. A

---

<sup>8</sup> Según se describe en un informe interno del director General de Euronews los anunciantes en 1999 fueron los siguientes: *Allianz Insurance Group, Sabena, Yahoo France, BASF Emtec Magnetics, The Economist Newspaper, Virgin Records, Dinefs Club, Zurich Financial Services, Toyota, Rank Xerox, Swiss Air, SAAB Automobile, Texas instruments, Peugeot, Bayer, France Télécom, Sun Microsystems, Panasonic, Poligram, Hyundai, Kia, DELL Computers, Daewoo, JP Morgan, Nokia, UPS, Café de Colombie.* (Ver en: *Euronews. Managing Director's Report*, noviembre 1999, pg 2)

finales de 1995, cuando se produjo la reestructuración de la cadena, facilitar la financiación por publicidad u otros medios iba siendo una de las cuestiones cada vez más plausibles en Euronews mediante sus diversas fórmulas: patrocinio, intercambio de los programas, coproducciones, producción propia, etc...hasta que en 1999 se llegó a nueva fórmula para la emisión publicitaria. La nueva estrategia dio muy buenos resultados en cuanto al incremento de publicidad. Esta consistía en la alianza de Euronews con la cadena alemana RTL y la británica Channel para comerciar de manera conjunta el primer paquete publicitario netamente europeo <sup>9</sup>.

Esta alianza suponía la oferta de espacios publicitarios durante el segmento de noticias matinal en los principales canales nacionales de 13 países. De forma paralela, se emitían a los hogares a los que llegaba Euronews por cable y satélite. La reestructuración de Euronews al finalizar la década de los años 90 comenzó por la parrilla, una estrategia que formó parte del giro que se le quiso dar a cadena con la llegada de un director comercial, figura que no había existido hasta entonces.

La fórmula público-privada comenzó con la llegada de Alcatel a Euronews. *Generale Occidentale* compró el 49% de las acciones de Socemie, la sociedad operativa de Euronews. Masimo Fichera, presidente de Euronews en esos momentos, afirmaba que: “*Nous nous sommes fixé deux priorités: la construction «une nouvelle grille de programmes plus attractive pour les annonceurs et la mise au point «une nouvelle politique commerciale»*” <sup>10</sup>.

El horizonte del año 2000 marcó un momento en el que se pudo encontrar un equilibrio y reunir más ingresos por publicidad. Se trató de una época en la que se abrían nuevas posibilidades. Además, 1998 era la fecha de hecho que la Comisión había fijado para la liberalización total de las telecomunicaciones en Europa.

A pesar de la consecución de financiación, ésta no se hizo fácil. Se ha de tener en cuenta que se trataba de un proyecto tan novedoso como ambicioso y que, por ello, y considerando sus peculiaridades, no se trataba de una empresa de elevados costes <sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Los datos los hemos obtenido en diferentes fuentes: *Teleinforme*, enero 1999, *La Lettre*, enero 99, *Le Monde*, 13 de enero de 1999, *TV Express*, 28 de enero de 1999.

<sup>10</sup> En: “Euronews vise l’équilibre en 98 ou 99”. *Les Echos*, 20/9/1995 y también «(...) la chame, qui n’est pas parvenue à décoller sur le plan de la publicité, va changer son organisation dans ce domaine et se doter «une direction commerciale forte, en: Euronews vise l’équilibre en 98 ou 99” *Les Echos*, 20/9/1995.

<sup>11</sup> Ver: “Con un presupuesto inicial de 10 millones de Ecus, solo emitirá noticias en 5 idiomas diferentes durante todo el día. (...) Cada uno de los socios ha hecho una importante aportación de materiales valorados en 25.000 millones de pesetas. Euronews recibirá subvenciones de la comunidad europea, que hasta el

Respecto a la financiación, no guardaba tampoco ningún parecido con la CNN con quien desde el principio se le habían buscado similitudes <sup>12</sup>.

Según datos facilitados desde Euronews en febrero de 1996 por Walter Hellebran, relaciones externas de la cadena así como de Nathalie Campagne y sobre todo de Pedro González Jefe de redacción, la cadena se financiaba mediante contribuciones de los organismos de televisión socios de la cadena así como de instituciones públicas, entre ellas, la Comisión Europea, además de determinados gobiernos europeos por medio de Eureka Audiovisual (programa destinado a promover la cooperación europea de la industria audiovisual) y de las administraciones locales y regionales del lugar de implantación. Otros ingresos procedían de determinadas actividades comerciales: publicidad, patrocinio y explotación de programas <sup>13</sup>.

La propuesta de conseguir financiación comunitaria era clara desde sus inicios por parte de los socios de Euronews. De hecho, cuando fue presentado el proyecto ante la Comisión, se hizo una petición de financiación <sup>14</sup>. También se hizo extensiva la petición de ayuda financiera al Parlamento Europeo <sup>15</sup>.

El canal consiguió así sus primeras subvenciones comunitarias para su puesta en marcha <sup>16</sup>. En cuanto al estudio de partida que se realizó sobre la cadena y su puesta en

---

momento le ha concedido 3 millones de Ecus. La publicidad y la venta de programas a terceros completan el plan de financiación de la cadena” en: *Actualidad Económica*, 9/3/1992.

<sup>12</sup> Respecto a esto, encontramos numerosas referencias en la prensa que hacen referencia a este parecido. Por ejemplo: “Euronews contara con 2.700 millones al año”, en *Cinco Dias*. 27/5/1991; “La financiación de esta nueva cadena de televisión, a la que se le ha denominado CNN Europa”, en *EL Pais*. 28/6/1992; “La réplica europea al CNN comenzará sus emisiones en enero de 1993”, “La CNN europea” en: *Actualidad Económica*, 9/3/1992

<sup>13</sup> En el caso de España, RTVE participaba con un 22’5% en el accionariado de Euronews. La inversión de RTVE en este proyecto era de 459 millones de pesetas según datos de 1995. Ver: “RTVE ha invertido 459 millones en Euronews” en *EL Mundo*. 14/3/1995

<sup>14</sup> Ver: Monteiro (1991) “Euronews, primera cadena europea de noticias comenzará a emitir en 1993”, en *El Pais*, 28/2/1991. Se señalaba que el proyecto fue presentado a la Comisión Europea en Bruselas y a su presidente, entonces Jacques Delors, junto con una petición de financiación comunitaria.

<sup>15</sup> Ver: *El Sol*, 19/4/1991 Titular: “Euronews pide dinero al Parlamento Europeo para empezar a emitir en 1992”. En esta información se señalaba que la falta de dinero y de sede complicaban la inauguración del canal europeo, según reconocieron en Estrasburgo sus principales responsables. Los promotores del canal, considerado como rival de la CNN estadounidense, dijeron que si no recibían apoyo financiero rápido de la Europea no podrían iniciarse las emisiones a comienzos de 1992

<sup>16</sup> Ver: Luque (1992) En esta información se señalaba que El Parlamento Europeo tenía que aprobar en diciembre de 1992, la subvención que otorgaría la entonces CE a Euronews. En una primera discusión

funcionamiento tenía un total de 11 anexos y 7 notas en los que se detallaban los pormenores financieros, técnicos y laborales <sup>17</sup>.

Respecto a los ingresos, se consideraron varias modalidades:

1- Contribución de los miembros fundadores.

2- Ingresos por publicidad y patrocinio.

El Grupo de Acción estableció una doble finalidad. Por un lado, se contemplaba la realización de un estudio de mercado a TV Marketing International y realizar una experiencia práctica de evaluación de las capacidades concretas del mercado. Esto último se llevó a cabo por SACIS (Societa per Azioni Commerciali Iniziative Spettacolo), filial de la RAI.

3- Ingresos procedentes del impuesto de distribución sólo existente en Francia, por lo que ya se dejaba ver la consideración primera de una posible candidatura francesa para la consecución de la sede de Euronews, como más tarde se vería confirmada.

4- Ingresos resultados de la venta al exterior de la zona de distribución de la cadena.

Los primeros contactos con Asiavisión parecen demostrar la existencia de un mercado exterior en potencia. El Grupo de Acción se mostró prudente en las posibles recaudaciones en este campo y retrasó hasta 1994 las consecuencias financieras. Calculó para 1998, 6'5 millones de Ecus.

5- Subvenciones internacionales. Las subvenciones internacionales quedaban previstas dentro del esquema financiero de la cadena desde su origen dejando abierta esta posibilidad a diferentes organismos de carácter internacional <sup>18</sup>. También quedaba contemplado aquí el programa MEDIA. Se considera desde un principio una ayuda

---

se habían barajado los 5 millones de ecus, (unos 700 millones entonces de pesetas) que solicitó la cadena para 1993 y habían ofertado un desembolso no superior a los 33 millones de ecus (490 millones de pesetas). Se señalaba también que las primeras emisiones tendrían lugar en diciembre de 1992 a modo de prueba. Al mismo tiempo se buscaba la participación de Alemania que no acababa de incorporarse al proyecto de forma definitiva).

<sup>17</sup> Esta documentación puede encontrarse en Ginebra, en los archivos de la UER. Se calcularon en dicho estudio los gastos aproximados, González Martín (1995)

1990: 11.600.000 Ecus. (Inversión de partida más su puesta en funcionamiento).

1991: 21.600.000 Ecus (24 horas de programación /día).

1992: 24.300.000 Ecus (24 horas de emisión/día desde julio de 1992).

1993 -1998: 28.600.000 Ecus (24 horas /día).

<sup>18</sup> “La financiación de esta nueva cadena de televisión procederá en un 60% de los países integrantes, otro 20% de la financiación vendrá facilitado por una serie de patrocinadores de ámbito internacional y el 20% restante saldrá de diferentes organismos europeos” en *Cinco Dias*, 27/5/1991.

de carácter aleatorio y por tanto no se contempla más que 1 millón de Ecus al año, a partir de 1992.

- 6- Subvenciones nacionales, regionales o municipales. Este tipo de ayuda serviría sobre todo para reducir los costes de instalación del centro. Es decir, son las ayudas para la instalación del centro de producción, así como el empleo del personal correspondiente.
- 7- Se ha de recordar que desde el principio se consideraba a Euronews como una empresa con vocación de servicio público y así se reflejaba en su financiación <sup>19</sup>. Dejaba, sin embargo, la puerta abierta a cualquier otra posibilidad de financiación. Estos complementos podían ser de carácter institucional, y se citaba como ejemplo las Instituciones Europeas <sup>20</sup>.

Fue un primer intento de implicar a las instituciones europeas en el proyecto; es decir, de conectar ambos procesos: el de construcción europea con el de una televisión hecha por y para europeos. Otra sugerencia que aparecía como complemento era la de las ciudades candidatas a la sede de Euronews, que incidiría en la reducción de los costes de implantación de la sede y de su puesta en marcha.

Hemos de señalar que la fórmula de Canal Plus estuvo presente en un primer momento; es decir, la idea de utilizar una codificación para la recepción del canal. Diremos también que el éxito de Canal Plus poseía dos principales motivos: uno psicológico y otro económico.

El primero venía por el hecho de que al contar con una codificación, el receptor sentía que era un privilegiado. Y por otro, nos encontramos con la comercialización del codificador. El precio real del aparato no superaba los 100 francos franceses, Canal Plus lo alquilaba, no lo vendía y exigía un depósito de partida de 700 francos. Esta fórmula era la que permitía a la cadena que, desde sus inicios, consiguiera disponer de una

---

<sup>19</sup> "RTVE, los dos canales públicos franceses, y la italiana RAI son los principales accionistas de Euronews.G....). El presupuesto de la cadena se ha cifrado en 50 millones de Ecus, el 55% de los cuales lo aportarán los teledifusores participantes en la empresa" en: *El País*, 18/6/1992

<sup>20</sup> En prensa así se reflejaba: "La CE estudia los presupuestos del canal europeo de noticias", en *El Sol*, 15/2/1992. Se señalaba que Euronews esperaba obtener fondos de la Comunidad Europea para poner en marcha el 1 de enero de 1993 las misiones. Según fuentes del Parlamento Europeo, la CE había previsto destinar este año en torno a 384 millones de pesetas para financiar los primeros pasos de Euronews. Cifraron en 10 millones de Ecus (1.280 millones de pesetas) el presupuesto que destinaría la CE durante 1993. Estas cifras estaban condicionadas al debate que abordaría el Parlamento Europeo tras la presentación de los presupuestos por el presidente de la Comisión, J. Delors para el quinquenio 1992-1997.

financiación gratuita absolutamente excepcional. De este modo, la experiencia de Canal Plus fue objeto de estudio por los primeros fundadores de Euronews, aunque, como ellos mismos reconocían, no parecía que ese fuera el camino de una cadena con vocación de servicio público europeo (González Martín,1995). Claro que, dadas las circunstancias de entonces en Europa, parecía claro que habría que redefinir el término de servicio público. Así que el mecenazgo y la publicidad, aunque tomados en consideración de forma prudente, eran las dos maneras de financiación que quedaban previstas en los primeros estudios de viabilidad de la cadena.

Las previsiones financieras realizadas por el Grupo de Acción se establecieron hasta 1998, curiosamente la fecha en que se fijó la liberalización de las telecomunicaciones en Europa como se ha dicho.

El presupuesto correspondiente a 1993 fue de 50 millones de ecus (7.000 millones de pesetas). Progresivamente iría experimentado un aumento y era de esperar que la cadena siguiera manteniéndose en esta línea de mejora. El 55% correspondía al material aportado por todos los miembros de la UER, y las cuotas de los socios; el 20% era aportado por organismos públicos, como la Comunidad Europea, gobiernos europeos participantes en Eureka Audiovisual (estructura financiera dedicada a promover el desarrollo de la industria audiovisual europea) y varios organismos públicos locales de la ciudad de Lyon y su región; el 25% restante procedía de la publicidad y el patrocinio de programas.

Así quedaba en resumen la distribución del presupuesto:

55% Las televisiones adscritas.

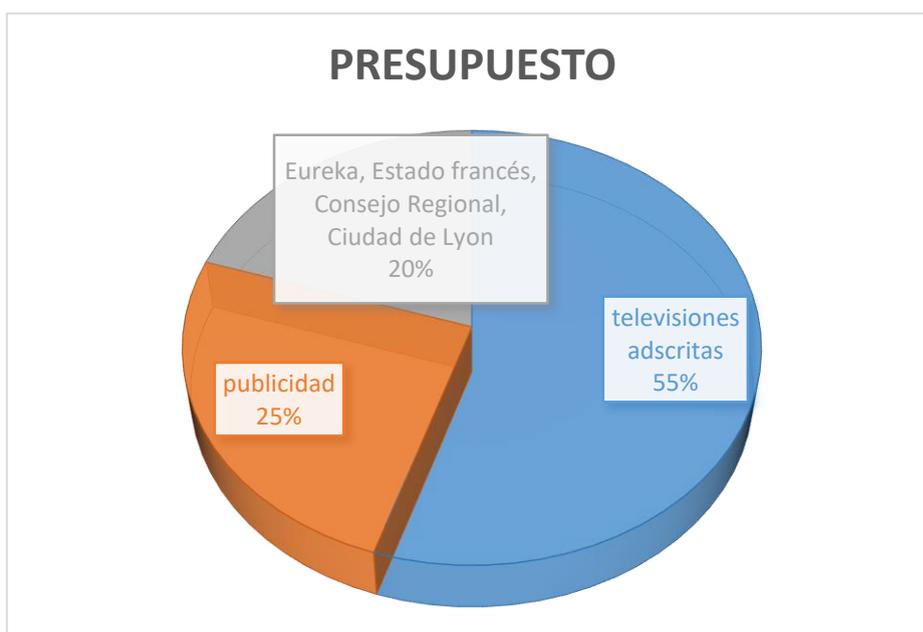
25% Ingresos por publicidad.

20% Eureka Audiovisual.

Estado francés.

Consejo Regional.

Ciudad de Lyon



Fuente: Gráfica de elaboración propia a partir de datos obtenidos

Como vemos, decidida la sede de Euronews en Lyon, la ciudad francesa contribuiría a la financiación de la cadena <sup>21</sup>.

El presupuesto de Euronews para el año siguiente, 1994, fue de unos 56 millones de ecus según datos facilitados por la sede de Euronews en Lyon.

El 55% del mismo correspondía al material aprobado por los miembros de la UER, y las cuotas de los socios; el 20% era aportado por organismos públicos, como la Comunidad Europea, gobiernos europeos participantes en Eureka Audiovisual. El 25% procedía de la publicidad y el patrocinio de los programas. La prensa del momento había mostrado entonces interés por la financiación de Euronews <sup>22</sup>.

La intención de Euronews era que, en un plazo de cinco años, ya no supusiera gastos y comenzara a ser rentable para los accionistas. En enero de 1994, la cadena comunicó un plan de estabilización financiera con el fin de paliar el déficit. La ampliación de capital prevista pasaría de 4.5 millones de ecus (alrededor de 700

<sup>21</sup> "Lyon deberá contribuir a la financiación de Euronews" en *Diario 16*, 20/2/1992. En ésta información se decía que Lyon debería financiar un aparte del proyecto de la cadena europea de información Euronews (...). La comunidad urbana de esta ciudad, Courly, había comprado ya la futura sede por unos 7 millones de dólares en las inmediaciones de Lyon. Al margen de las ayudas estatales, las colectividades locales y territoriales afectadas deberían participar en el capital y los fondos propios de la sociedad de gestión de Euronews, cuyo presupuesto de funcionamiento anual había sido calculado en 66.500 dolares

<sup>22</sup> Así señalaba que procedía, en un 15% de los canales que lo componían; el 60% de la CE; y el resto de publicidad según se señalaba en: *La Gaceta de los Negocios*, 5 de enero de 1993.

millones de pesetas/4207084,73 euro) a 15 millones (cerca de 2.400 millones de pesetas/ 14.424.290,5 euro).

Esto se planteó mediante la creación de un núcleo duro de accionistas en el que participaron las cadenas públicas francesas France 2 y France 3, el canal italiano RAI, la televisión suiza SSR y Televisión Española, TVE <sup>23</sup>.

Entre los objetivos que se había fijado la cadena europea vía satélite multilingüe, que el 1 de enero de 1993 iniciaría su andadura, figuraba el aumentar su presupuesto anual <sup>24</sup>. El canal, de hecho, ya en su primer año de emisión había empezado a tener dificultades financieras <sup>25</sup>.

El sindicato mayoritario entre los trabajadores de Euronews señalaba que entendía muy bien que Francia no podía llevar por sí sola el conjunto del proyecto y pedían al ministro un apoyo a escala nacional e internacional <sup>26</sup>.

Se cumplió el primer año de emisiones con un balance económico desfavorable, pero con la esperanza de lograr un plan de estabilización financiera que le permitiera consolidarse. Desde que, en agosto de 1993, el entonces presidente del canal Massimo Fichera anunció las dificultades del mismo, los socios habían estudiado las posibles soluciones es al proyecto, que era una de las prioridades del plan de desarrollo audiovisual europeo “Eureka”. A finales de diciembre de 1993, según informó la dirección de Euronews, la cadena esperaba ampliar su capital. El aumento se planteaba mediante un núcleo duro de accionistas en el que participaban, entre otros, RTVE, que contaba con el 17% de las acciones. Los otros socios, se recuerda que eran las cadenas públicas francesas France 2 y France 3, la RAI italiana y la suiza SSR.

---

<sup>23</sup> Ver: “TVE y otras cadenas públicas tratan de salvar Euronews. La crisis financiera provoca una ampliación de capital” en *ABC*, 10 de enero de 1994 (apartado de Radio y Televisión).

<sup>24</sup> De 25 millones de ecus (3.900 millones de pesetas/23439472,07 euro) hasta los 30 millones (4.600 millones de pesetas/27646556,8 euro), consolidar la audiencia y reforzar el personal técnico y periodístico. El presupuesto de Euronews era, en cualquier caso, modesto si se compara con los 600 millones de francos previstos para el lanzamiento del canal informativo francés de TF1 y Canal Plus. En: Revista: *Noticias de la Comunicación*, N° 81, 8-14 de febrero de 1993, pg 17

<sup>25</sup> Los trabajadores de Euronews se empezaron a mostrar preocupados. “El ministro francés de Comunicaciones Alain Carignon, recibió una carta del sindicato European Staff Association (ESA), remitida desde el canal europeo de televisión Euronews, en la que se expresa la inquietud de sus empleados por el futuro de la empresa, a causa de las dificultades financieras”. En: Revista: *Noticias de la Comunicación*, N° 81, 8-14 de febrero de 1993, pg 17.

<sup>26</sup> Como se mencionaba en *La Vanguardia*, 2 de septiembre de 1993, pg 19.

Pedro González, entonces jefe de la redacción española, y posterior secretario de redacción en 1996, consideraba que la cadena había superado ampliamente sus techos de audiencia potencial estimados cuando comenzó el 1 de enero de 1993, en 34 millones de personas <sup>27</sup>.

Respecto a la aportación económica comunitaria, destaca la reducción de la misma en 1995. El presupuesto destinado para el canal venía siendo de 4 millones y para 1995 se previeron 2 millones y medio; es decir, que la aportación se había visto reducida a casi la mitad. Euronews se había consolidado en el panorama audiovisual europeo gracias a un programa reputado por su objetividad, a una audiencia cada día más fiel y a una distribución que alcanzaba los 44 millones de hogares en 1994 <sup>28</sup>.

Para llevar a cabo la gestión publicitaria de la cadena internacional de noticias se creó la compañía Euro-TV. Además, las mismas fuentes de Euronews señalaban que Euronews se había consolidado, también su base financiera merced a una ampliación de capital y cuotas aprobadas por sus accionistas. El Parlamento Europeo reconoció la importancia de Euronews, al incrementar su contribución financiera de 2'3 millones de ecus en 1993 a 4'3 millones en 1994 <sup>29</sup>.

Sin embargo, con posterioridad, se decidió reducir de forma progresiva a la financiación que recibía en la medida en que mejoraba su autofinanciación. Se señaló en el Parlamento Europeo que si la evolución de la cadena era favorable esta subvención debería desaparecer <sup>30</sup>.

### 5.3.3- El origen de la formación de un modelo híbrido de financiación

Como solución a esta crisis financiera se empezaron a barajar otras posibilidades y por ello en 1995 se produjo la entrada de capital privado <sup>31</sup>. Como noticia de

---

<sup>27</sup> “Hemos demostrado, ante la desconfianza que había al principio, que se trata de un proyecto viable” según señalaba en: *Diario 16*, 3 de enero de 1994, pg 23

<sup>28</sup> Como señalaba el artículo ya citado en *Diario 16*.

<sup>29</sup> Según fuentes de Euronews facilitadas en enero de 1995 por Kay Wallace, en aquel momento Relaciones Externas de Euronews.

<sup>30</sup> Según información facilitada el 10 de enero de 1996 por Bárbara Dührkop, eurodiputada del Parlamento Europeo. Barbara Dührkop, formaba parte de la Comisión de presupuestos, de la Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación, entre otras. De hecho, citaremos como ejemplo que la subvención asignada para 1996 en segunda lectura era de 3.250.000 ecus.

<sup>31</sup> Ver: “Euronews perdió más de 3500 millones de pesetas” en *ABC*, 24/5/1995. En ésta información se señalaba que la dirección de Euronews había anunciado que a finales de 1994, las pérdidas

primerísima actualidad, la prensa se hizo eco de la novedad <sup>32</sup>.

Con ello se ponía fin a las incertidumbres económicas de la cadena. Se trataba de la empresa Alcatel Alsthom, un gran grupo industrial de telecomunicaciones. De hecho, Alcatel se convertiría en el primer accionista de Havas cuando tomó el 22% de su capital en 1995 y Havas por su parte se convertía en el quinto grupo mundial de comunicación del momento. El presidente y director general de Alcatel era en ese momento Serge Tchuruk, quien reestructuró de manera notable la empresa.

Ya en octubre de 1994 se había comenzado a valorar más firmemente la posibilidad de incorporar un socio privado a los accionistas del canal que al final tuvo su respuesta positiva. La empresa Alcatel entraba a formar parte del accionariado de Euronews. De los cambios en la estructura de Euronews con este nuevo socio se pudo contrastar opiniones con Pedro González, redactor jefe de Euronews en Lyon y quien bien conocía la estructura de la cadena, ya que estuvo en la misma desde su origen. Con la nueva estructura se nombraría a un nuevo director general y Massimo Fichera permanecería como presidente. La llegada de capital privado y el nombramiento de un

---

acumuladas por el canal vía satélite ascienden a 143 millones de francos, más de 3.500 millones de pesetas. RTVE, junto a otras 16 empresas públicas de TV, accionistas de la cadena, se harían cargo de las pérdidas. Según el director financiero de la cadena, Jean Claude Silvain, el plan de reactivación de Euronews preveía un déficit de entre 30 y 50 millones de francos, casi la tercera parte de las pérdidas registradas. El presupuesto de funcionamiento de la cadena para 1995 era de 187 millones de francos, unos 4.600 millones de pesetas.

<sup>32</sup> Estas son algunas de las informaciones aparecidas en la prensa acerca de la entrada de capital privado en Euronews: “El consejo de vigilancia de Euronews, gestor de la cadena europea, ha aprobado un plan de relanzamiento que implica la colocación del 49% de su capital en manos de socios privados. Las cadenas públicas accionistas seguirán conservando el 51%. Por otro lado, el directorio de Euronews ha anunciado su intención de continuar las negociaciones ya iniciadas con la Generale Occidentale, filial del grupo Alcatel, propietaria de Lé xpress y de Le Point” en *El Mundo*, 21/10/94. “Euronews, mitad privada”, “La sociedad General Occidental, filial de la multinacional francesa Alcatel para asuntos de comunicación, ha adquirido un 49% del capital de Euronews, operación con la que se pone fin a las incertidumbres financieras de la cadena..). La nueva gestión prevé la división de la cadena de noticias en dos sociedades: una editorial y otra operativa” en *La Información de Madrid*, 31/3/1995.

“La Generale Occidentale, filial de Alcatel, ha entrado en el capital de Euronews con la compra de un 49% de las acciones tras una ampliación de capital. De esta participación, la Generale Occidentale mantendrá un 34%, mientras que el 15% restante se cederá a otros socios privados” en *Cinco Dias*, 1/4/1995.

“Euronews se privatiza. El consejo supervisor de Euronews ha decidido iniciar los trámites para el ingreso de socios privados en el capital social de este canal empezando por la compañía francesa generale Occidentale” en *El Mundo*, 2/6/1995.

Director General podía establecer una nueva situación en cuanto a los principios sobre los que se fundó la cadena paneuropea.

La nueva estructura financiera incidió en varios aspectos de la cadena; en el personal y el nombramiento de nuevos cargos, así como la desaparición de otros; y cambios también en la parrilla de programación. Algunos autores señalaron cuál era la finalidad de esta entrada de capital privado en Euronews asegurando que con ello Alcatel Alsthom había sacado provecho de la situación política de los medios de comunicación en Francia <sup>33</sup>.

Así, desde finales de 1995, Générale Occidentale (la rama de medios de Alcatel), controlaba el 49% de la participación en Euronews. Además de esto, tuvo lugar un cambio en el personal ejecutivo con motivo de este cambio <sup>34</sup>.

La nueva gestión preveía la división de la cadena en dos sociedades: una editorial y otra operativa. De la primera, sólo formaban parte los accionistas públicos y tenía potestad sobre la línea editorial que se iba a seguir. La segunda, que contaba con la participación de Générale Occidentale, afrontaría los principales retos económicos de la compañía. Un dato de interés era que Alcatel permitía a Havas, de quien era su mayor accionista, desarrollar sus actividades en el terreno multimedia, Salles (1995).

Havas en 1994 era una de las grandes empresas de comunicación en el mundo, detrás de los grupos norteamericanos Time Warner-Turner y ABC-Disney, el alemán Bertelsman y News Corp, el grupo de Robert Murdoch. Sin embargo, tras tres años de transformación y de evolución, el socio privado de Euronews se planteó en 1997 vender su parte accionarial. Y así lo hizo. En noviembre de 1997, la empresa británica ITN, (*Independent Tradition News*) entraba en el capital de Euronews. ITN fue creada en 1955 como productora de noticias para ITV, la primera cadena de televisión privada británica. ITN suministraba noticias nacionales e internacionales a tres cadenas de televisión privadas británicas: Channel 4, Channel 5 e ITV, así como más del 95% de las noticias de las radios privadas británicas a través de *Independent Radio News*. Su

---

<sup>33</sup> Esta es la opinión que se derivaba del análisis que de Euronews hacía Marcel Machill. MACHILL, Marcel (1997) "La multidimensionalidad de un laboratorio europeo periodístico: Euronews" en Revista *Analisi* n° 20, pg. 37-5

<sup>34</sup> Ver: "Francoise Sampermans, the head of General Occidentale, the Media Arm of Alcatel Alsthom, which holds a 49 % stake in pan-european news channel Euronews, resigned in disagreement over the company's new development strategy. Her place will be taken by Francoise de Laage de Meux, chairman of General Occidental".C..)meanwhile, Alcatel said that it is to construct a new cable system factory in arteijo, Spain in association with local partners" en *New Media Markets*. 19/10/1995, pg 62-63.

programa *World News* se emitía en Estados Unidos en la cadena de TV pública PBS.

Esta empresa, productora de información audiovisual, al adquirir el 49% del capital de Euronews, había visto nuevas e interesantes posibilidades de utilizar el multilinguismo de Euronews <sup>35</sup>.

Con la llegada de este nuevo socio privado se perseguía una mejora en la calidad de los programas, la elaboración de una nueva parrilla con más espacio para bloques de noticias y formación intensa de los periodistas. Además, se mantenía la idea de ampliar el espectro idiomático (holandés, ruso...). Se abrían, en definitiva, nuevas y buenas perspectivas de profundizar y ampliar la audiencia y de formar parte de las diversas ofertas de televisión digital.

Respecto a la evolución de la ayuda institucional en Euronews, era clara en un primer momento cuando Jacques Delors era el presidente de la Comisión Europea y quedaba patente el interés de Delors por el proyecto. Incluso existían referencias en las que se denomina a Euronews como “TeleDelors”. La llegada del luxemburgués Jacques Santer a la presidencia de la Comisión marcaría un cambio de rumbo, no precisamente más favorable para la cadena. Respecto a las ayudas aprobadas por el Parlamento Europeo, no seguían una evolución en ascenso si no que tendían a disminuir. De hecho, en 1996 la cifra fue de 3’5 millones de ecus.

El presupuesto para 1997 fue el mismo que para 1996, pero con una novedad en cuanto a la emisión de la misma: el 50% sería abonado al principio de año y el otro 50% restante se entregaría antes del 1 de marzo de 1997. Euronews presentaba un nuevo plan de viabilidad <sup>36</sup>. La finalidad de la nueva orientación de la cadena era efecto, reducir las subvenciones y decantarse por la producción de programas.

En cuanto a la financiación para la puesta en marcha de las emisiones en árabe, la mitad del gasto lo pagaría el Estado francés y el , la Unión Europea. En 1998 se

---

<sup>35</sup> Según ellos mismos afirmaron: “Esto nos distingue de las cadenas de televisión rivales que trabajan exclusivamente en inglés”. Declaraciones de Stewart Purvis, presidente Director General de ITN recogidas en un comunicado de prensa de Euronews enviado el 28 de noviembre de 1997. Purvis señalaba también lo siguiente: “Desde hace tiempo deseábamos dirigir una cadena de noticias. Nos alegra colaborar con nuestros socios de cadenas públicas líderes en Europa, que han permitido a Euronews llevar a cabo con éxito su fase de lanzamiento...”.

<sup>36</sup> Así lo hacía saber la diputada europea Barbara Dührkop en una carta desde Bruselas el 10 de enero de 1996 “Finalmente el Parlamento Europeo, en segunda lectura ha asignado un total de 3.250.000 ECUS, como subvención. El planteamiento del Parlamento Europeo era reducir progresivamente dicha subvención, en la medida que Euronews mejora

marcaba una nueva fórmula por iniciativa del Parlamento Europeo. El objetivo consistía en introducir una mayor transparencia en la relación de la Unión Europea con la cadena y vincular directamente la financiación comunitaria con la producción y con la difusión de programas concretos. Por esta razón, la Comisión con el acuerdo de la autoridad presupuestaria negoció en 1998 un memorándum de acuerdo con la emisora de una duración de tres años. Este acuerdo preveía la coproducción, la correalización y la difusión de programas destinados al gran público sobre diferentes aspectos de la actualidad europea. Un convenio anual<sup>37</sup> fijaba la lista de acciones programadas y sus condiciones de programación. Una reunión mensual entre la emisora y la Comisión (en la que también participa un representante de los servicios del Parlamento), permitía el seguimiento de esta operación. En tanto que coproductora de los programas, la Unión se beneficiaba de los derechos de producción y radiodifusión de los productos audiovisuales. Esto le permitía extender gratuitamente su uso a sus propias redes, en particular a través de su sistema de difusión por satélite EBS, lo que acrecentaba el interés de esta fórmula de cooperación<sup>38</sup>.

Aparte de estas coproducciones, la Comisión Europea no asumía ninguna responsabilidad particular en lo que respectaba Euronews. La fórmula que se ofrecía era una base más transparente que establecía una cooperación limitada a productos claramente identificados a los ojos del público y que respetaba la independencia de la cadena.

#### 5.3.4- Los nuevos Socios y candidatos

Un rasgo que caracterizaba a la mayoría de las cadenas de televisión que presentaban su candidatura para formar parte de Euronews era que se trataba, en su mayoría, de países que estaban preparando su adhesión a la Unión Europea.

En el año 2000, ya figuraban en Euronews los siguientes países: Bulgaria, Eslovenia, Rumania, República Checa, Malta, y Chipre. El resto de los países

---

<sup>37</sup> Este convenio firmado en 1998 se refería a un volumen de actividad de 3,250 millones de ECUS y preveía la difusión de 42 programas de información de cinco minutos con reportajes sobre el terreno, 168 productos de animación- cortos didácticos- de dos minutos y 222 temas de información cortos de tres minutos y medio

<sup>38</sup> Esta nueva fórmula de cooperación con Euronews fue explicada por el entonces Comisario Marcelino Oreja en el Parlamento Europeo como respuesta a una pregunta planteada por un eurodiputado. (Pregunta nº35 formulada por Esko Olavi Sappanen (H-1204/98) de 12-1-1999).

candidatos a la adhesión a la UE seguirían esta tendencia, como fueron Letonia, Lituania, Polonia, Eslovaquia, Turquía, Hungría y Estonia. Todos ellos estaban pasando un proceso a la adhesión al sistema comunitario. En referencia al sector audiovisual, se estimaba que la mayor parte de los países podían estar en un plazo medio en disposición de acogerse al acervo comunitario <sup>39</sup>. La Unión Europea estudiaba la situación del sector audiovisual en cada uno de estos países. En general, y salvo pequeños detalles, todos ellos necesitaban adaptarse a la Comunidad en esta tanto como en otras materias.

Citaremos algunos ejemplos, como el de Rumanía, que se incorporó a la cadena en 1997 siendo el presidente del parlamento rumano, según señalaban varias voces, el verdadero impulsor de ello. Aparte de esto, la llegada de nuevas incorporaciones supuso a lo largo de 1997 un verdadero logro según la opinión del presidente de Euronews, Jose Vila Abelló <sup>40</sup>.

Otros ejemplos fueron la incorporación de la antigua República de Macedonia y de la televisión de Irlanda en 1998 <sup>41</sup>. En un comunicado de Euronews, ya cuatro años antes, se citaba que “las televisiones públicas de Rumania, Bulgaria, Hungría, Polonia y Malta han comenzado sus negociaciones de cara a su futura adhesión a Euronews” <sup>42</sup>.

---

<sup>39</sup> Para ver estas características y los informes de situación de cada uno de los países de la ampliación:  
Eslovenia: Dictamen de la Comisión COM (97)2010 final e Informe de la Comisión COM (98)709 final.  
Rumania: Dictamen de la Comisión COM (97) 2003 final e Informe de la Comisión COM (98)702 final.  
República Checa: Dictamen de la Comisión COM (97)2009 final e Informe de la Comisión COM (98)708 final. Malta: Informe de la Comisión COM (1999) final. Chipre: Informe de la Comisión COM (98)710 final. Letonia: Dictamen de la Comisión COM (97)2005 final e de la Comisión COM (98)704 final.  
Lituania: Dictamen de la Comisión COM (97)2007 final e Informe de la Comisión COM (98)706 final.  
Polonia: Dictamen de la Comisión COM (97)2002 final e Informe de la Comisión COM (98)701 final.  
Eslovaquia: Dictamen de la Comisión COM (97)2004 final e Informe de la Comisión COM (98)703 final.  
Turquía: Informe de la Comisión COM (98)711 final. Hungría: Dictamen de la Comisión COM (97)2001 final e Informe de la Comisión COM (98)700 final. Estonia: Dictamen de la Comisión COM (97)2006 final e Informe de la Comisión COM (98)705 final. Bulgaria: Dictamen de la Comisión COM (97)2008 final, Informe de la Comisión COM (98)707 final e Informe de la Comisión COM (1999)501 final).

<sup>40</sup> El 13 de marzo de 1998 se tuvo la oportunidad de hablar de estos aspectos con el presidente de Euronews José Vila Abelló. Con motivo de su participación en el Master en Integración Europea de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, tuvo lugar también un encuentro con representantes de la televisión pública vasca, del ámbito universitario y del vasco organizado por el Consejo Vasco del Movimiento Europeo.

<sup>41</sup> En el caso de Irlanda la tramitación estaba en curso y según nos señaló José Vila el 7 de octubre de 1998 el caso de la antigua república de Macedonia comenzaría a final de 1998.

<sup>42</sup> Comunicado de prensa de Euronews de 2 de marzo de 1994.

En el caso de Malta, el acuerdo se firmó el 9 de octubre de 1995. La llegada de este país a Euronews se producía casi al mismo momento tiempo que se le otorgaban ayudas para preparar su ingreso en la Unión Europea. El Parlamento Europeo dio su dictamen conforme a los protocolos de ayuda financiera y técnica previstos en los acuerdos de asociación UE-Malta y UE-Chipre. Estos nuevos protocolos eran los cuartos desde que ambos acuerdos entraron en vigor. Estos vehicularían la cooperación comunitaria hasta el 31 de diciembre de 1998 <sup>43</sup>.

Este instrumento preveía la participación de la CE en la financiación de proyectos y acciones destinadas a facilitar la transición económica en la perspectiva de la adhesión, mediante el desarrollo de la cooperación en ámbitos como la administración pública, la formación, la investigación, la tecnología, el comercio, la industria y los servicios. Tanto el protocolo de Chipre como el de Malta tenían una especial importancia cara al futuro de estos países en la UE, teniendo en cuenta que las negociaciones se iniciarían una vez concluida la Conferencia Intergubernamental de 1996 <sup>44</sup>.

En cuanto a los retos de Euronews, la incorporación de la televisión rusa era altamente interesante por el potencial número de espectadores, así como lo eran las relaciones con Marruecos y Macedonia.

#### 5.4- La centralización de los servicios informativos y la elección de la sede

Después de los primeros acuerdos en el seno de la UER y con el fin de elegir una sede para el canal de televisión, Euronews convocó un concurso a escala europea al que se presentaron 17 ciudades, entre las que se encontraban Barcelona y Valencia. El establecimiento de un organismo internacional como era Euronews era uno de los objetivos en aquellas ciudades que aspiraban a tener una proyección internacional. En el caso de Barcelona y Valencia era claro, y así aparecieron numerosas referencias en la prensa en torno a las diferentes candidaturas para la consecución de la sede de

---

<sup>43</sup> En prensa citamos algunas de las informaciones que hablaban de este aspecto como por ejemplo: "Public Broadcasting Services yesterday became the 17 th shareover of Euronews by buying one per cent of its equity. The agreement was signed by PBS chief executive Tony Mallia and Euronews head Massimo Fichera in the presence of justice and the Arts Minister Michael Refalo, who is responsible for broadcasting". "Euronews strongly believes in unity in Europe and the agreement in another step towards to E.U for Malta". "The agreement is significant as it highlights Malta's close links with Europe and open the doors of opportunity" en *The Malta Times*, 10/10/1995, pg 35.

<sup>44</sup> Tal y como se citaba en: *Tribuna del Parlamento Europeo*, octubre 1995, Año VIII, N° 9

---

<sup>45</sup> En *La Gaceta de los Negocios*, 27/6/90. Se hablaba del modelo de televisión que presentaba Euronews. En concreto se le denominaba televisión económica. Se señalaba que RTVE defendía la candidatura de Barcelona como sede de Euronews, el primer canal paneuropeo dedicado solo a noticias, aunque ya le habían tomado la delantera otros como la CNN y el FNN (que se distribuía en Gran Bretaña y que se extenderá a otros países de Europa). Ver también: “Valencia presenta su candidatura en la sede de Euronews”. Se señalaba que RTVE recibió un proyecto de la Generalidad de Valencia en el que esta Comunidad Autónoma se ofrecía como sede de Euronews. Diego Carcedo, director de Relaciones Internacionales del ente público calificó de positivo el proyecto de la Generalidad y añadió que responde a las condiciones que se exigen. Valencia otorgaba al proyecto Euronews una especial consideración por su dimensión internacional. “Euronews emitirá en cinco idiomas nueve horas diarias en una primera fase. Se financiará con publicidad y se prevé que en los primeros meses de emisión pueda verse en 28 millones de hogares europeos”. La inversión prevista será en ocho años de 30.000 millones de pesetas en *El Sol*, 13/9/1990.

Meses más tarde ver: “La RAI apoya a Valencia como sede de Euronews”. En esta información, a modo de resumen, se dice que La RAI italiana se ha alzado como principal valedor de RTVE para que Valencia sea la sede de Euronews, el futuro canal europeo de noticias. Aunque los integrantes del Consorcio Euronews han presentado sus respectivas candidaturas, Italia ha renunciado a defender su ciudad en favor de Valencia. La Generalitat presentó un proyecto para la construcción de las instalaciones del canal auspiciado por la UER. Valencia pondrá a disposición 4.000 metros cuadrados. Euronews invertirá unos 3.000 millones de pesetas y la programación será difundida en cinco idiomas” en *El Sol*, 5/12/1990. En *El País*, de 16/3/1991, se hacía referencia a la aparición de Euronews en mimetismo con la CNN norteamericana. Se indicaba que Europa había decidido competir con la CNN mediante el proyecto Euronews. Se señalaban algunas de las ciudades que presentaban su candidatura como: Valencia Lyon, Munich, Bolonia y Barcelona. En *La Gaceta de los Negocios* 19/4/1991, se hacía referencia a las manifestaciones de Javier de Juan Aracil “el Estado debe apoyar a Valencia como sede de Euronews”. Otra noticia que destacamos es “Euronews visita las sedes ofertadas por Valencia”. Se hacía alusión a que los representantes de Euronews visitaron las cuatro posibles ubicaciones provisionales ofertadas por la Generalitat de Valencia como sede de Euronews, en la que participaban más de una docena de televisiones de Europa y que el ingeniero jefe de Euronews Alain Danre elaboraba un informe sobre el que se basaba la Sociedad para decidir la ciudad que será la elegida en *La Gaceta de los Negocios*, 14/1/1992. En el mismo medio, y días más tarde aparecía la siguiente información: “Euronews podría fijar su sede en el parque tecnológico de Valencia”, en: *La Gaceta de los Negocios*, 28/1/1992. “Barcelona aspira a ser la sede de los organismos internacionales de diseño”. En esta noticia se hacía alusión a que Barcelona fue una de las ciudades candidatas para albergar la sede de Euronews y por ello se le otorgaba a la ciudad un relieve internacional que sirve de precedente así para albergar a futuros proyectos internacionales” en *La Vanguardia*. 23/12/1994. En el diario de Valencia *Las Provincias* también se hacía referencia a las posibilidades de la Comunidad Valenciana para acoger a diferentes empresas internacionales y capital extranjero. Se hacía alusión a que Valencia fuera una de las ciudades candidatas para la sede de Euronews y que existen unas 181 empresas multinacionales. El titular era claro: “El diamante en bruto sigue

Tras un largo proceso de selección, la nueva compañía se instaló en la ciudad francesa de Lyon. La Courly (Comunidad Urbana de Lyon) adquirió por 37 millones de francos (unos 770 millones de pesetas/4.627.793,2 euro) un inmueble de 5.130 metros cuadrados que había sido la sede regional de la multinacional Hewlett Packcard y que cedió a Euronews por un periodo de 99 años. Además, Lyon aceptaba integrarse en el proyecto y compartir con las televisiones fundadoras el riesgo financiero de la empresa<sup>46</sup>.

#### 5.4.1- El debate sobre la elección de la sede

La elección de la sede de Euronews no fue una decisión fácil y el proceso estuvo lleno de numerosos incidentes. Fue una verdadera "batalla" entre las diferentes ciudades europeas que presentaron sus correspondientes candidaturas. Se llevaron a cabo varias apuestas fuertes hasta que en una última vuelta Lyon, Munich y Valencia quedaron finalistas. Veámos algunos detalles del proceso.

Alemania por ejemplo, presentó cuatro posibilidades: Berlín, que era símbolo de la reunificación alemana, es decir, de reconciliación entre dos mundos que habían estado enfrentados; Leipzig y Würzburg representaban, por su parte, el saber y la industria de la exrepública Democrática Alemana como símbolo de los nuevos modos de expresión. Bélgica, por otro lado, presentó las candidaturas de Bruselas y Charleroi.

Praga quería ser el símbolo de la antigua Europa del Este. El entonces presidente Vaclav Havel afirmaba que Euronews podía ser el vehículo más idóneo para enseñar a las gentes del este de Europa los valores occidentales de la democracia al tiempo que para transmitir a los conocedores del liberalismo la memoria histórica y las facetas culturales de quienes habían vivido bajo el comunismo González (1995).

Valencia pujó muy alto, de hecho, propuso un edificio realizado "ad hoc" para el canal, donde posteriormente se instalaría la sede de Hispavisión. España, como ya se ha señalado, presentó la doble candidatura de Barcelona y Valencia. Barcelona había albergado la sede de los Juegos Olímpicos y como Sevilla contaba con la Exposición Universal de 1992, las esperanzas estaban puestas en Valencia. Aunque fue la ciudad de Lyon la seleccionada para situar allí la sede de Euronews, no se descartó la posibilidad de tener a Valencia como recurso en caso de que Lyon no pudiera reunir los requisitos a

---

esperando", en *Las Provincias*, 7/5/1995.

<sup>46</sup> Según una nota oficial de Euronews, febrero de 1992.

los que se había comprometido <sup>47</sup>.

Francia tenía un verdadero interés en que la sede estuviera en una ciudad francesa. (Francia además de Lyon, presentó las candidaturas de Lille y Estrasburgo). Y finalmente lo que hizo que la decisión se decantara por Lyon fue un documento en el que se expresaba que la ciudad, así como los organismos de la región se comprometerían a cubrir el déficit de la cadena durante los cinco primeros años de emisión. Lyon se encontraba en 1990 en plena expansión comercial y empresarial. Situada además cerca de España, Italia y Alemania, constituía en sí misma una ciudad de carácter europeo dotada de amplios espacios y facilidad para las comunicaciones.

Queremos también referirnos a una de las candidaturas que con énfasis albergó la esperanza para lograr la sede de Euronews como fue Sarajevo. Esta ciudad sede de los juegos olímpicos de 1984, parecía contar con las instalaciones suficientes para los futuros trabajadores de la cadena. En el fondo subyacía la esperanza por parte de este país de que de alguna manera se produjera un anclaje en las instituciones europeas en un momento en el que se comenzaban a apreciar los conflictos que más tarde se harían evidentes sobre los Balcanes.

Euronews Development, la sociedad del proyecto Euronews, prometió elegir la sede definitiva antes de que finalizara 1991. Pero esta intención no se vio cumplida. Tras los diversos procesos y actividades diplomáticas para la consecución del lugar idóneo parte de las diferentes candidaturas se fueron descartando. En el caso de Munich, el equipamiento técnico era bueno pero las condiciones para los futuros trabajadores no eran las deseadas. Valencia, en cambio, llegó a ofrecer alojamiento gratuito al menos durante el primer año a lo que Lyon respondió ofreciendo además trabajo para los cónyuges o compañeros de los futuros trabajadores de Euronews. La cuestión de las instalaciones también quedaba cubierta en el caso de Francia. Euronews, como se ha visto, quedaría ubicado en un edificio donde estaba situada la empresa Hewlett Packard. La propuesta francesa resultaba más tentadora y aunque la oferta era de las mismas características, “el peso diplomático y político era mayor” (González Martín, 1995).

Una vez dada a conocer la sede definitiva de Euronews en Lyon (Francia), España se resignaba ante la decisión, pero Alemania, por ejemplo, no digirió bien la derrota. En

---

<sup>47</sup> En: *El País*, 18/2/1992. Titular: “Lyon vence a Valencia en la elección de la sede del canal Euronews”. En esta información se señala que Valencia fue considerada como alternativa en caso de que la ciudad francesa no reúna en los próximos dos meses las condiciones financieras que se requieren para la puesta en marcha del proyecto.

realidad, no presentó una sino cuatro ciudades candidatas y tras las sucesivas eliminaciones parecía que la actitud de interés ante el proyecto Euronews se iba desvaneciendo.

Como ya hemos señalado brevemente con anterioridad, es entonces cuando se empezaron a interesar en otras alternativas como N-TV y Deutsche Welle. Sobre el primer proyecto parecía tener influencia la Cable News Network (CNN) que aspiraba a entablar un acuerdo bilateral con esta cadena alemana o incluso a tener su control. Más tarde se confirmaría esta sospecha.

Respecto a la cobertura del déficit que la candidatura de Lyon indicó que llevaría a cabo, hay que señalar que el anteriormente documento fue firmado por el entonces gobierno socialista. Después de las elecciones de marzo de 1993, y debido a los cambios políticos producidos en Francia, no se llegó a un acuerdo para cumplir lo que en el documento se había firmado, de manera que el nuevo gobierno propuso que el déficit fuera aportado por las televisiones miembros. Esto supuso un aumento en la contribución que pasó, por tanto, de 60 a 800 millones. (González Martín, 1995).

## 5.5- Un equipo humano que buscaba el equilibrio de las representaciones nacionales, joven y polivalente

### 5.5.1- Características

Queremos destacar como premisa la importancia del equipo de profesionales que conforman una emisora de televisión. Son ellos en realidad los que señalan qué es noticia y cómo se organiza la información, se selecciona y se decide lo que ha de llegar al público cuándo y de qué manera. Es el criterio del profesional del medio televisivo el que determina qué es “noticiable”, categoría que se corresponde más con lo imprevisto, con lo que sale del orden establecido, con lo que tiene carácter de extraordinario (Huertas, 1994).

La elección del equipo de Euronews no fue tarea fácil teniendo en cuenta las características de la cadena. Además de la internacionalidad de sus componentes había que homologar criterios para establecer el perfil del candidato. En junio de 1992 tuvo lugar la recepción masiva de curriculum de profesionales de diferente nacionalidad y comenzaba la selección del personal de redacción <sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Ver por ejemplo: “La cadena Euronews seleccionará a sus empleados a partir de la próxima semana”. ‘Faltan poco más de cinco meses para que el primer canal de televisión europea y

Según se había previsto, el primer escalón del staff de la cadena estaría formado por Javier de Juan Aracil, nombrado director general adjunto, y Gerard Decqu, el redactor-jefe que asumiría la tarea de elaborar el diseño de la redacción.

En un principio, los puestos se determinaron teniendo en cuenta la nacionalidad de los mismos y el objetivo era lograr un equilibrio entre las representaciones nacionales dentro del equipo de Euronews. Así, puesto que ya estaban delimitados altos cargos de responsabilidad con profesionales español, francés e italiano, se buscó con insistencia un representante alemán para mantener cierto equilibrio, pero la representación alemana estaba cada vez más lejos. Desistiendo ya del empeño, y puesto que el tiempo apremiaba, se dispusieron las estrategias para formar el equipo de redacción de Euronews. Se utilizaron los principales diarios europeos (uno por país) para ofertar los puestos requeridos. En España se preveía ya algún nombramiento de alto cargo a modo de compensación ya que finalmente Valencia había salido derrotada frente a Lyon como sede de la cadena. RTVE era una firme candidata para ocupar la gerencia de Euronews<sup>49</sup>.

Los anuncios aparecían recuadrados en la primera quincena del mes de julio de 1992. El reclamo era el siguiente: “Ha nacido la primera cadena de información continua. Falta incorporar a todo su equipo humano”. El anuncio estaba dividido en tres partes. Se reclamaba equipo para la redacción, técnicos y administrativos. Fue una empresa francesa (Cera Sud-Est) la que llevó a cabo la selección de las 150 personas que componían la plantilla. En la tarea de selección se tomaba en cuenta, además del perfil de los curriculum y los conocimientos técnicos, un test de idiomas ya que el francés y el inglés serían los idiomas de trabajo en Euronews. Se recibieron miles de candidaturas y se constató que más de la mitad no reunían los requisitos según se pudo observar durante todo el mes de agosto de 1992.

A lo largo del mes de setiembre de ese mismo año tuvieron lugar las diversas fases de la selección. Las entrevistas se comenzaron a realizar en cada país de origen. Así, las primeras se celebraron en Paris, Madrid, Barcelona, Roma, Düsseldorf, Munich, Berlin,

---

multilingüe, Euronews, inicie sus emisiones y ya ha convocado la selección de sus futuros periodistas. (..). Se han recibido más de un centenar de curriculum.” En *La Gaceta de los Negocios*. 23/6/1992.

<sup>49</sup> “La asamblea general de Euronews, convocada para el día 16 de marzo y que se pospuso a última hora hasta el día 30, tendrá que elegir a los que ocuparán los altos cargos del canal de noticias europeo. Fuentes informadas aluden a las muchas posibilidades que tiene RTVE de acceder a la dirección de gestión. El hecho de que Valencia fuera derrotada como sede oficial por la candidatura de Lyon parece ser una de las razones que, a modo de compensación, apoyarían este nombramiento” como se señalaba en *Diario 16*, 23/3/1992

Bruselas y Londres. Al final de todo el proceso, quedaron seleccionados 150 candidatos. Debido a las restricciones en el presupuesto de una plantilla prevista para 150 se tuvo que pasar a una de 120. La reducción del presupuesto por parte de la CE obligó a una nueva rebaja del personal de plantilla, quedando en 90 personas el equipo de partida.

Además de esto, se prescindió de la contratación de unos especialistas experimentados en televisión que se encargaran de preparar adecuadamente a los jóvenes profesionales, con lo que toda responsabilidad recayó en los redactores-jefe.

El Grupo de Estudio estimó, como principio esencial, que el centro de producción de Euronews debería ser completamente independiente y no estar adherido a ninguno de los organismos miembros de la UER. Los redactores pretendían cortar de raíz toda tentación de convertir a Euronews en una mera extensión de una sola cadena, con lo que ello implicaba de predominio político, cultural y hasta propagandístico de un país determinado, (González Martín,1995).

Para conocer la organización de Euronews es necesario hacer referencia al equipo de personas que componían el canal y que dedicaban su actividad diaria a hacer que todos los días fuera posible que las noticias de Euronews salieran a la luz. La condición era incorporarse en noviembre de 1992. Al mismo tiempo había que proceder a la instalación de la maquinaria y de las mesas de redacción y del resto del mobiliario, además de realizar las primeras prácticas.

En primer lugar, hay que decir que en general se trataba de un equipo de personas muy joven (la media de edad de la redacción era de 25 años). Pedro González, que fue secretario general de la Redacción de Euronews en Lyon en los comienzos de la cadena, señalaba que, desde sus orígenes, los redactores del proyecto Euronews pensaron en un personal de la cadena que fuera polivalente y que la cadena contara además con unos instrumentos técnicos altamente cualificados, (González Martín,1995). El perfil del candidato, además, debía reunir las siguientes características: conocimiento y práctica fluida de dos lenguas además de la propia; experiencia práctica en medios audiovisuales; interés comprobado en la construcción europea; y capacidad para trabajar en equipo.

Se trataba, en definitiva, de aprovechar al máximo la capacidad de los profesionales de una tipología distinta a la convencional. En su origen, existían cinco equipos de redacción, uno por idioma, cada uno de los cuales estaba compuesto por nueve periodistas. Una enriquecedora experiencia, tanto a nivel profesional como personal ya que, a diario, profesionales de países diferentes convivían realizando una tarea común trabajando de forma coordinada.

Era una experiencia realmente nueva y donde se adquiriría una gran formación en distintas materias (apreciación que fue corroborada y contrastada a través de conversaciones con los propios redactores de la cadena en Euronews, Ecully- Lyon, entre septiembre y octubre de 1994, durante nuestra primera visita a la cadena).

Si bien el trabajo en equipo era fundamental, al mismo tiempo cada profesional tenía una elevada responsabilidad individual. Respecto a los horarios, dado que se emitía durante 20 horas, existían turnos rotativos. Se trataba de seis horarios posibles que al cabo de seis meses todos llevaron a cabo. Se comentaba antes que en Euronews el periodista “acababa sabiendo de todo”, ya que al cabo del día se trataban muchos temas de una forma muy variada y en breve periodo de tiempo. Esto, según (González, Martín, 1995:103), exigía unas condiciones que él mismo resume de esta manera:

- Se requería juventud y espíritu juvenil
- Entusiasmo difícilmente atacable
- Una sólida formación sobre todo en historia, geografía y literatura
- Una curiosidad inagotable
- Conciencia de que siempre se aprende algo nuevo
- Manejo habitual de las diversas fuentes de información
- Espíritu ganador
- Osadía (la del que pone todos los medios humanos para atreverse)
- Rigor
- Independencia
- Ansia de saber y
- Alta capacidad analítica.

Además, señalaba que la puntualidad a la hora de entregar la información de cada uno de los idiomas era vital ya que un retraso de un solo minuto suponía retrasar la puesta en antena de toda la información media hora. Cada periodista del grupo de cinco elaboraba la información en un idioma distinto. Es decir, que cinco discos ópticos habían de ser llevados a la sala correspondiente para su puesta en antena al mismo tiempo. El retraso en alguno de ellos significa que la información no saldría al aire. Si no estaba debidamente preparada la información en la totalidad de los idiomas no se emitía y así lo dictaba el código de estilo de Euronews.

Respecto al periodismo audiovisual en España, y para realizar una comparación, desde principios de la década de los años 80 éste estaba sometido a grandes cambios (Palacio, 2001, 2006, 2009).

En España, era la televisión autónoma catalana TV 3 la primera que introdujo la polivalencia reportero-periodista gráfico, en tanto que sería Euskal Telebista la primera en apostar por el periodista - editor de las imágenes de su propio reportaje (González Martín, 1995).

Por el contrario, en la generalidad de las televisiones públicas europeas, las centrales sindicales habían obstaculizado sistemáticamente el intercambio de funciones, en la creencia de que ello sería abrir el camino para la supresión de centenares de puestos de trabajo (Piedrahita, 1987; Vilches, 1999, 2001; Marin, 2009).

### 5.5.2- El equipo técnico y de redacción

Respecto al equipo técnico, estaba integrado por 40 técnicos de vídeo y 25 de postproducción de diversas nacionalidades, tanto de Europa como del norte de África.

En cuanto a la redacción, hasta 1995 había tres redactores jefes: Pedro González, Giacomo Mazzone y Peter Vickers, los cuales dirigían un equipo formado por cinco jefes de edición, cuarenta periodistas y cinco coordinadores originarios de las cinco áreas lingüísticas (alemán, francés, inglés, italiano y español) y de otros países europeos o extraeuropeos.

Con la posterior estructuración de la cadena, los jefes de redacción serían Pedro González y Giacomo Mazzone y finalmente, en la reestructuración de principios de 1996, quedaría Pedro González como Secretario General de Redacción hasta que en 1999 se convierte en director de relaciones internacionales de RTVE.

Los cambios en el personal de Euronews habían ido acompañados por modificaciones en la programación y en la proyección de la cadena. Así, al tiempo que se iban dando estas modificaciones en el equipo, iban apareciendo nuevas fórmulas que orientaban a Euronews con los tiempos del momento; es decir, con aquellos temas que preocupaban a la Unión Europea. Aparecían así nuevos programas, por ejemplo: 90° Este (especializado en los países del Este de próxima incorporación a la UE).

Las novedades en la programación de Euronews fueron objeto de diversas informaciones aparecidas en la prensa especializada <sup>50</sup>.

El aspecto de las relaciones exteriores de Euronews era una de las actividades

---

<sup>50</sup> Ver por ejemplo : "Euronews, nouvelle formule" en *Médias*, 14 / 20 de febrero 1996.

«Nouvelle image, nouveaux programmes, nouvelles ambitions" en *Lyon Matin* de 9 de febrero de 1996.  
«Les habits neufs de Euronews" en *Le Progrès* ,8 de febrero de 1996. «Euronews bien dans ses nouveaux habitsen » *Lyon Figaro*, 9 de febrero de 1996.

fundamentales de la representación exterior de la cadena y que requería de un impulso especial. Este es uno de los puestos que fue renovado en 1995 y posteriormente en 1996 en dos ocasiones. En el inicio, el puesto de relaciones exteriores lo desempeñó la británica Kay Wallace. Su experiencia anterior comprendía tres años como asesora de Relaciones Internacionales en la RAISAT, canal multilingüe paneuropeo de la RAI de carácter experimental que transmitía vía satélite. Walter Hellebran fue quien le sucedió después como jefe de Prensa, y con posterioridad, en una tercera remodelación de la sección de relaciones exteriores de la cadena, se llevó a cabo un cambio tanto cualitativo como cuantitativo de manera que, a finales de 1996 la estructura de este departamento contaba con un Jefe de Comunicación, Rupert Rensmann, y dos responsables de Prensa: Nathalie Champagne y Nathalie Sherer. Posteriormente, aparece un nuevo puesto en 1998 de relaciones con la prensa a cargo de Mike Barrett y Nathalie Champagne en la Comunicación.

### 5.5.3- La renovación en la estructura del staff. Los puestos directivos

Entre 1993 y 2003 se dieron variaciones en el equipo de profesionales.

Señalaremos aquí las producidas entre 1993 y hasta finales de 1996 que se mantuvieron hasta el fin de nuestra investigación. Hasta 1995 la estructura del equipo directivo era la siguiente:

Como representante de RTVE: Sergio Gil.

Como representante de la Société Nationale France Television (France2 y France3) Henry False.

El representante de la RAI: Corrado Guerzoni.

Representando a la Radio-Television Belge de 1 Communauté Française (RTBF): Robert Stephan y por último

el representante de la *Elliniki Radiophnia Tileorassi* (ERT): Evi Demiri.

Representantes de SECEMIE:

Henri False, de France télévision (Fr 2 y Fr3).

Sergio Gil, de Radio Televisión Española (RTVE).

Corrado Guerzoni, de Radiotelevisione italiana (RAI).

Robert Stephane, de Radio-Télévision Belge de la communauté Française.

Representantes de Générale Occidentale:

Jean-Paul Barth, Presidente Director General.

Jean-Pierre Petroffe

Marc Jany

Claude Deschaux

Luc Vigneron.

En 1995 tuvo lugar una renovación en la estructura de Euronews dentro de los puestos de decisión y financieros, así como de la estructura de la dirección de la cadena. Aparecen puestos novedosos como la figura del director general que antes no existía y la del director comercial. Desaparecía la del director general adjunto y otros.

A continuación, se darán algunos datos sobre el perfil profesional del equipo directivo para entender mejor la peculiaridad de la cadena.

El director general Adjunto de Programación era en aquel momento Dario Robbiani, periodista nacido en Suiza en 1939. Tras diez años como director de Informativos de la Televisión Suiza, pasó a la política. Fue elegido diputado y entró en el Parlamento federal donde desempeñó las funciones de Portavoz de Asuntos Exteriores y de Política de Medios. Había sido consejero de la productora privada de televisión Suiza SRG. De 1969 a 1979 fue vicepresidente del Grupo de Trabajo de actualidades de la UER-EBU. Fundador y propietario de IMMES (Imágenes y Mensajes, en diciembre de 1992 fue nombrado Director General Adjunto responsable de programas de Euronews.

En marzo de 1994, se nombró a Didier Sapaut miembro del Directorio de Euronews. Era secretario general de France Télévision desde 1991. Diplomado en la Escuela Nacional de la Administración, profesor agregado de Historia, comenzó su carrera en el Ministerio del Interior del presidente director general de FR 3 (1985-1987). Fue nombrado subdirector del Audiovisual en el Ministerio de la Comunicación (1897-1990). Más tarde, fue director de SOFIRAD en 1990. Esta figura del director general adjunto de programación desapareció en 1995 como consecuencia de los cambios que habían tenido lugar en la cadena a finales de ese mismo año para darle un impulso desde todos los ámbitos.

El presidente del denominado Consejo Supervisor era Reno Paasilina, finlandés y director general de ILE, el canal nacional de su país y vicepresidente del Consejo de Administración de la EBU-UER. Desde enero de 1990 ocupaba el cargo de director general de la OY.YLE RADIO (YLE), emisora nacional finlandesa. Desde 1990 a 1992 fue vicepresidente de la *International Radio and*

*Television Organization* (OIRT) y desde el 1 de enero de 1993 vicepresidente del Consejo de Administración de la UER.

Esta reestructuración formaba parte de una nueva estrategia puesta en marcha para efectuar el relanzamiento financiero y comercial de la cadena <sup>51</sup>.

Massimo Fichera fue miembro del Comité de Gestión y del Consejo de Administración de Radiotelevisione Italia (RAI). Ocupó el cargo de director de RAI 2 entre 1976 y 1980, periodo durante el cual el canal fue elogiado por su programación innovadora e imaginativa, e incrementó su audiencia considerablemente. Este había sido su historial hasta llegar a Euronews:

1981-1992: vicedirector general de RAI responsable de los Servicios Informativos, Tecnologías y Relaciones Externas.

1987-1992: vicepresidente de la Unión Europea de Radiotelevisión (UER).

1988-1991: presidente de la Asociación Europea de Coproducción.

1990-1991: presidente del Consejo del Grupo de Intereses Económico Europeos- Visión 2000

De mayo a junio de 1992, Massimo Fichera presidió Euronews Development. Antes había sido presidente y director general de Euronews desde que se constituyó en 1992.

En 1996 tuvieron lugar dos claras variaciones en la estructura según datos facilitados por la cadena en febrero de ese mismo año. La estructura quedó como sigue:

Presidente: Dr. Massimo Fichera

Director General: James Baer.

Director comercial: Michel Cros.

Director Financiero y Administrativo: Jaen-Claude Silvain. Fue director financiero y administrativo de ORTO 92. Desde 1975 a 1989 ocupó el cargo de jefe Administrativo de los departamentos de contabilidad, política fiscal y auditoría de FR 3.

Director técnico: Alain Danre. Fue ingeniero jefe en el Departamento de Desarrollo e Ingeniero jefe/director técnico de CGSAT, encargado de equipos de recepción vía satélite. Desde julio de 1991 a julio de 1992, fue ingeniero jefe de Euronews Development.

Director de Redacción: Gérard Decqu. Participó desde sus comienzos en 1988 en los trabajos del proyecto Euronews. Había sido director de los Servicios Informativos de France 3 y director general de la Agencia Info Video 3.

---

<sup>51</sup> Fuente: Euronews. Departamento de documentación y relaciones externas, datos facilitados por Kay Wallace en 1994

Jefes de redacción: Pedro González- Giacomo Mazzone.

Director artístico: Patrick Lafko. Había trabajado en diseño gráfico. Creó y dirigió el departamento Infográfico de France 3. Era el responsable del diseño videográfico de Euronews y de la creación y formación del equipo gráfico de la cadena.

Responsable de la Distribución: Richard White. Antiguo oficial del ejército inglés, fue director de una agencia de publicidad en Londres. Corresponsal de guerra, se integró en 1979 a la RTL. Posteriormente trabajó en TF 1, y en 1986 en Sky Channel. Responsable de la distribución de Eurosport, se incorporó a Euronews Development en 1991.

Asesor Jurídico: Jean-Jacques Biolay. Poseía una amplia experiencia en los campos industrial, político y académico. Fue director de asuntos jurídicos en la FR 3 desde 1985 a 1992. Entre las obras publicadas figura “*Droit de la Communication Audiovisuelle*”.

Jefe de Prensa: Walter Hellebrand.

Respecto a la organización renovada de los miembros del Consejo quedaba como sigue: presidente: Massimo Fichera.

Vicepresidente: Jean-Pierre Petroffe.

### 5.5.3.1- Los cambios en la presidencia

En los primeros meses de 1996 y cuando se cumplían los tres años de emisión de la cadena llegaron las primeras modificaciones significativas. El cambio del que fuera primer presidente, el italiano Massimo Fichera (1992 /1996) se produjo acompañado por la renovación del diseño del equipo. A Fichera le sucedería el español José Vila Abelló y con ello llegaron también nuevos cargos <sup>52</sup>.

Se incorporaba a la plantilla un director general, James Baer, <sup>53</sup> antiguo Director General de TV-5, la televisión de Quebec, que había trabajado como renovador de empresas en diferentes lugares. El nombramiento de Baer se acompañaba de la llegada de una nueva parrilla de programación. El nuevo nombramiento apareció en toda la prensa

---

<sup>52</sup> Ver: Drago (1996). “Uno de los miembros del Consejo de Administración de RTVE Jose Vila ha sido elegido a propuesta del Partido Popular, como presidente del canal europeo de noticias Euronews. El ex-director de RTVE, Jordi Garcia Candau, había sido previamente designado por altos directivos de las televisiones públicas de Italia y de Francia, pero el PP llegó a presionar a la empresa francesa Alcatel a través de su filial española, que posee el 49% de Euronews, para que Vila fuera designado”.

<sup>53</sup> James Baer tenía 52 años cuando fue nombrado director General de Euronews, de origen francés, aunque con la doble nacionalidad francesa y canadiense, hablaba francés, inglés y alemán. Estudió en París en la Ecole supérieure des sciences économiques et commerciales (1967). Posteriormente realizó un Master en Finanzas y Marketing en la Universidad McGill en Montreal.

européenne tant spécialisée que quotidienne <sup>54</sup>.

Se incorporaba también un nuevo directeur commercial, Michel Gros. Contaba entonces con 49 años y fue el encargado, en 1996, de las actividades commerciales y publicitaires de la chaîne. Provenía del diario “Libération” en el mismo cargo. Sobre ello aparecieron numerosas informations en la presse <sup>55</sup>.

En avril de 1996 llegó también a la chaîne un directeur de communication, Rupert Rensman. Rensman, de 41 años cuando fue designado directeur commercial en Euronews, procedía de la RF1, una de las chaînes publiques allemandes, con anterioridad había trabajado en EuroRSCG como directeur commercial <sup>56</sup>.

A finales de 1996 el staff quedó como sigue:

Presidente: José Vila Abelló.

Había sido consejero financiero y commercial en varias compañías privadas de Barcelona y miembro del Consejo de Administración de RTVE desde 1994 <sup>57</sup>.

---

<sup>54</sup> Ver, por ejemplo: “Un nouveau directeur général pour Euronews” en *Le Quotidien de Paris*, 6 de febrero de 1996. “Un nouveau directeur général á Euronews” en *Lyon Figaro*, 3 de febrero de 1996. “Euronews seeks wider distribution” en *Broadcast*, 9 de febrero de 1996. “James Baer prend la direction d’Euronews” en *Intennedia Rhone Alpes*, 12 de febrero de 1996.

“James Baer neuer Generaldirektor von Euronews” en *Nene Búrcher Beitung*, 6 de febrero de 1996. “Neuer chef bei Euronews” en *Ender Zeitung*, 12 de febrero de 1996. “Nueva dirección de la chaîne Euronews” en *El País*, 6 de febrero de 1996.

<sup>55</sup> Ver: *Newsletter*, 4 de abril de 1996 y *La Lettre*, 11 de abril de 1996.

<sup>56</sup> Ver datos en: “RTVE propone como presidente de Euronews al consejero José Vila” en *La Lente*, 31 de julio de 1996. También en *El Mundo*, 4 de julio de 1996. Nuovo presidente ad Euronews en: *Corriere del Ticino*, 4 de julio de 1996. “Le 24 juillet dernier, Jose Vila Abelló a été élu A Funanimité pour succéder A Massimo Fichera A la présidence de la chame d’information diffusée par satellite Euronews” en: *Sonovision*, 2 de septiembre de 1996, “Jose Vila Abelló est le nouveau président d’Euronews”, En: *Intermedia Rhone alpes*, 2 de septiembre de 1996, “Un espagnol, nuevo presidente de Euronews” en: *Satelite TV* (Madrid), septiembre de 1996.

<sup>57</sup> Ver: “Jacques Salvage rejoint Euronews” en *Newsletter*, 19 de julio de 1996. “Jacques Salvage rejoint Euronews en qualité de directeur de Vexploitation et de la promotin. Il prend en charge l’ensemble de la direction technique, de l’exploitation et de la production” en *La Lettre*, 12 de julio de 1996. “Jacques Salvege, ingénieur, diplômé de L’Ecole supérieur de Velectricité, a été directeur général de Reti, filial de TDF et de la TVI, quatrième chame de télévision portugaise” en *Les Echos*, 23 de julio de 1996.

Vice- presidente: Jean-Pierre Petroffe

Director General: James Baer

Asesor jurídico: Jean-Jacques Biolay

Director Comercial y Marketing: Michel Cros

Director de Redacción: Gerard Decq

Secretario General de la Redacción: Pedro González.

Distribución: Diana Hosker,

Director artístico: Patrick Lefko.

Director de la Producción: Jacques Salvage

Jefe de Redacción: Giacomo Mazzone.

Director Financiero y Administrativo: Jean-Claude Silvain

## 5.6- Resumen

A lo largo de este capítulo se han querido señalar los cambios acaecidos en la estructura financiera de Euronews y cómo estos afectaban de forma directa a la estructuración del equipo profesional de la cadena y de sus funciones. Hemos observado cómo con cada cambio en la estructura accionarial y de los distintos socios de carácter privado que había tenido Euronews, se había llevado a cabo una modificación notable en la programación y en lo personal. Este hecho muestra cómo Euronews se había ido adaptando a la situación que vivía la televisión en Europa.

Por otro lado, estas adecuaciones respondían a un tipo de demanda, la de un nuevo telespectador europeo, y la decisión de cimentar los puestos directivos de la cadena con profesionales de amplia experiencia, tanto en las televisiones nacionales de su país como en el campo de la tecnología por satélite o de miembros de los Consejos de administración de televisión o de la propia UER. Se trataba, por tanto, como hemos podido observar, de un equipo humano con peso y bagaje tanto político como empresarial que mostraba ya en su tercer año de emisión una firme voluntad de afianzar el modelo Euronews como instrumento audiovisual de la UE.

Entendemos tanto la Unión Europea como Euronews en ese momento como procesos inacabados. Hemos observado una continua adecuación de la cadena al modelo

político que se estaba desarrollando en Europa. Como dato más relevante, señalamos que en las incorporaciones de nuevos socios de la cadena, estos eran en su mayoría países candidatos a la adhesión de la UE. Por ello, podemos señalar que Euronews poseía unas particularidades muy distintas a las de cualquier otro canal de televisión.

Se trataba de una televisión con un claro papel estratégico para la proyección internacional de un proceso de integración económica y política único en el mundo: la Unión Europea.



## 6 LA INFRAESTRUCTURA DE EURONEWS EN EL CONTEXTO TECNOLÓGICO EUROPEO. LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA COMO PREMISA PARA LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

“Las palabras están en la imagen.

Si tu te pones a pensar, la palabra es un medio muy primitivo.

¿Tú sabes lo que es poner una letra detrás de otra y para leerla tener que descifrar un sonido detrás de otro sin saber qué quiere decir?.

En cambio, la imagen con un solo impacto te produce una emoción inmediata y mucho más profunda.”

G. García Marquez.



## 6.1- Introducción

La aparición de Euronews se producía en un momento de revolución tecnológica en el campo de las telecomunicaciones. De ahí que la tecnología del satélite facilitara la emisión paneuropea de la cadena y que hiciera posible de igual manera una emisión multilingüe y simultánea.

La paulatina conformación de la sociedad de la información, donde se producía la convergencia de las tecnologías de la información, los medios de comunicación y la informática, había revolucionado los conceptos del trabajo, del aprendizaje, de la cultura etc... Todo este cambio había de llevar paulatinamente a una sociedad del conocimiento. Los cimientos de esa sociedad eran las infraestructuras tecnológicas. Sin ellas, no hubiera sido posible poner en marcha este sistema de redes de comunicación mundial.

En el caso de Euronews, resultaba claro que la evolución tecnológica había permitido su aparición y también su desarrollo, gracias a la tecnología del satélite y del cable primero, y posteriormente a la aplicación de la tecnología digital.

Resultaba por ello evidente que para la consecución de la vehiculización de contenidos era necesario como requisito previo el establecimiento de una adecuada infraestructura tecnológica y de una inversión en ese terreno, pues de ello dependería, en gran medida, la difusión y el impacto de la información.

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación, por otro lado, posibilitaba la aparición de nuevos sistemas de televisión como las plataformas digitales (en las cuales los programas se ofertaban por paquetes) y los sistemas de pago por visión, entre otros.

Gracias a la innovación y a la competencia, las infraestructuras de redes y las nuevas tecnologías iban a ser mucho más baratas que los contenidos y más accesibles a un número mayor de personas. El problema de acceso a los servicios se daba al tiempo que otro paralelo, que era el de la globalización de las comunicaciones.

En este sentido, el triunfo de las redes mundiales y del desarrollo espectacular de las tecnologías de la información simbolizaba el triunfo de la economía de mercado y la liberalización del comercio internacional. Los Estados se enfrentaban al desafío de la globalización y de la apertura internacional, derivado del uso de las redes mundiales y de la utilización de los satélites, como señalaba ya el Informe Mundial sobre la Comunicación de 1999. Este Informe, elaborado por UNESCO, constituía una excelente panorámica de la comunicación mundial. Analizaba, sobre todo, los desafíos que conllevaba el establecimiento de redes mundiales de comunicación y cuál era la situación en cuanto al medio televisivo en su aspecto tecnológico y de contenidos en los distintos

continentes del planeta <sup>1</sup>.

El objetivo de este capítulo es realizar una introspección por el aspecto tecnológico de Euronews; es decir, obtener información sobre cuáles eran sus vías de emisión para poder entender o explicar el impacto de sus emisiones. El estudio del soporte técnico nos ha servido para contextualizar, al mismo tiempo, a la Unión Europea en el ámbito del desarrollo tecnológico para saber por qué campos y cómo se movería la televisión en Europa en el siglo XXI o, por lo menos, cuáles eran las tendencias y las posibilidades para vehicular el contenido que ofrecía Euronews.

## 6.2- El fundamento de la estructura tecnológica de Euronews

La puesta en marcha de Euronews, como hemos comentado, coincidía con la llegada de las nuevas tecnologías: televisión por cable y televisión por satélite. Es claro. Antes no hubiera sido posible crear un proyecto de televisión multilingüe que pudiera ser visto por todos los ciudadanos europeos.

Las nuevas tecnologías, así llamadas entonces, habían sido el origen inmediato de la especialización de los canales de televisión. Es decir, ante la creciente multiplicación de canales, y para hacer frente a la competitividad, era fundamental realizar canales temáticos como lo demostraba la experiencia americana en los sistemas de televisión a la carta <sup>2</sup>.

Así, Euronews surgió como un canal especializado en información, que emitía por vía terrestre, vía satélite y también por cable.

Frente a esta realidad, la televisión tradicional tenía que hacer frente a esa nueva situación que suponía la pérdida de audiencia ante los nuevos sistemas (Comisión Europea, 1994)

Euronews, como organismo que nació con una vocación de tipo público, constituía un ejemplo de adaptación a los nuevos retos que se le planteaban a la televisión tradicional. Fue precisamente con la llegada de las nuevas tecnologías en el campo de lo audiovisual cuando aparecieron los nuevos marcos legislativos como la Directiva

---

<sup>1</sup> Ver el *Informe Mundial sobre la Comunicación. Los Medios frente al desafío de las nuevas tecnologías* (1999), Unesco-Acento Editorial

<sup>2</sup> Sobre el sistema de televisión a la carta, examinamos más detenidamente sus características y otros experimentos como el sistema Quantum o el Pay-Per-View en los apartados VI.4.2 y ss de este mismo capítulo.

“Televisión sin fronteras”, ya que los nuevos imperativos tecnológicos sobrepasaban los marcos legislativos nacionales.

Podemos decir que el sector audiovisual poseía una doble naturaleza: una industrial y otra cultural; ambas facetas inseparables. Por ello, Euronews había de afrontar ambos frentes.

Euronews, como decíamos, aparecía también en un momento de crisis de la Televisión generalista y del auge de la llamada “televisión a la carta” en la que era el propio espectador quién elegía la programación que deseaba recibir en su receptor. De ahí que hubiera surgido una programación especializada. Con esto, Euronews, una cadena exclusivamente dedicada a la información tenía que competir con otras de similares características (Steinou Madrid,1994)

Por otro lado, debido a la debilidad de la aún incipiente industria europea de programas, esta lucha por la supervivencia se hacía aún más difícil. Era también en esos momentos cuando el poder se expresaba en términos de información. Además, para ser captador de esta mercancía tan preciada como era la información, se necesitaban los medios tecnológicos necesarios para la consecución de la misma. España, por ejemplo, se había dotado de un sistema propio de satélites: el sistema Hispasat (Meso,2001) del que hablaremos más adelante.

Respecto a los avances tecnológicos, la televisión digital abría un enorme campo de posibilidades respecto a la multiplicación de canales (Adonis, 1995; Cebrián 1998; Calvo,1999; Garitaonandia,2001; Beceiro,2010)

Para Euronews esto significaba naturalmente mayores posibilidades de oferta y emisión.

### **6.2.1- La influencia del contexto en materia audiovisual en Europa: entre el proteccionismo y la liberalización**

El sector audiovisual en su conjunto era un sector complejo que se encontraba en continuo cambio debido precisamente a la permanente renovación tecnológica.

Estos cambios determinaban nuevas interacciones entre los diferentes componentes culturales, tecnológicos e industriales del sector. De igual manera, incluía la aparición de nuevos productos y servicios audiovisuales en el sector multimedia y de los servicios interactivos, conjunto que sustentaba lo que se ha denominado Sociedad de la Información (Brothers,1993; Castells,1998; Cebrián,1998, 2010; Everad,1999;

Lindgren,2017)

La Unión Europea no disponía de medios de intervención tan directos en las estructuras industriales del sector audiovisual, pero contribuía ampliamente al establecimiento de un marco favorable para el pleno desarrollo del sector, si bien debemos destacar que resultaba insuficiente.

Este proceso de evolución del sector implicaba la convergencia de la industria del cine, los servicios de radiodifusión y la industria de programas de televisión, además de los operadores por cable o de telecomunicaciones, la industria de la edición y los fabricantes de tecnologías de la información y comunicación. Como se señalaba en el Libro Verde sobre Política Audiovisual Europea: “El conjunto de estos fenómenos se manifiesta a escala mundial y todavía no es posible llegar a medir todo su alcance.

Dentro del respeto al principio de subsidiariedad, la Unión Europea facilita el desarrollo de la industria al descompartimentar los mercados nacionales, ponen de relieve la dimensión del mercado europeo y promueven la producción y distribución de programas europeos”<sup>3</sup>

Estos objetivos, según el Libro Verde de Política Audiovisual en la Unión Europea, se habían traducido en acciones de normalización técnica, de promoción y difusión de las nuevas tecnologías, de aproximación de las legislaciones nacionales para facilitar el acceso y el ejercicio transfronterizo de las diferentes actividades del sector o aplicación de las normas comunitarias de competencia.

Respecto al papel de los estados miembros, los diferentes niveles de competencia en los mismos tenían una influencia directa y decisiva sobre las estructuras del sector audiovisual. Uno de los aspectos más importantes de la acción normativa sobre el paisaje audiovisual se refería a las condiciones a las que se sometía la concesión de licencias para los servicios audiovisuales.

Como ejemplo, podemos citar el que aparece en el Libro Verde (1994), esto es, la aparición de *Channel Four* en el Reino Unido, que había hecho posible el crecimiento de un fuerte sector independiente de producción televisiva; o la creación de Canal Plus en Francia, que había supuesto una importante contribución a la industria cinematográfica francesa.

---

<sup>3</sup> Ver: COMISIÓN EUROPEA, Libro Verde *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual de la Unión Europea*, (1994) Oficina de publicaciones Oficiales de la U.E, abril 1994, pg.7.

Los estados miembros poseían un alto grado de maniobra en materia de desarrollo de infraestructuras, como el satélite o el cable, o en materia de telecomunicaciones. La crisis de la industria audiovisual europea (Gubern,1995) se debía fundamentalmente a varias razones y sobre todo a la hegemonía de los oligopolios norteamericanos sobre los canales de difusión. Otro factor era el desplazamiento del consumo audiovisual del cine a la televisión, sin que tales canales retroalimentaran a las factorías nacionales productoras de imágenes. Otra de las causas eran las bolsas de fraude en las taquillas de los cines, así como el escaso volumen de las exportaciones audiovisuales. Por último, podemos señalar que el mercado del vídeo y su expansión estaba subestimado. La hegemonía norteamericana sobre los canales de difusión era una variante permanente que Europa arrastraba desde la Primera Guerra Mundial, cuando Hollywood ocupó el vacío dejado por la parálisis de la producción. El autor Gubern (1995: 5) hacía referencia a que los oligopolios de distribución norteamericanos habían actuado coactivamente en Europa. Hacía alusión a que, en España, por ejemplo, no se veía cine alemán y que en Alemania no se veía cine español. Esto era, según él, una consecuencia de la colonización norteamericana, que hacía que un paisaje de Arizona resultara más cercano y familiar que la llanura danesa en que se desarrollaba una cinta tan exótica y lejana para nosotros decía, como “El Festin de Babette”.

El cine europeo que era más próximo geográficamente, casi siempre resultaba a los europeos más lejano psicológicamente, porque su voluntad de personalización le llevaba a quebrar los marcos de referencia del cine en el que nos hemos educado, que es el cine de Hollywood. Las políticas nacionales en materia de competencia y las normas encaminadas a mantener el pluralismo en los medios de comunicación, en aquel entonces podían (y también en la primera década de los años 2000) tener una gran incidencia en la dimensión de las empresas de comunicación y en la amplitud de sus integraciones verticales y horizontales.

Decididamente y visto el contexto, la puesta en marcha de Euronews llegaba en un momento de expansión para los canales dedicados a la información y de difusión vía satélite.

El 1 de enero de 1993, coincidiendo con la entrada en vigor del Mercado Único empezaron a emitir Euronews y otro canal de televisión privado en Moscú financiado por la CNN que era TV-6. De manera que, al mismo tiempo que Euronews, empezó a funcionar en Moscú el primer canal de televisión rusa independiente TV-6, con solo 5 horas de programación y que era fruto de una empresa mixta formada por la *Moscow*

*Independent Broadcasting (MIB)* y la *Turner Broadcasting System*, propietaria de CNN con sede en Atlanta (EEUU), como hemos señalado <sup>4</sup>.

La programación se completaba con sesiones de dibujos animados, películas rusas y otras de los fondos de la filmoteca de Ted Turner <sup>5</sup>.

Nos parece ciertamente significativa la fecha en que se da a conocer la primera cadena europea de noticias. No era una casualidad, sino que se trataba de una decisión poco arbitraria y que responde a las expectativas de crear un sistema europeo de noticias con información hecha por y para europeos teniendo en cuenta el papel que tiene la Información y su implicación en la vida económica, política, social y cultural. Se ponía en marcha el mismo día que nacía el Mercado Único Europeo, de cuya evolución pretendía hacerse eco, al tiempo que contribuiría a fomentar los vínculos comunes y a construir una identidad europea

Reincidimos en señalar que se trataba de un proyecto novedoso por sus características y era también, en cierto modo, una apuesta pretenciosa dado el contexto audiovisual europeo que estaba en proceso y articulándose. En la prensa antes mencionada se señalaba también que constituía el proyecto de comunicación internacional más ambicioso del continente con el apoyo institucional comunitario y que representaba una alternativa seria a la hegemonía de CNN en el terreno de la televisión informativa por satélite.

Así que desde el comienzo de sus emisiones el 1 de enero de 1993, y coincidiendo con la entrada en vigor de la Europa sin fronteras, la cadena había luchado por abrirse un hueco en el abarrotado espacio audiovisual europeo, donde en el campo de la información ya dominaba la CNN que emitía para todo el mundo desde Atlanta (EEUU).

Su principal rival era también el europeo *World Service Television News*, de la BBC británica, que ya se extendía por los cinco continentes tras haber firmado un acuerdo de cooperación con la ABC norteamericana en marzo de 1993. A su vez, la NBC americana se recibía con nitidez en los hogares europeos a través de SUPERCHANNEL, el canal por satélite que compró en noviembre de 1993. CNN y BBC parecían querer monopolizar el sistema informativo mundial. De hecho, ambos canales además emitían desde 1997 en español para América Latina.

El medio televisivo enmarcado dentro del terreno de las industrias culturales

---

<sup>4</sup> *Ipmark* N°42, del 16 al 31 de enero de 1993.

<sup>5</sup> Ver en: *Diario 16,3* de enero de 1993

había seguido una progresiva evolución. Los años 80 habían sido años de iniciativas, de ensayos, en relación a la oferta de servicios y a las estrategias a aplicar; época de riesgos, de aventuras empresariales, con grandes endeudamientos, y orientadas por estrategias de oportunidad. Los años 90, como indicaba Zallo (1994), fueron años de definición, de estrategias más depuradas y menos arriesgadas, de difícil captación de capitales que se orientaban hacia apuestas más seguras.

Estas iniciativas a escala europea se inscribían menos en una lógica multimedia y más como una forma de vinculación a la formación de redes. Son años de selección definitiva, de consolidación de alianzas y de posiciones, de matización de la especialización con estrategias de complementariedad más que de extrema diversificación. Pero los 90 habían sido también años en que se podía hacer balance a tres niveles: 1) Qué esperaba la sociedad del sistema cultural y de medios; 2) Qué dinámica había tenido de hecho; y por último 3) Los impactos y problemas que eran constatables en el año 2000.

Algunos autores como Esteinou Madrid (1994) comentaban que derivado de la nueva forma de financiación neoliberal de las televisiones europeas a través de la publicidad desregulada y de la compra de fuertes paquetes de series extranjeras y particularmente, norteamericanas, se había producido un grave problema de debilitamiento de la identidad cultural de la comunidad que estaba actuando como contradicción para la cohesión ideológica de la región.

Según el autor, este fenómeno se debía a varias razones. En primer lugar, debido a que uno de los pocos campos donde EEUU tenía superávit comercial con Europa y el mundo era en el campo de la comercialización del audiovisual. Sus productos culturales habían penetrado en todas las estructuras ideológicas de Occidente. En Europa y en Occidente en general, señalaba el autor, se mantenía un creciente balance netamente importador de contenidos audiovisuales procedentes de EEUU que significaba, en términos culturales, que las bases y los modelos de la reproducción espiritual de occidente a través de la industria ideológica de masas, cada vez más partían de la cosmovisión de la vida norteamericana, que no era más que otra cosa que el cristal hollywoodiense. El autor se planteaba el papel que desempeñaban los medios de comunicación y en particular la televisión dentro de un proceso de cambio histórico en países que, como México, se sumaban al proceso neoliberal de desarrollo, incorporándose de manera intensiva al mercado norteamericano y otras áreas del comercio internacional, teniendo en cuenta la transformación radical de las estructuras ideológicas que ya estaban experimentando los

países de la Unión Europea y las naciones de la cuenca del Pacífico. Todo ello debido a que Europa era la zona del planeta donde más rápidamente estaban sucediendo estas mutaciones (Steinou Madrid,1994).

Por ello, había surgido en Europa a través de la norteamericanización de la televisión una nueva densidad cultural compuesta por la multiplicación de los programas concurso, de variedades, de ficción. Según el autor, todo ello desembocaba en una profunda banalización de los contenidos y con ello se estaba generando la extrema materialización de todos los horizontes de la vida a través de una moral trivial.

En todos los países comunitarios, con excepción de Francia, las importaciones procedentes de los Estados Unidos representaban a principios de la década de 1980 más del 50% de todas las importaciones e incluso en Francia habían aumentado del 26 % de las importaciones en 1975 al 40,6 % en 1985. El 60% de todas las películas distribuidas en el interior de la Comunidad Europea procedía de los Estados Unidos, una cifra que había aumentado en un 50% en el plazo de 10 años. Más del 70% de la producción de ficción era importada y más de la mitad procedía de los EEUU <sup>6</sup>.

En Europa, esto provocó la formación de dos posiciones culturales entre los países miembros de la Unión: La desreguladora y la proteccionista. En el extremo desregulador figuraban los países de economías más liberales como son Reino Unido y Alemania, que se inclinaban por una total apertura de fronteras culturales al libre flujo internacional de las televisiones sin reparar sobre sus consecuencias ideológicas.

En el otro extremo, se situaban países de economías más conservadoras como Francia e Italia que apoyaron en el Parlamento Europeo la formación de una ley que aplicara el principio de la preferencia comunitaria y que restringiera la importación de programas extranjeros, fijando cuotas mínimas de programación nacional de aproximadamente el 60 % que debían difundir por televisión para preservar sus valores internos. Se observaba por tanto un doble proyecto cultural en pugna: el de la Europa de los Mercaderes, que defendían los intereses de los monopolios, y el de la Europa de los Pueblos, que luchaban por los derechos nacionales (Gay Fuentes,1994).

La excesiva comercialización que experimentaba la televisión como producto de libre comercio estaba dejando cada vez menos espacio a las producciones de difusión

---

<sup>6</sup> Ver: *Informe Pruvot'sur la promotion du cinéma dans les pays de la Communauté*”, FE, DOC 1-503/83, 6 de julio de 1983. Citado en CAY FUENTES, Celeste: *La televisión ante el Derecho Internacional y Comunitario*, Ed. Marcial Pons, 1994.

cultural o educativas.

Para reflexionar sobre el sector televisivo es necesario tener en cuenta el contexto internacional en el que está inscrito. El proceso de globalización de la economía y de la tecnología se aplicaba normalmente a las grandes corporaciones, pero cada vez más también hacia las pequeñas y medianas empresas. Como señalaban Alvarez Monzoncillo e Iwens (1992), lo que era innegable era que el sector de la comunicación participaba sinérgicamente en este proceso globalizador, aunque algunos sectores se desarrollaron internacionalmente hacía mucho tiempo, como el caso del cine.

Salvo Luxemburgo, que nunca había impulsado su propia televisión, cada país europeo conservaba cadenas nacionales de titularidad pública. Habían proliferado, sin embargo, las televisiones privadas en casi todos los países con conexiones internacionales desde sus inicios, lo que había dado lugar a grandes grupos en el campo del audiovisual como Murdoch, Berlusconi, Canal Plus CTL, o Leo Kirch, entre otros.

En este contexto de globalización del audiovisual europeo destacaba el interés que tenían las líneas de evolución. Aunque cada país de acuerdo con su cultura, su historia, su nivel de desarrollo económico y social podía alterar esas tendencias en un sentido u otro, pero sin enfrentarse totalmente proceso de internacionalización económica. El impacto de las nuevas tecnologías en este sector había sido el más notable. Por ello, uno de los argumentos más claros por parte de la literatura especializada en esta materia se basaba en que la generalización de estas tecnologías (televisión por cable y por satélite) había impuesto la liberalización de la difusión televisiva.

Varios autores señalaban la transnacionalización como etapa previa a la de globalización que iba acompañada de una concentración sectorial creciente y la evolución de unos modos de financiación del audiovisual ligada a los sistemas de difusión. La mayor parte de esos factores habían sido ya analizados tanto en el caso de España como en el de otros países europeos (Mieje, Pajon, Salaun, 1986; De Bens, Knoche, 1987; Bustamante y Zallo, 1998).

El camino hacia la generalización de las numerosas posibilidades que ofrecía la sociedad global de la información estaba trabado por dificultades técnicas y de toda índole. En el siglo XXI, los europeos consumirían muchos más servicios telemáticos, pero la pregunta que se planteaba era si estarían distribuidos por empresas europeas. Las iniciativas políticas en Canadá, el dinamismo del mercado de EEUU, y el programa japonés para la infraestructura de información avanzada imponían una reacción rápida de la Unión Europea.

La UE tenía que evitar una creación fragmentaria y sin coordinación que restaría eficacia a las iniciativas de los Estados miembros <sup>7</sup>.

Los últimos años de la década de los 90 (Branegan,1995) se habían caracterizado por un paulatino interés por la problemática de los medios audiovisuales y, sobre todo, se había de tener en cuenta que en pocos años la evolución de ese sector y de sus implicaciones en otros ámbitos (sociales, culturales etc....) había sido vertiginosa. La mayor parte de las películas que se exhibían en las salas de cine de Europa y en las cadenas de televisión en general ya eran en ese momento en su mayor parte norteamericanas. De hecho, se llevaban entre el 60% y el 75% de la taquilla. La Comisión Europea quería cambiar ese cuadro. Sus estudios predecían que las nuevas tecnologías digitales abrirían camino en Europa a cientos de cadenas de televisión, vídeo a la carta y otras posibilidades.

El entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, había señalado en el Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo de 1993, lo siguiente: “Esta revolución será tan importante como la invención de la imprenta”. Delors advirtió que no se debía perder esa batalla de la misma forma en que se perdió la de la electrónica y la de la informática de consumo. EE. UU. cosechó beneficios de 8.000 millones de dólares en 1993. El 60% aproximadamente en Europa (con el comercio internacional de producciones televisivas y de cine, el segundo sector de exportación después del aeroespacial).

Sobre todo, durante 1995 la duda estaba entre que EEUU le vendiera el 60% de su cine y televisión o potenciar el suyo propio con todo el proceso de elaboración y distribución que tenía pendiente. La Unión Europea presionaba para acelerar la liberalización de la telefonía, el cable y el satélite con el fin de dejar libres los fondos necesarios para invertir en redes actualizadas de telecomunicaciones.

Había habido llamamientos a utilizar las garantías gubernamentales e incentivos fiscales a fin de levantar una industria capaz de competir con Hollywood en los mercados internacionales. Francia era quien se había mostrado más celosa de su acervo cultural, su lengua y su defensa de la cultura frente al “imperialismo cultural norteamericano”. De hecho, se puso en marcha una campaña que pretendía dos cosas: elevar las cuotas “antiHollywood” exigidas a las cadenas de televisión para que la mayoría de los programas que se emitieran fueran de producción europea; y extender la normativa

---

<sup>7</sup> En: Sociedad global de la Información (1995) en *EUROPA 15*, N° 12, febrero,pg. 3.

a algunas de las tecnologías cruciales en la revolución de la información. Los franceses, por tanto, eran partidarios del sistema de cuotas. No pensaban lo mismo Jacques Santer, presidente de la Comisión Europea, y el comisario alemán Martin Bangemann, que alegaba que serían barreras para la inversión. Lo que provocaba la preocupación francesa era que algunos de los principales programas informáticos para las nuevas tecnologías incluyeran películas, un campo al que la débil industria cinematográfica europea cada vez aportaba menos (Branegan,1995)

En Europa, la asistencia anual de público a las películas de producción europea había caído de forma alarmante desde principios de los años 80, pasando de 600 millones de espectadores a sólo 100 millones en una década, mientras que el promedio de las películas estadounidenses había permanecido constante en torno a los 450 millones de espectadores (Branegan,1995) Los distribuidores cinematográficos de EEUU habían sido más perspicaces que sus competidores europeos al explorar mercados en expansión, como el vídeo doméstico y la televisión de pago, que en realidad reportaban más beneficio que a la mayoría de las producciones el estreno en las salas. Otro factor que hay que tener en cuenta es si realmente se estaban haciendo las películas que los europeos querían ver.

En cuanto a la televisión, la producción televisiva en Europa era floreciente; los programas de cosecha propia ocupaban aproximadamente el 65% del tiempo de emisión. Se pasaban en las horas de máxima audiencia. Sin embargo, la gran explosión de nuevas cadenas de televisión había dado como resultado un auge de las exportaciones de televisión norteamericana que se embolsaba casi mil millones de dólares al año (Branegan, 1995). También es cierto que este tipo de series quedaban relegadas a los tiempos muertos de televisión o de relleno en las grandes cadenas o si se trataba de una cadena con pocos recursos, en las horas principales. Se había puesto el acento en que la capacidad de hacer frente al reto de la programación televisiva dependía de los propios europeos como señalaba Branegan (1995). Los representantes de las industrias de la información se mostraban partidarios de que no existieran barreras. Así lo afirmaba Carlo de Benedetti presidente de Olivetti. Su empresa, la mayor fabricante de ordenadores del continente, ganó el concurso de la nueva red de teléfonos móviles de Italia y había creado una división especial para desarrollar aplicaciones multimedia. Como él mismo apuntaba las materias primas reales de las economías del futuro no serían el petróleo o el acero; serían los cerebros, el saber hacer y los conocimientos. Eso significaba, según los especialistas, que habría que quitar las barreras. “Todo lo que tenga que ver con los diques es bueno para la pesca, pero nada más, incluidos los medios audiovisuales”

(Branegan,1995:122). Visiones, como podemos observar, opuestas a las que surgían en Europa.

### 6.3- Aspectos técnicos de la difusión de Euronews

Se constata que la tecnología estaba (y está) en continua renovación y es por ello un elemento rápidamente perecedero. Por ello, se señala con énfasis que Euronews se dotó de un equipo técnico, para poder emitir en varios idiomas diferentes de forma simultánea y sin traducción; y también de un equipo humano altamente cualificado para llevar a cabo esta tarea. La tecnología utilizada determinaba el modo de emisión y la forma de trabajo de la cadena <sup>8</sup>.

Como hemos señalado, Euronews en esos años era un canal que se emitía por vía satélite y por vía terrestre. Más adelante se verán las características y las posibilidades que ofrecía este tipo de emisión. La tecnología del satélite permitía la distribución pan-europea y la transmisión en varios idiomas.

Euronews disponía de sus propias antenas de emisión y recepción en sus locales y estaba en conexión, a través de las mismas, con la red de Eurovisión tanto por satélite como por enlace terrestre. Los rasgos técnicos que iban a ser los propios del canal se conformaron en 1990 y se establecía que Euronews debería emitirse a través de uno de los transpondedores de EUTELSAT 2 a partir de 1991. EUTELSAT 2 retransmitiría señales de 40 a 50 vatios, si bien estas señales se captaban mediante antenas de 70 a 140 cm de diámetro. Se preveía que estas dimensiones se redujeran hasta entre 50 y 120 cm para la época en que comience a funcionar EUTELSAT 2 <sup>9</sup>.

De este modo, EURONEWS podría transmitirse directamente a los hogares (Maggiore, 1990).

Lo que estaba previsto se convirtió en realidad. Euronews se transmitiría a través del satélite EUTELSAT 2 F 113° Este, y podía ser recibido por los espectadores por vía terrestre, cable o directamente satélite. En su primer año de operación, Euronews creció de cero a 13 millones de hogares de audiencia por cable, y a casi 31 millones de hogares

---

<sup>8</sup> Existe un trabajo completo sobre las características técnicas de Euronews que se recoge en: Rodríguez (1993). Gran parte de los datos que Pedro González recoge en su libro sobre Euronews parten de este estudio en el que colaboraron además JeanClaude Riusec, Jean -Ives Le Saint y Robin Eliade.

<sup>9</sup> Respecto al sistema EUTELSAT, se trata de la Organización Europea de Telecomunicaciones que fue creada en 1977 y agrupaba a 20 países de Europa. Constaba de 5 satélites de concepción y construcción europea, destinada a empresas privadas y a particulares

gracias a la recepción terrestre y por parábola <sup>10</sup>.

Debido a la diferencia idiomática, los programas se enviaban en dos bandas separadas. En una de ellas se enviaba el sonido de fondo y la música, y en la otra la grabación en off. Cada socio de la cadena, es decir, cada televisión miembro, podía reutilizar lo que emitía Euronews.

Como se ha señalado, desde el día de su lanzamiento se distribuyó en 38 países de Europa y de la cuenca mediterránea y se impuso como canal líder de información por satélite en Europa. Si los acontecimientos lo requerían, se emitía en directo y la cadena poseía también un servicio de teletexto multilingüe. Euronews no contaba con producción propia puesto que los programas se producían con material e informaciones cedidas por los países miembros de la UER. Tampoco tenía reporteros de campo ya que se trataba de un canal de posproducción que pretendía mantenerse detrás de los hechos y al no tener presentadores ni corresponsales propios, los costes de producción se abarataban considerablemente y se conseguía una televisión muy manejable <sup>11</sup>.

En 1998 aparecieron algunas novedades y cambios en cuanto al sistema de emisión: se restablecía la conexión por cable con Berlín, que durante un tiempo había quedado rescindida, y por primera vez se recibía Euronews por cable en Suecia. Uno de los retos que tenía Euronews en cuanto a la tecnología era precisamente el paso del sistema analógico a la digital. Finalizaba el contrato con el satélite Eutelsat y el paso a la digitalización, apostaba por el aumento de la calidad y unas mejores prestaciones como veremos más adelante.

### 6.3.1- El Proceso de emisión y su base tecnológica

La verdadera riqueza de Euronews eran sus imágenes que procedían fundamentalmente de los países integrados en la UER. El objetivo fundamental era el buscar la mayor rentabilidad posible de tal fuente de imágenes, lo que se traducía en una disminución de costes de producción final.

En septiembre de 1994, tras un año y nueve meses después de su primera emisión, nos desplazamos por primera vez a su sede principal en Lyon para estudiar su *modus operandi*. Euronews tenía acceso a gran cantidad de imágenes del mundo entero

---

<sup>10</sup> Según datos facilitados por Kay Wallace responsable del departamento de Exterior de Euronews (véase *Network Summary*, resumen de cobertura 1992).

<sup>11</sup> En artículo: "Euronews en la encrucijada" (1993) en *Cinevideo*, pg 26

procedentes de los intercambios de Eurovisión y de las principales agencias de prensa WTN y Reuters, así como de las cadenas asociadas, a fin de asegurar informaciones completas y actualizadas en tiempo real.

El Centro Nodal, (*Master Control Room*, MCR), podía captar hasta 21 señales simultáneas. Se utilizaban 17 grabadores Beta SP para hacer copias de señales. También se podían hacer las grabaciones en las salas de montaje.

Euronews emitía desde las 6.00 hasta las 2.00 y trabajaba durante 24 horas al día, 7 días por semana. Los periodistas en el centro de Lyon recibían la señal de video del MCR y, tras una breve reunión con el jefe de edición, se decidían las líneas principales del tratamiento informativo. Euronews trabajaba con equipos de cinco periodistas, uno por cada idioma. Después de haber decidido la línea editorial, uno de los periodistas hacía el montaje del tema y cada periodista escribía el texto en su lengua materna.

Más tarde, los periodistas grababan su comentario en un disco óptico, sincrónico con el montaje inicial. En el Departamento Copia-Transfer se incorporaban, a continuación, los comentarios en un solo *cassette*, marcando con un número interno, - código de barras- y una identificación. Este *cassette* llegaba al Control Central y se insertaba en el Odetics, robot de emisión.

Todo este proceso, desde la recepción de las imágenes hasta la emisión final, se podía llevar a cabo en menos de media hora. Las informaciones urgentes se emitían con mayor celeridad, en tan sólo diez minutos, mediante la inclusión del comentario en directo. Este último procedimiento se utilizaba también para coberturas tales como debates en el Parlamento Europeo y resultados de elecciones, como ya se hizo durante las elecciones legislativas españolas de junio de 1993. Dos unidades de composición de imágenes, muy sofisticadas, fabricaban gráficos para las previsiones del tiempo, así como para telediarios y reportajes.

Para el montaje y la mezcla de las imágenes se disponía de cuatro salas para cada uno de estos procesos que permitían la producción de estos espacios en varios idiomas. En Euronews, como ya se ha mencionado con anterioridad, no había presentadores. Esto hacía que tuviera un rasgo distintivo que la hacía diferente de otras cadenas de noticias.

Televisión Española, durante esta época, proporcionaba productos autóctonos. A través del Canal Internacional, se grababan los diferentes telediarios de TVE y de ellos se obtenían las informaciones que pudieran interesar. Por otro lado, todo el material recibido y emitido se grababa sistemáticamente y se almacenaba en una videoteca SP Betacam. De allí, el material era recogido por los comités de redacción, que realizaban

la selección de noticias para los informativos y de reportajes para las revistas, previa a la preparación de los textos que acompañan a las imágenes.

Una unidad automática de expedición de *masters* difundía simultáneamente las entonces cinco señales- una por idioma- del canal. Estas señales, como ya hemos mencionado anteriormente, se distribuían a través del Satélite EUTELSAT, ECS 11 F1 13°. Este era propiedad de la Organización Europea de Telecomunicaciones que realizaba la transmisión en PAL 635 líneas/50Hz, con sistema Wegener Panda 1 para los cinco subtranspondedores de sonido monosónico. Estas emisiones podían ser captadas con una antena con un diámetro de 80 a 160 cm. <sup>12</sup>

### 6.3.2- Una tecnología al servicio de Euronews

Se ha señalado que Euronews era un invento nuevo, entre otras cosas, en cuanto a su forma de trabajo y la tecnología que utilizaba.

En cuanto a la forma de trabajo, se trataba de una nueva manera de hacer televisión. La prensa especializada como *Millmetro* había considerado que se trataba de “*un nuevo giornalismo, un nuovo modo di pensare L’informazione*” <sup>13</sup>.

Cada redactor elaboraba la noticia de forma individual, se grababa su propia voz, se corregía sin ayuda de ningún técnico. Como no había presentadores, tampoco había cámaras, ya que las imágenes se recibían de las diferentes televisiones miembros. Así que era un canal puramente de postproducción y, debido a que el sistema de trabajo era un proceso complejo, requería velocidad y eficacia. Por otro lado, no eran necesarios los habituales estudios de grabación. En realidad, los estudios no se utilizaban, aunque existía un pequeño plató que contaba con una sola cámara. Este estudio se instaló por iniciativa de Montecarlo ya que no disponían de televisión propia. De este modo, desde Euronews Montecarlo recibía un informativo que resultaba muy económico para el Principado. En el caso de entrevistas a personajes destacados en un determinado contexto internacional, se habían improvisado estudios en los lugares donde se había dado la entrevista. Era el caso, por ejemplo, de la entrevista realizada en Egipto en mayo de 1994 por Pedro González al presidente de este país, Sr. Mubarak, y otros espacios dentro del programa “Prisma”.

---

<sup>12</sup> En *Millmetro* 10/94

<sup>13</sup> Beaumont, J.F (1995), “Europa accederá a cientos de canales de TV por satélite antes de cinco años”, *El País*, 1/2/1995

En cuanto a la tecnología que utilizaba, se habían tenido que diseñar unos sistemas adecuados para poder introducir los cinco discos ópticos (uno por cada idioma) en un dispositivo equalizador. La maquinaria tradicional sólo permitía el acceso a cuatro. Thomson y Akai eran las firmas que habían diseñado una tecnología “ad hoc” para que Euronews pudiera elaborar la información de acuerdo con sus objetivos.

En resumen, que los factores que habían incidido en el diseño de la estructura técnica de la cadena eran: en primer lugar, que el material con el que contaba Euronews ya había sido emitido y por lo tanto no era de primera generación; en segundo lugar, era necesaria una posproducción para preparar las pistas de audio multilengua; otro factor a tener en cuenta era el hecho de que no había presentadores o locutores de noticias.

Los diferentes grupos de noticias pasaban por diversas fases: por el Centro Nodal de Conmutación para todas las señales que entraban y salían, y por la Sala de Presentación digital automatizada o *Regie Finale*.

Euronews tomó posesión de su sede de Lyon en abril de 1992 aunque el trabajo de la puesta en marcha de toda la infraestructura continuó hasta noviembre y Thomson comenzó la instalación del equipamiento a mediados de septiembre. Las líneas del satélite se realizaron en diciembre de 1992 y Euronews ya estaba en el aire para el día de año nuevo de 1993.

El diseño básico del centro fue determinado por Euronews y desarrollado por Thomson Broadcasts Division. La estructura, por tanto, estaba regida por un modelo de programación y la necesidad de un flujo determinado de señal.

Se trataba de una nueva forma de entender la televisión. Thomson Broadcast utilizó la tecnología más novedosa (tecnología digital en componentes) para poder realizar en Euronews las tareas que requería a la velocidad y eficiencia adecuada para cubrir la actividad de un sistema de información continua en cinco idiomas diferentes. Aunque la mayoría del material que entraba en la cadena era de vídeo compuesto, el manejo de la señal se llevaba a cabo de forma digital salvo con una excepción: la utilización de grabaciones de forma analógica en equipos Betacam SP.

Como se ha señalado, el proceso de trabajo en Euronews tenía su principal actividad en dos salas: el Centro Nodal de Conmutación de todas las señales que entraban y salían, y la Sala de Control Central. Esta sala era una de las piezas clave en Euronews y fue diseñada por Thomson Broadcast y TDF.

Respecto a las fuentes de Euronews, existían dos tipos de señal: las que se utilizaban continuamente y las que se usaban de forma ocasional. Las señales incluían

transmisiones terrestres recibidas directamente, así como de transmisiones vía satélite de las distintas cadenas o de agencias de noticias.

Las salidas digitales se decodificaban de Pal o Secam y se conducían a una matriz de enrutamiento en componentes Thomson TTV. Esta matriz tenía además salidas directas a presentación para inserciones en directo.

El material de entrada, es decir el que continuamente iba llegando tal cual, no siempre servía debido a las diferencias entre lo que resultaba aceptable en cada país. Este material se enrutaba desde la sala de grabación/cambio de formato a una de las cinco salas de edición de noticias. Una vez que se había conseguido una versión aceptable para todos los idiomas, se pasaba a la sala de duplicación/cambio de Formato.

Las Salas de Mezclas también fueron diseñadas en especial para Euronews. Constaban de un micrófono, un panel de control diseñado por Thomson, un reproductor TTV 3260 y un grabador de disco óptico DD 1000 diseñado por Akai para Euronews. Cada sala disponía además de un monitor de imagen y auriculares para la escucha del original. La postproducción se limitaba a la grabación de la nueva voz sobre la pista de audio internacional original. El nivel de audio se controlaba de forma automática. Las salas producían un disco óptico digital para cada lengua. Cuando se habían completado todas las versiones en las diferentes lenguas, los discos, junto con la cinta de video original resultaban en una grabación digital sobre discos ópticos reescribibles para cada lengua, además de la cinta master original RTB-PAD, con pista de audio internacional.

Se ha de señalar además que en Euronews se iban poniendo en marcha nuevas y avanzadas técnicas de trabajo de forma muy rápida que permitían, por un lado, hacer el trabajo mucho más sencillo, y con más posibilidades en cuanto a la postproducción o la incorporación de nuevos idiomas algo que en principio estaba ya previsto y que técnicamente no suponía ningún obstáculo.

En cuanto a los programas magazine, requerían otro tratamiento para su puesta en el aire. Algunos llegaban a Euronews completamente acabados, aunque eran sometidos a una necesaria postproducción, tales como incluir pistas de audio para otros idiomas o eliminar publicidad o añadir descansos, entre otras cuestiones.

Para esto se disponía de cuatro salas de edición de magazines y otras tantas salas de mezcla. Por otro lado, todo lo que diariamente emitía Euronews quedaba grabado. Un banco de magnetoscopios se encargaba de ello.

### 6.3.3- Las características de la emisión vía satélite

La captación de audiencia pasaba por la consecución de la tecnología suficiente para poder acceder al canal internacional de noticias.

En España, el número de hogares con satélite estaba en claro crecimiento. El 72% de los 11'62 millones de hogares españoles que contaban con televisión a principios de 1990 recibían canales vía satélite, ya fuera a través de antena parabólica o cable. Además, otros 2,18 millones de familias tenían intención de comprar una antena para satélite en un futuro próximo, según un estudio realizado en todo el país y citado en "La Gaceta de los Negocios" el 20 de enero de 1992.

Lo que interesa subrayar en este apartado es la relación de Euronews con las nuevas tecnologías del momento y su difusión, pues en la medida en que se había regulado el sector de las telecomunicaciones en España, la posibilidad de acceder a Euronews era mayor. La falta de regulación en el sector de las telecomunicaciones en España traía consigo una serie de consecuencias para el sector industrial, tanto de fabricación de antenas parabólicas, como para las empresas de televisión por cable o de difusión por satélite. Esta situación había ido variando progresivamente a diferencia de la situación que se vivía en 1992. En el artículo anteriormente citado de "La Gaceta de los Negocios" ya se señalaba que la confianza en el relanzamiento del sector estaba pendiente de la regulación de las telecomunicaciones y la puesta en marcha de un nuevo canal europeo, Euronews.

Además, la llegada de la televisión digital aceleraba este proceso. Eutelsat, el satélite por el que se distribuía Euronews y, otro privado Astra, se repartirían el mercado de difusión en el ámbito europeo. Esto sería posible gracias a la llamada televisión del futuro o televisión digital. Dos consorcios de explotación uno público, Eutelsat, y otro privado, Astra, se repartirían el mercado de difusión europeo. El último paso en esta carrera lo acababa de dar la sociedad Europea de Satélites, SF5, que explotaba los satélites Astra, tras haber firmado un contrato con Hughes Space y Communications International para la fabricación de un séptimo satélite de televisión, el IG, de difusión digital, que sería lanzado en 1997.

Hemos comentado que se trataba de un canal que se retransmitía vía satélite. Esta decisión surgió de la necesidad de que Euronews pudiera ser captado en todo el territorio europeo de radiodifusión en las mejores condiciones técnicas. Por esta razón, se descartó todo sistema que no reuniera las óptimas condiciones de transmisión. De esta forma, se optó por el sistema de satélites Eutelsat (satélites nacionales de

radiodifusión directa, Ku Sat, Intelsat, Astra etc....).

Así quedaron las decisiones finales según datos de un informe facilitado por la cadena:

Satélite EC II F 1 13 °

Este. Banda: 36 Mhz.

Standar de difusión: PAL 625 líneas/SO

Hz. Sistema: Wegener Panda 1.

(Cinco subtranspondedores sonido megafónico).

Recepción de las señales de contribución: 16 programas simultáneos (12 señales de satélite; 4 hertzianas)

Coste total anual: 6.850.000 Ecus.

Disponibilidad de conjunto: principios de 1991.

La propia organización de telecomunicaciones Eutelsat también difundió la noticia a los medios mediante un comunicado tal, y como apareció en “Cinco Días”<sup>14</sup>.

Llegado el momento de la elección de la sede, se subrayaron unos principios de partida: la situación del centro de la cadena había de ser adecuada respecto a la red europea de comunicaciones y telecomunicaciones. Además de esto, el entorno cultural y social también determinarían la decisión, así como el espíritu de apertura de sus gentes, etc... Se establecieron, por el Grupo de Acción, una serie de premisas tales como una candidatura única por país y la adecuación de las mismas al proyecto de servicio propuesto por la entidad nacional de telecomunicaciones. Esto fue para evitar las limitaciones técnicas de último momento. En el momento de redactar el Informe ya habían sido presentadas las candidaturas de Lyon (Francia), Bolonia (Italia) y Sarajevo (en aquel entonces Yugoslavia).

Los integrantes del Grupo de Acción anunciaron que se esperaban también las candidaturas española y alemana, y finalmente se optó por la sede de Lyon en Francia como hemos visto.

Los satélites se utilizaban para introducir nuevos servicios como comunicaciones de datos a alta velocidad, transmisión televisiva o la radiodifusión directa, gracias al empleo de pequeñas antenas parabólicas. Los satélites (situados a 36.000 km sobre el

---

<sup>14</sup> Ver “Euronews en Eutelsat: Euronews, primera cadena de televisión de informativos europea, cuya sede se encuentra en Lyon, comenzará sus emisiones el próximo 1 de enero de 1993 a las 15:30 horas vía satélite Eutelsat, según un comunicado de la organización europea de telecomunicaciones por satélite Eutelsat”, en *Cinco Dias*, 29/12/1992.

Ecuador) eran geostacionarios. Esto significaba que están situados siempre en un punto determinado girando en una velocidad angular proporcional a la Tierra; es decir, que se movían al mismo tiempo que la Tierra. Lo que se denominaba “UP-LINK” era el enlace ascendente. Se trata de la señal que se envía desde un punto concreto de la Tierra hacia el satélite. El “DOWN-LINK” era el enlace descendente. Era la señal amplificada que enviaba el satélite y abarcaba todo un enlace de cobertura. El transpondedor describía una porción útil del satélite. Los dos tipos de satélites que existían (DBS Y FSS) tendían a converger. El satélite tenía aproximadamente diez años de vida. Luego había de ser renovado el combustible. Además, cada quince días se había de corregir su posición. Los satélites facilitaban un aumento de la capacidad para realizar enlaces directos internacionales a través del teléfono, facsímil o televisión.

La utilización de esta tecnología traía consigo la supresión de fronteras informativas, censuras y todo esto variaba el comportamiento de la población. Euronews utilizaba el transpondedor 37. Respecto a la frecuencia del enlace descendente, Downlink, era de 11.575 MHz.

Pero para entender mejor el contexto de los satélites, detallamos ahora las organizaciones internacionales más importantes relacionadas con los mismos existentes en aquel entonces:

- INTELSAT: Se creó el 20 de agosto de 1964 a iniciativa de Estados Unidos. Prestaba servicios de comunicación a todas las naciones con carácter comercial sin discriminación alguna. En ese momento, agrupaba a 109 países miembros. Esta organización proporcionaba capacidad de comunicaciones internacionales a las distintas administraciones de telecomunicaciones que a su vez vendían esta capacidad en forma de llamadas telefónicas, télex y circuitos de datos, servicios complementarios de telecomunicación y canales de TV vía satélite (Gay Fuentes,1994)

Durante muchos años INTELSAT había detentado el monopolio exclusivo de las comunicaciones a nivel internacional. Pero esta situación se había modificado con la creación de nuevos sistemas de satélites promovidos por otras organizaciones.

- EUTELSAT: En el marco de la Conferencia Europea de Correos y Telecomunicaciones (CEPT) de junio de 1977, 26 países europeos crearon la Organización Europea de Telecomunicaciones. Se trataba de cinco satélites de concepción y construcción plenamente europea. Estaban destinados a empresas privadas y a particulares. La constitución de esta organización creó conflictos con Intelsat, que se habían resuelto de forma temporal mediante una concesión para que gestionaran los servicios de

Telecomunicaciones en Europa (Gay Fuentes, 1994). EUTELSAT se había convertido básicamente en un sistema de distribución de programas de Televisión <sup>15</sup>. Esta organización tenía puesto en marcha sus propios satélites para la prestación de servicios de Televisión (Richeri, 1986).

- INMARSAT: Con sede Londres, se había creado en 1979 y en 1985 agrupaba ya a 43 países. Era la Organización Marítima de Satélites y su objetivo era mejorar las comunicaciones marítimas.

- INTERSPUNIX: Agrupaba a los países del Este. Nació en 1971 como competencia del Intelsat, aunque en la entonces URSS se habían instalado satélites desde 1965.

La órbita de estos satélites era diferente a los occidentales. Adquirían una forma elíptica adecuada a la situación geográfica de la URSS y para transmitir a los otros países tuvieron que lanzar otros satélites.

La utilización de satélites para televisión mantenía un crecimiento sostenido y suponía un porcentaje importante de la utilización total. A escala mundial, el 46% de los servicios por satélite correspondían a televisión.

-ASTRA era un satélite de mediana potencia y tenía cobertura para toda Europa. Tenía canales que emitían en español. Sus prestaciones eran exclusivas para emisión de programas de televisión. También era el satélite utilizado por el Canal Satélite Digital.

Existían dos modelos europeos de televisión de pago:

- Canal Plus, (que tendía a extenderse) y que ocupaba el 50% del mercado europeo y
- B Sky B, que no parecía haber dado muy buen resultado.

En general, la televisión por satélite tenía un gran número de ventajas (Richeri, 1986)

- 1- Ausencia de reflexiones o perturbaciones.
- 2- Eliminaba la necesidad de elementos intermedios.
- 3- Permitía recibir programas de otros países.
- 4- Posibilitaba la transmisión de mayor número de programas de ámbito nacional.
- 5- Aseguraba la futura incorporación de la TVAD (Televisión de Alta Definición) y sonido de alta calidad en modulación digital y
- 6- Posibilitaba la recepción de 16 canales de sonido estéreo en modulación digital.

---

<sup>15</sup> Vid. COM (90) 490, de 28 de noviembre de 1990.

### 6.3.3.1- La Directiva Europea sobre normas de transmisión Vía Satélite

La UE se propuso como objetivo promover a escala mundial una norma de alta definición elaborada en Europa, la HD-MAC. Esta adoptada por los entonces doce miembros, estaba siendo aceptada en un número creciente de países europeos. La originalidad del planteamiento europeo consistía en proponer una transmisión paulatina del sistema de difusión del momento PAL/SECAM (PAL Phase Alternation Line/ SECAM: Sequentiel Colour A Memoire) ambos elaborados por la industria alemana y francesa, optando por una primera fase (D2-MAC) que utilizaba un formato de pantalla de 16 por 9, esto es, el mismo que el de la Alta Definición.

Los receptores D2-MAC de 16:9 no quedarían tecnológicamente anticuados cuando empezaran a funcionar la TVAD, porque la compatibilidad entre ambas normas permitiría captar la TVAD con una calidad de imagen normal; una transición similar a la que se realizó en su momento con el paso de la televisión en blanco y negro a color. La Directiva, adoptada por el Consejo el 11 de mayo de 1992, establecía unas condiciones de utilización de las normas D2- MAC y HD-MAC para la difusión vía satélite y la retransmisión por cable con un punto principal para la difusión que no fuera totalmente digital de la TVAD sólo podía utilizarse la norma HD-MAC. La difusión digital transmitía la imagen en el lenguaje binario informático. EEUU y Japón querían promover normas basadas en este procedimiento, que obligarían a cambiar de inmediato el parque de equipos y aparatos en servicio, mientras que el enfoque europeo permitiría una transición más progresiva.

Se usaría la norma D2-MAC para los programas de televisión que no fueran totalmente digitales, difundidos vía satélite, de televisión en 625 líneas con un formato de 16:9. Los televisores con formato 16:9 incorporarían un descodificador D2-MAC y todos los demás equipos de televisión tendrían al menos una conexión normalizada de interfaz. También se establecía la utilización obligatoria de la norma D2-MAC para los servicios en formato 16:9 que se iniciaran después del 1 de enero de 1995, siempre y cuando el Consejo adoptara una propuesta de la Comisión sobre el apoyo financiero destinado a dichos servicios. Se realizaría un seguimiento periódico de la evolución del mercado para que los distintos instrumentos, ya fueran normativos o incentivos, se ajustaran siempre a las necesidades reales.

A lo largo de cinco años (1992-1996), se dedicaron 850 millones de ecus para el lanzamiento de nuevos servicios de radiodifusión en 16:9, en D2- MAC o HD-MAC.

Estos nuevos servicios incluían, por ejemplo: la adecuación de las redes de distribución por cable, la adaptación de programas existentes y, sobre todo, la producción de nuevos programas conformes a los requisitos técnicos de las normas y el formato nuevos. En resumen, en pocos años, el sector audiovisual pasó a ocupar un puesto de primer plano entre las políticas comunitarias. La UE optó por aplicar una estrategia que resultaría insuficiente pero que englobaba todos los distintos aspectos (normativos, tecnológicos y culturales) de este sector clave y tenía en cuenta las sinergias y reciprocidades que lo caracterizaban, para que Europa pudiera hacer valer sus bazas, hacer frente al desafío de la “civilización de la imagen” y desempeñar el papel que le correspondía en el sector audiovisual mundial.

#### 6.3.4- El cambio a la señal digital de Euronews. 1/1/1999

A finales de 1998 tuvo lugar la renovación del satélite a través del cual emitía Euronews y en 1999 se produjo el cambio de la emisión analógica al sistema digital.

La señal digital a partir del 1 de febrero de 1999 sería la emitida a través del satélite *Hot Bird* 5, 13 grados Este, Transpondedor 94.

La cadena de esta manera no había permanecido pasiva ante los avances tecnológicos y había apostado por la renovación del sistema de emisión manteniéndose aún a pesar de los avatares por los que ha ido pasando a nivel financiero, el aumento de la competencia y las voces que preconizaban un cierre o su paulatina desaparición. Con la emisión en formato digital, Euronews era susceptible de entrar a formar parte de las distintas plataformas de televisión digital que existían en Europa. En el caso de España, y siendo Televisión Española accionista de Euronews, se daba la paradoja de que Euronews no se ofertaba en Vía Digital, la plataforma de la que era socio Televisión Española, sino en Canal Satélite Digital. José Vila Abelló, presidente de Euronews ante esta paradoja, señaló durante una conversación en febrero de 1999, que se había ofrecido Euronews gratuitamente a la plataforma digital de la que era socio TVE, ya que lo que interesaba a Euronews era la audiencia, pero que sin embargo no la habían aceptado.

## 6.4-El análisis del medio televisivo en Europa para entender el impacto de Euronews

### 6.4.1-La evolución tecnológica de la televisión

Puesto que Euronews se emitía vía satélite y cable, merece la pena acercarnos a las características de estas tecnologías para tener en cuenta el impacto de Euronews en las diferentes zonas geográficas y en los tipos de audiencias. El desarrollo de las redes de cable y el lanzamiento de satélites como instrumentos de difusión de imágenes ampliaron considerablemente el espectro de posibilidades que ofrecía la televisión hertziana. Por otro lado, la televisión de pantalla ancha (con un formato 16:9, mucho mejor adaptado al campo visual humano) y de Alta Definición introducían el formato cinematográfico en el mundo del video. La TVAD (Televisión de Alta Definición), ofrecía una calidad de imagen (formato 16:9 multiplicación de líneas) y de sonido (digital) totalmente nueva. Así, la extrema fineza en los detalles de las imágenes de alta definición daba una impresión de realidad mucho mayor. Esta nueva tecnología suponía la adaptación no ya de los equipos sino también de los programas frente a la competencia de las otras grandes potencias industriales que redoblaban sus esfuerzos en este campo. Europa había de aplicar una política coherente en la que participaran simultáneamente todos los interesados: investigadores, industriales, profesionales del sector audiovisual, consumidores, etc... El 27 de abril de 1989 el Consejo de ministros, a propuesta de la Comisión, había adoptado una estrategia global sobre la Televisión de Alta Definición. Esta estrategia abarcaba tres campos indisociables:

- 1- La adopción por vía legislativa de normas de transmisión de televisión vía satélite.
- 2- El apoyo al desarrollo tecnológico, que permitiría a los industriales europeos producir bienes de equipo compatibles con dichas normas.
- 3- Y el apoyo a los profesionales del sector audiovisual, con objeto de ofrecer servicios nuevos y promover la realización de programas que utilizaran esta nueva tecnología.

Respecto a la Televisión de Alta Definición (TVAD), además de una calidad de sonido estéreo, existían gracias a las técnicas de alta resolución mejoras en la calidad de imagen que alcanzaban a la del cine en lo que se refería a nitidez, brillo y formato.

Durante la historia más reciente de la televisión, había jugado un papel fundamental la propuesta lanzada, a principios de los años 80, por la NHK de Japón, la televisión de Alta Definición. Respecto a las ventajas, ya hemos destacado que poseía una definición de imagen cinco veces superior; el formato de imagen era igual al del

cine 16:9; el ángulo recomendado de visión era de 300 en lugar de los 100 del momento (con implicaciones psico-visivas); los canales de audio eran estéreo con calidad CD; y se eliminaban los principales defectos de los modelos actuales (cross-luminance.) (Vannucchi,1993: 316)

En particular, el nuevo ángulo bajo el que el usuario veía la imagen de TVAD tenía una importancia decisiva comparado con el ángulo de visión aconsejado para la televisión estándar. Un ángulo de 30 grados, posible por la mejor definición de la imagen, permitía un notable acercamiento a la pantalla, creando un efecto de completa inmersión del espectador en el programa transmitido (Vannucchi,1993).

No obstante, para poder disfrutar de las posibilidades que ofrecía este sistema en su totalidad, sería necesario disponer de grandes pantallas planas de pared con técnica de plasma, cuya calidad era próxima a la de una pantalla tradicional. Las aplicaciones profesionales eran muchas, tales como la producción cinematográfica, los miniteatros con 100-300 butacas, la publicidad de objetos especiales, la telemedicina y filmación de intervenciones quirúrgicas, la videoconferencia de alta calidad, los sistemas de seguimiento o la vigilancia con necesidad de definición (lanzamiento de satélites, centrales atómicas...). Pero tenía también sus inconvenientes. Por ejemplo, necesitaba bandas bastante anchas para la transmisión y la difusión. El coste del receptor era elevado y la aplicación doméstica era satisfactoria solamente con pantallas planas grandes. La evolución de este tipo de televisión dependería de la disponibilidad de canales de transmisión de banda ancha. Para ver la evolución y más datos sobre la TVAD, Vannucchi (1993) señalaba las siguientes etapas:

- 1980: NHK proponía oficialmente el sistema MUSE (TVAD analógico) cuyo estándar (1125/60) se estaba estudiando desde 1968.
- 1982: Recomendaciones del CCIR (actual UIT Unión Internacional de Telecomunicaciones) sobre el estándar de producción “en componentes digitalizados” denominado 4:2:2 área TV ESTÁNDAR (extendido en 1985 a la TVAD).
- 1986: Propuesta UER de un estándar para a difusión MAC por satélite DBS y comienzo de estudios para HDMAC. (Programa Eureka 1995).
- 1987: Proyecto Eureka 147 para DBA (Digital Audio Broadcasting) con modulación OFDM.
- 1988: Proyecto Eureka 256 sobre comprensión digital (RAI, Telettra, Retevisión, Universidad Politécnica de Madrid). En EEUU, la FCC (Comisión Federal de

Comunicaciones) recibía propuestas para sistemas de difusión terrestre TVAD.

- 1990: Experimentación durante “Italia 90” (Campeonato mundial de fútbol) de una cadena televisiva TVAD completa digital (Eureka 256). Proyecto Vadis (Eureka 625): estudio de un estándar (MPEG-2) para compresión digital video+audio de alta calidad. 1991-1992: Inicio de proyectos europeos (RACE 813) para la transmisión TVAD digital por enlaces terrestres (DTTB etc....).

En esta fase de la transmisión surgía lo que se llamaría “televisión definitiva”. Se trataba de homogeneizar los sistemas para que no ocurriera lo mismo que con el video, el cual había visto retrasado su desarrollo por los múltiples modelos existentes. Se pretendían lanzar unas normas que compatibilizaran las diferentes emisiones dentro de la televisión convencional. De las 625 líneas que existían se pasaría a un número entre 925 y 1125 líneas.

La TVAD abría unos horizontes inmensos. No es de extrañar que su historia haya tenido un desarrollo sobresaltado. Este proyecto estaba llamado a provocar una revolución cuyas manifestaciones no estaban aún del todo claras. La fecha fijada por la UE para que la alta definición fuera una realidad en Europa fue el 30 de junio de 1997, fecha para la que los responsables de telecomunicaciones debían tener preparada una legislación que recogiera los diferentes acuerdos <sup>16</sup>.

Algunos países como España ya habían adoptado medidas a cuenta de lo que finalmente pudieran decidir el Consejo comunitario. La Ley española de Televisión por Satélite recogía en su desarrollo reglamentario la creación de canales de emisión con sistemas avanzados de transmisión de señales, basados en un sistema digital desarrollado por la empresa Alcatel Telettra y que ofrecía imágenes en alta definición.

Las pruebas experimentales realizadas en este sistema mostraban la capacidad del satélite español HISPASAT para realizar enlaces de muy alta calidad mediante estaciones terrestres transportables de reducido tamaño, así como la compatibilidad de las dos señales que podían emplearse para la televisión del futuro, la analógica y la digital, de mayor implantación en EEUU y la que parecía ser la revolución en los sistemas de comunicación de un futuro bastante cercano. Los satélites del sistema HISPASAT, vinieron satisfacer aquellas y posteriores necesidades domésticas de una manera óptima (Meso,2001). Ofrecieron una “sustantiva mejora de las prestaciones a un precio significativamente inferior. HISPASAT entró a formar parte de nuestra realidad

---

<sup>16</sup> Revista: *Medios Audiovisuales*, año XIII, Nueva época, enero-febrero 1994, N° 174, pg.25

cotidiana, distribuyendo todas las cadenas de televisión y prácticamente todas las señales de radio de ámbito nacional. Una multiplicidad de redes y entidades pronto habrían de encontrar en este sistema la más satisfactoria solución a sus necesidades” (Meso,2001:97). El 31 de diciembre de 1997, toda la capacidad del sistema estaba contratada (Meso,2001). Además, este proyecto de satélites incluía un uso que aportaba un valor añadido. Se trataba del Programa de Comunicaciones para la Cooperación (PCC). Dentro de este, la Misión América tenía interés ya que contemplaba un aspecto de televisión educativa. Este programa “estaba financiado fundamentalmente por el Ministerio de Educación y Cultura y la Agencia Española de Cooperación Internacional y contaba con el apoyo económico de algunos países como Argentina, Colombia, Panamá y Venezuela a los que sumarían de forma paulatina todos los de Iberoamérica”. Además, “desde el 4 de octubre de 1997 el transpondedor que transportaba la señal analógica del canal Hispavisión fue digitalizado, pasando a transportar la señal digital, con norma MPEG-DVB de los canales TVE Internacional, Canal 24 Horas, Hispavisión y Euronews” (Meso,2001:102).

Pese a las muchas y evidentes ventajas que sin duda aportaría a todos los sectores de la producción audiovisual, no había que descartar la posibilidad de que, según la manera y el ritmo con que se llegara a su adopción, se produjera una situación en la que, por un lado, las diferencias entre los diversos sistemas de producción y de transmisión en el mundo menoscabarían las posibilidades para la unificación y racionalización que suponía la TVAD. Y, por otro lado, el monopolio de un país o grupo de países en la tecnología y en la fabricación hiciera que el resto del mundo dependiera, a la hora de potenciar los diversos subsectores audiovisuales, de las opciones comerciales e industriales que hubiera tomado dicho país o grupo de países.

Pero hemos de tener en cuenta un factor decisivo y es que el aspecto tecnológico es inseparable del cultural. Ciertamente, los aspectos técnicos de la cuestión no deben hacer que se olvide la importancia que tenían los resultados de la TVAD para la cultura de las naciones. Una vez más, quedaba de relieve la doble naturaleza del sector audiovisual: una industria que comerciaba con la cultura. Imposible disociar ambas facetas (Maggiore,1990)

Dos eran los proyectos más destacados: Eureka 256 (codificación digital TVAD) y Eureka 147 (DAB). Es importante afirmar que la verdadera evolución, más que la propia TVAD, era la progresiva evolución hacia formato digital de las señales de vídeo y audio de cualquier estándar, evolución cuya factibilidad habían demostrado ambos

proyectos Vannucchi (1993).

En el apartado anterior se ha señalado el paso a la digitalización de la señal de Euronews en 1999 pero, ¿cuáles eran las ventajas de la televisión digital? La retransmisión de la señal digital ofrecía una alta resistencia frente a ruidos e interferencias con calidad elevada. Destacaba también la flexibilidad en la combinación de diferentes servicios (audio, vídeo, datos). Poseía facilidad de cifrado. Además, se daba un mejor aprovechamiento del espectro de frecuencias (Vannucchi,1993). Los retos tecnológicos e industriales inherentes a la “revolución digital” de la difusión televisiva constituyeron el objeto de una comunicación específica de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la difusión de señales digitales de vídeo tal y como se señalaba en una Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo <sup>17</sup>.

Respecto a la programación, se acordó que se compondría de servicios profesionales y de juegos. Las películas se emitirían sin interrupción, aunque las estructuras de narración seguirían siendo las mismas. Se iba a producir, en cambio, algo muy importante: una disminución de los costes, lo que iba a paliar las altas inversiones que siempre suponían las creaciones cinematográficas (Balmaseda,1995).

La Directiva “Televisión sin Fronteras”, aprobada el 3 de octubre de 1989 por el Consejo, coordinaba las disposiciones nacionales y suprimía los obstáculos a la libre circulación de programas. La revisión de esta Directiva se había llevado a cabo en 1995. El sistema de cuotas parecía haber sido útil desde 1989 para la protección de la producción europea, pero se necesitaba un respaldo mayor para que la industria cinematográfica europea contara con sus propias cadenas de distribución.

El público accedía ahora directamente a través de la distribución por cable a un enorme número de cadenas. La cuestión era cómo estimular la producción de obras europeas. El programa MEDIA fomentaba las coproducciones, favorecía la circulación y la distribución de películas, y promovía las técnicas necesarias para la realización de programas multilingües difundidos por satélite. No obstante, la libre circulación y el fomento de la producción de obras televisivas europeas se vería muy comprometido si la UE perdía la batalla industrial de normas de difusión, batalla en la que jugaba el modelo de televisión digital de televisión de finales del siglo XX.

La Comisión había movilizado a los principales agentes europeos (radiodifusores,

---

<sup>17</sup> “Difusión de señales digitales de vídeo – Un marco para la política comunitaria. Proyecto de Resolución del consejo”, Doc. COM (93) 557 final, 17.11.93.

industriales, operadores de satélites, productores de programas...) para hacer realidad el proyecto de normas y los aparatos de recepción correspondientes, que harían posible la visión de películas con una calidad equivalente a la del cine. Frente a los proyectos competitivos lanzados en Japón, lo que se ponía en juego era ni más ni menos abandonar o compartir el control del mercado mundial. La TVAD planteaba otras preocupaciones a la UE: la perspectiva de una televisión de alta calidad, tanto en lo que se refería al sonido como a la imagen, hacía necesaria la elección de una norma que pudiera aplicarse en su momento a todas las emisiones televisadas, al margen del modo de difusión. Dicha norma se aplicaría así mismo a los magnetoscopios destinados a registrar estas emisiones de alta definición. Los nuevos modelos de televisión iban a revolucionar la televisión como el CD había transformado el mundo del sonido. Se trataba de un cambio mundial (Fontaine,1991).

Por ello, la Comisión Europea no se preocupaba sólo de que se aplicara una norma única de TVAD europea en la Europa del momento. Aspiraba también a que la norma europea tuviera un impacto en el mercado mundial.

En la carrera mundial de la TVAD, los japoneses partieron los primeros. La industria japonesa y la compañía nipona de TV NHK elaboraron unas normas llamadas “Hivisión”, en colaboración con la empresa americana CBS, en 1986, en Dubrovnik, cuando se celebró la asamblea plenaria cuatrianual del Comité Consultivo Internacional de Telecomunicaciones (CCIR), el órgano técnico de la Unión Internacional de Telecomunicaciones <sup>18</sup>.

La delegación japonesa propuso a todos los países miembros de la ONU que se pusieran de acuerdo sobre las futuras normas de difusión que adoptaran el sistema Hi- visión (Richeri,1994).

La limitación de este sistema era que excluía la emisión de señales por vía terrestre. Richeri (1994) señalaba que el no reconocimiento de este sistema suponía, además de limitaciones reales, que Europa quisiera recuperar el atraso que le separaba de los japoneses y entrar en el mercado con su propio sistema, distinto y acaso mejor que el Hivisión. Estas normas, cuya aplicación a los magnetoscopios habían previsto también los japoneses, presentaban el inconveniente de una total incompatibilidad con los procedimientos vigentes en el mundo de la televisión y con las películas

---

<sup>18</sup> “El sector Audiovisual en el gran mercado único” (1988) en *Revista de Documentación Europea*. Luxemburgo, Ed Oficina de publicaciones oficiales de las Comunidades Europeas

cinematográficas realizadas mediante tecnología tradicional. A pesar de que la TVAD estaba progresando con menor fuerza que en años precedentes, no hay duda de que la propuesta de NHK de 1980 y los estudios posteriores habían provocado, después de varios años de análisis en el campo de la televisión, toda una serie de investigaciones y propuestas sobre la señal de vídeo y el audio asociado que habrían de resultar de importancia clave en los progresos alcanzados. Se detalla a continuación la evolución del proceso (Richeri,1994)

La propuesta europea de 1986 (Eureka 95) para la adopción del nuevo sistema televisivo denominado MAC y el consiguiente inicio de los estudios de HD-MAC, que era el sistema de Alta Definición compatible con MAC, era una vez más una demostración de la necesidad de efectuar detallados análisis de los deseos del consumidor antes de introducir una nueva técnica, sin dejarse arrastrar excesivamente, bien por entusiasmos técnicos, como había ocurrido con la RDSI, bien por la necesidad de inventar cualquier cosa con el fin de animar al mercado como había ocurrido con el mismo MAC.

La industria europea, por su parte, elaboraba un procedimiento de TVAD compatible con las tecnologías y los productos actuales. La Comisión se esforzaba por apoyar la puesta a punto de las tecnologías que servían de base a una norma europea única en materia de TVAD y sus implicaciones en la realización del mercado interior comunitario y de las nuevas posibilidades abiertas por las tecnologías de punta en materia de telecomunicaciones. La televisión constituía uno de los elementos de toda una serie de servicios de telecomunicaciones que incluían el teléfono, el videotexto, la transmisión de datos y muchos otros; esto es, las llamadas “Autopistas de la Información”.

En el marco del programa de investigación RACE, la UE a finales de los años 80 se proponía apoyar financieramente proyectos que permitieran alcanzar a principios de los años 90 la formación de una red europea única de telecomunicaciones totalmente informatizada y con una capacidad importante: la red de banda ancha. Una de las actividades de RACE se dirigía a integrar técnicamente la TVAD en esta futura red. En realidad, la historia de esta innovación era un lento avance hacia una norma única mundial.

Los años 90 marcarían la década de la revolución y de los planes para poner en marcha todos estos cambios <sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Así se citaba en la publicación *Medios Audiovisuales*, n° 168. Ver capítulo dedicado a la Televisión de Alta Definición. “La comercialización de aparatos de TVAD con los que se podrán ofrecer imágenes de

El objetivo de la TVAD era presentar en la pantalla imágenes más nítidas, más grandes, más anchas y a ser posible planas, acompañadas de sonido estereofónico de alta calidad, para producir en el espectador la sensación de tener el cine en casa. Para tener ese efecto, la imagen debía ser explorada con más de 1000 líneas. Tenía que ser próxima a 5/3 y la superficie de la pantalla tenía que aproximarse a un metro cuadrado. Los expertos afirmaban que la implantación de la TVAD produciría un impacto mucho mayor que el de la televisión en color. Su desarrollo se vería muy favorecido con la adopción en todo el mundo de un sistema único que abarataría los costes de producción, tanto de equipamiento como de programas, y facilitaría el intercambio y la difusión de los mismos.

Pero no hay que olvidar que Japón ya emitía por dos de sus canales en alta definición y era probable que mantuviera su sistema, a pesar de las recomendaciones del CCIR (Comité Consultivo Internacional de Radiocomunicaciones). El lanzamiento del sistema Eureka, único compatible progresivamente para la difusión desde el PAL al HD-MAC, pasando por el ML normal y de pantalla ancha, se experimentó en la Exposición Universal de Sevilla 1992 y en las Olimpiadas de Barcelona. RTVE tenía ya una unidad móvil de alta definición en sistema Eureka, con tres cámaras, un mezclador, dos magnetoscopios y otros equipos complementarios. En Europa, los nuevos sistemas de televisión se implantarían de forma progresiva y compatible de acuerdo con el siguiente calendario:

- 1990: Transmisión directa vía satélite por el sistema de componente MAC que ofrece mejor calidad que el sistema PAL.
- 1992: Inicio de transmisiones en el sistema MAC de alta definición. (HDMAC).
- 2000: Televisión de Alta Definición Digital.

La mayor ventaja de la Alta Definición la encontramos en la transmisión de imágenes. Mediante esta técnica se podía ver inmediatamente lo que se estaba registrando (Beaumont, 1989).

Hacer películas en Alta Definición era como interpretar la música en vivo. En la electrónica se jugaba con la ventaja de que se tenían los resultados de forma inmediata. La Tecnología de Alta Definición permitía a la vez controlar e interpretar, registrar las imágenes y marcar al mismo tiempo los efectos especiales.

---

1.250 líneas en lugar de las 625 actuales, en la forma PAL o las 525 en la forma NTRS, podría estar disponible para los usuarios en 1995”.

Respecto a los costes para el consumidor, al incorporar a su hogar una visión de su televisión en Alta Definición, Tartajo, el director de Retevisión dijo: “No será un sistema para ricos, ya que la principal aportación europea consiste precisamente en hacer compatible un programa de Alta Definición con un receptor de TV convencional. El consumidor que disponga de un televisor con la nueva tecnología lo verá mejor, pero quién no quiera adquirir un nuevo aparato, podrá ver los programas sin ningún problema”<sup>20</sup>.

Pero la televisión digital llamó con fuerza a las puertas de las nuevas tecnologías sin pasar por la televisión de alta definición. Muñoz Ruis (1994) señalaba que el paso de la TV analógica (la convencional) a la digital se haría directamente sin pasar por la TVAD. De este modo, la TVAD quedaría como un modelo más dentro de las nuevas tecnologías. Según afirmaba: “Si la Comisión Europea no reacciona pronto se perderá la posibilidad de una norma europea. Se trata de pasar de un sistema de monopolio a uno liberado”. En su ponencia en la UPV sobre la regulación de la televisión por cable, Muñoz Ruis (1994) afirmaba que en EEUU el proceso de cambio de la televisión analógica a la digital se había fijado para un periodo de diez años. Comentaba también que el proceso de cambio en lo Audiovisual variaría el mecanismo de emisión como el de contenidos. Respecto a la televisión futura: 1- Sería a la carta. 2- Entre la oferta del Menú mediante pago se elegiría la programación que se deseara recibir. 3- La televisión generalista tendría un carácter residual. 4- Habría que redefinir la televisión pública y gratuita. 5- También habría que redefinir las políticas de lo Audiovisual.

Estados Unidos prefería apuntar directamente al estándar digital, que se trataba de una tecnología a largo plazo, pero que ofrecía mejores perspectivas. Japón y Europa en cambio, habían preferido apuntar a un sistema intermedio, el analógico (Richeri 1994:216)

Dentro del programa Eureka, la televisión digital ocupaba un lugar de prioridad. En junio de 1994 se reunieron en Lillehammer los participantes en el proyecto FU 1187 sobre tecnologías de televisión digital Avanzada<sup>21</sup>. Los participantes fueron los siguientes: Países Bajos (Philips Consumer Electronics), Francia (Thompson Consumer

---

<sup>20</sup> Ver: CARRERO, María José (1992), “Tartajo dice que la TVAD no será para ricos”, en *EL CORREO*, jueves 14 de mayo, pg 93. Apartado de televisión.

<sup>21</sup> Ver: *EUREKA News*, n°26, pg. 16

Electronics), Finlandia (Nokia), Italia (CISAE), Reino Unido (UK Consortium). Además de estos, otras 35 organizaciones habían demostrado interés en el proyecto. El costo estimado fue de 250 MECU. Con la Televisión de Alta Definición Digital se realizaba la convergencia de las funciones de la televisión, del cine, de la fotografía, de la prensa, del diseño gráfico computerizado, de la elaboración electrónica de los datos y de las telecomunicaciones.

En Europa, después de haber perdido en vano tiempo y dinero, podía afirmarse que el HDMAC se encontraba definitivamente muerto, e incluso el MAC que se transmitía por un par de satélites tendría el mismo fin. Afortunadamente estaba en marcha el proyecto RACE 813 para televisión terrestre digital, nacido tímidamente para que no contrastara con el HDMAC.

La pantalla del televisor se estaba convirtiendo en un elemento de confluencia de otros sectores como hemos comentado antes. Las funciones de las nuevas pantallas de televisión serían homogéneas y compatibles con las de la informática y telecomunicaciones.

Como vemos, los nuevos avances en la televisión no sólo conllevaban consecuencias en cuanto al aparato emisor de imágenes, sino que otras industrias se implicaban en este proceso y, por lo tanto, otros intereses y políticas convergían hacia un mismo punto de mira. Esto significaba el fin de las barreras técnicas que habían mantenido la televisión separada de la informática y de otras formas de telecomunicación. La búsqueda de la Televisión de Alta Definición había dominado durante muchos años el campo de la investigación en la tecnología de comunicaciones. (Richeri,1994).

El proyecto EU 95 con un valor estimado en 730 MECU (millones de Ecus) fue el más destacado. En 1994 se daba por terminado dicho proyecto y comenzaba otro heredero de sus logros el EU 1187- ADTT (Tecnología Avanzada de Televisión Digital) con valor estimado en 250 MECU. Este programa, con un calendario de junio 1994-diciembre 1995, estaba destinado a producir un prototipo de sistema de fusión de Televisión Digital de Alta Definición.

Como vemos, la revolución de la televisión se presentaba como un complicado entramado de técnicas, competencia y capacidad. La televisión y la informática empezaban a converger en las llamadas Autopistas de la Información. Richeri (1994) señalaba que en EEUU el hecho más importante estaba representado por la posibilidad de una total integración del sistema TVAD con el sistema informático y con el de

telecomunicaciones. Desde este punto de vista decía “se abren grandes perspectivas de desarrollo hasta ahora cerradas para Europa y Japón “ (Richeri,1994:208)

Una última reflexión que se puede hacer es la que se refería al espectador. La mayor nitidez de imagen y sonido y la espectacularidad de las emisiones serían un mejor elemento para la persuasión.

#### 6.4.2- El sistema de televisión por cable en Europa

En lo que respecta a la situación de la televisión por cable en Europa, Alemania poseía un gran desarrollo de esta modalidad de televisión debido a que se había instalado una red de cable barata (cable coaxial). El sistema era de tipo público. En los años 90, sobre todo de 1990 a 1993, se había extendido de forma notable. En materia de medios de difusión la competencia correspondía a los Länder. La telefonía era competencia de la República Federal. El Deutsche Bundespost se había convertido en el propietario de todo el cableado coaxial terrestre. El contenido, es decir los programas, eran competencia de cada Länder y en cada uno existía un consejo que decidía qué era lo que se iba a emitir. Como comentaba López Escobar, el reto era llegar con el cable a Alemania Oriental donde algunas zonas estaban aún pobladas de antenas antiestéticas López Escobar (1995).

En Bélgica, comunidad plurilingüe, era el país donde el cable estaba más extendido y por eso, y debido al gran número de abonados, era el que tenía el precio más bajo. La cobertura en los años 90 era del 95%. La gestión había sido transferida a las compañías eléctricas para aprovechar sus facilidades de facturación. Se trataba de un sistema de red pública. El problema era que las redes empezaban a estar obsoletas. La primera empresa que empezó a comercializar canales fue Coditel en los años 80. Existían tres tipos de operadores: Privados (Coditel), Públicos y Comunas/ Ayuntamientos.

El monopolio lo tenía en principio la televisión pública belga y la publicidad estaba prohibida por el gobierno. Las comunas socialistas argumentaron que esto suponía un perjuicio para la libertad de expresión. Los anunciantes, por ello emitían su publicidad desde el exterior y de este modo salía en su país a través del cable, de ahí que la legislación cambiara.

Holanda por su parte, era el segundo país, después de Bélgica, en el que el cable estaba más extendido. Los años 80 marcaron el inicio del proceso. Tratándose de un país plurisocial, el cable era un sistema perfecto que permitía al usuario tener la

programación que más le interesaba o más adecuada con sus gustos.

En Francia hasta el gobierno de Chirac hubo una legislación restrictiva en cuanto al cable. Se había instalado una red de fibra óptica (experimento en Biarritz) y por ello el coste de instalación había sido muy elevado. Había que destacar, además, el bajo nivel de marketing y promoción. Existía por otro lado, una fuerte competencia de Canal Plus y de otros cinco canales terrestres. Se puede decir que el sistema se había abandonado. El hecho de querer cablear toda Francia llevó a un estancamiento del proceso.

Gran Bretaña era un país en donde existía una fuerte presencia del satélite. El sistema de satélite actuaba como freno del cable. No obstante, se aprobó una ley en la que el sistema de cable era visto como un sistema que permitía ofrecer otro tipo de servicios además de televisión. La cuestión era que todos los programas emitidos por satélite se podían ver por cable, pero no a la inversa.

En resumen, podemos decir que existía una diferencia en cuanto a la situación del cable en los distintos países europeos. En concreto entre los del norte y los del sur tal y como lo señala Jean Luc Iwens <sup>22</sup>. España Grecia, Italia y Portugal estaban en una situación de iniciación mientras que Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo poseían un alto índice de redes de cable que comenzaron a instalarse en los años 60.

A nivel mundial, Estados Unidos era en esos momentos el mercado más maduro. Era el país que había introducido el concepto de canal especializado. Ofrecía una gran variedad y calidad de programas. En cada una de las siete regiones en las que estaba dividido el país actuaba una compañía telefónica y eran estas las que hacían posible el sistema de televisión por cable. Tenían además un sistema de marketing muy eficaz. Se trataba de buscar un público diferencial para cada programación; así se habían especializado en comunidades étnicas entre otras.

#### 6.4.3- Nuevas formas de consumo televisivo

Las formas de ver televisión habían ido cambiando a la vez que había variado la tecnología y sus posibilidades. Aparecieron nuevas formas, por ejemplo, la denominada televisión a la carta. Con este nuevo sistema el espectador pasivo se convertía en activo y selectivo, mediante una tecnología cada vez más compleja y un “marketing” afinadísimo.

Los sistemas de los que estamos hablando suponían un cambio en la manera de

---

<sup>22</sup> Ver: Iwens (1994), El futuro de la TV por cable, En *TELOS*, nº36. diciembre 1993-Febrero 1994, pg 87.

ver televisión o de situarse frente a ella. Se trataba de un cambio de concepto en torno a este medio de ocio, entretenimiento y medio informativo-educativo. Los hábitos sociales cambiaban. Por tanto, el hecho de pagar por ver la televisión era un sistema que cada vez más se estaba normalizando, pero suponía una actividad a la que el espectador no estaba acostumbrado y que, sin embargo, se iba imponiendo paulatinamente en todas las sociedades. La función de la televisión estaba cambiando al mismo tiempo que la actitud del telespectador.

El llamado PAY-PER-VIEW (PPV) era un sistema que nació en EEUU en 1985. Los orígenes los encontramos en el QUBE, un sistema de interactividad que se instaló a principios de los años 1980 en Ohio, Columbia. Según algunos especialistas, el gran futuro del cine se encontraba, a la vista de la evolución de estos sistemas, en el mundo del vídeo <sup>23</sup>. Esta opción permitía al consumidor seleccionar la emisión de su elección en una banda de programas limitada, tanto por el número de programas difundidos como por los horarios fijos de comienzo de la emisión; por ejemplo, diez películas que comenzaban cada 15 minutos. El consumidor pagaba la emisión seleccionada. El usuario llamaba por teléfono para solicitar la película elegida en el catálogo. Se verificaba si el cliente era solvente y luego se emitía la película escogida. Este sistema aspiraba a tener películas en exclusiva con lo que la rentabilidad era mayor que la exposición de las mismas en las salas de cine. También podía ofrecer el comentario del acontecimiento deportivo en distintas lenguas, así como traspasar todas las fronteras a la hora de su distribución. Al ser transmitido por satélite, cualquier red de cable de México, París, Londres o Madrid podía captar la señal y multiplicar así el número de espectadores, tal y como se señala en el anteriormente citado Libro Verde.

Puede decirse que el sueño dorado de todo productor de televisión era la televisión “de pago por programa”, en el que se cargaba una cantidad al espectador por cada programa que elegía ver como hemos comentado. El detonante que reveló el posible éxito de este sistema era que los espectadores estaban dispuestos a alquilar cintas de vídeo por un precio determinado. Para los productores, con el uso de los satélites solo se precisaba una copia o cinta del programa y la distribución era instantánea y económica.

El concepto de televisión por pago comenzó más precisamente en los años 60,

---

<sup>23</sup> Martín De Blas, J.M (1994) (Director gerente de Satélites de RTVE) Satélite, Cable y TV a la carta: los nuevos tiempos, en las *II Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías (1994)* Universidad del País Vasco.

cuando los acontecimientos deportivos se enviaban por circuito cerrado de televisión a las salas de cine, y los espectadores pagaban por verlos en las pantallas de los cines. Blum y Lindheim (1987). A medida que fue proliferando la emisión de televisión de pago, organizadores tales como QN TV en Los Angeles programaron varios acontecimientos deportivos y estrenos en televisión de películas que habían tenido éxito en el cine Incluso se llegó a producir una película, una versión filmada de “Pirates of Penzance” (Blum y Lindheim,1987).

Los servicios PPV pertenecían a la esfera de la radiodifusión por cuanto que la difusión se desencadenaba por el servicio destinado al público (aunque dicho público se limitara a aquellos telespectadores que dispusieran del material de recepción adecuado), de manera que las opciones para el telespectador se limitaban, técnicamente, a determinar la parte de las emisiones difundidas que se descodificaría y visionaría efectivamente. Se trataba de una comunicación “*point to multipoint*”; es decir, de un punto de difusión hacia múltiples puntos de recepción <sup>24</sup>.

Por lo que respecta al servicio VOD (Video- on -Demand), este sistema permitía al consumidor seleccionar, en cualquier momento, el programa (o extracto del mismo) de su elección a partir de un catálogo virtualmente ilimitado (los límites eran económicos; capacidad de adquisición de los derechos de difusión de los programas, y técnicos-capacidad de almacenamiento y gestión del servidor central). El consumidor únicamente pagaba el programa - o el extracto- seleccionado.

La posibilidad de transmitir una señal de 6 Mbits/s por un par de abonado que era algo impensable hasta hacía unos años y ya era una realidad. Esto se debía al empleo de la modulación OFDM y al uso inteligente del espectro, posible también gracias al empleo de tal modulación. El diagrama de bloques general de un sistema de Video-on Demand era compatible con la transmisión de un protocolo de RDSI, Red Digital de Servicios Integrados (Vannucchi,1993).

En esta actividad, el equipo del abonado, denominado “set top” realizaba como mínimo dos funciones: transformaba la señal digital (demodulada y descomprimida previamente), en analógica, para hacerla compatible con los receptores de televisión domésticos. Al mismo tiempo, recogía los telecomandos para la señalización hacia las redes de transporte o de servicio.

---

<sup>24</sup> COMISIÓN EUROPEA (1994), *Libro Verde de Política Audiovisual de la Unión Europea*, abril, pg.36.

Posteriormente, el aparato del usuario podría ser, con el adecuado software local, un elemento clave para una mayor interactividad; es decir, se trataba de la transformación de los sistemas en equipos multimedia. Los servicios de VOD, como todos los servicios realmente interactivos, pertenecían a la esfera de las telecomunicaciones. En cuanto a la difusión del programa, se desencadenaba por el espectador, previa petición individual como hemos visto. Se trataba de una comunicación “point to point”; es decir, de un punto de difusión hacia un único punto de recepción.

La definición de la directiva Televisión sin Fronteras, en cuanto que parecía excluir los servicios que funcionan previa petición individual, no parecía comprender servicios como el VOD según Libro Verde sobre Política Audiovisual de la Unión Europea de abril de 1994 ya mencionado.

Citaremos también que la TIME WARNER creó un sistema de televisión a la carta. El experimento se llevó a cabo en el barrio neoyorquino de Queens. El proyecto denominado QUANTUM y precedente de la televisión a la carta supuso el cableado de 3.000 hogares con una fibra óptica capaz de transportar 150 cadenas. Los abonados tenían el servicio tradicional de todo suscriptor de cable; es decir, 76 canales generalistas (ABC, CBS, NBC etc) o especializados (CNN, C1) o films, deporte o educación. Pero QUANTUM ofrecía también una decena de canales destinados a las comunidades étnicas (chinos, coreanos, griegos, indios rusos) o religiosas (National Jewish TV o The Prayer Channel). Sin embargo, la innovación principal y el campo de experimentación eran los 50 canales reservados para la televisión de “pago a la carta”.

El precio, aparte de un fijo de abono de unos 30 dólares oscilaba entre 2 y 5 dólares por visionado. QUANTUM ofrecía cada semana 15 films y un acontecimiento (deportivo o musical) en “Pay-Per-View”. Durante estos siete días, las cinco películas más recientes comenzaban a las medias (horas), otras ocho a las horas enteras y el resto de los programas a horas fijas. El principio era simple. El usuario se instalaba frente al televisor y elegía la película sobre una serie de “canales reclamo” (que pasaban anuncios y promociones con los horarios).

Otra posibilidad era la de elegir la película por género (acción, aventura, infantil, adulto...) o en función del horario más inmediato. A través de un telecomando se pulsaba la tecla “Buy” (incluso tenía cinco minutos para cambiar de opinión). La diferencia con el sistema PAY-PER-VIEW era que el usuario en vez del teléfono utilizaba un telecomando y esto dio un buen resultado por su mayor rapidez y comodidad.

La experiencia QUANTUM no fue más que la primicia de la televisión a la carta

posterior. En California, los profesionales del cable y la Pay-TV habían recordado el objetivo a corto plazo: 500 canales antes de fin de siglo. "Tele Communication Inc", el más grande operador de cable de EEUU (9 millones de abonados a mediados de los años 90) iba a comenzar la instalación de fibras ópticas en sus 443 sedes. El crecimiento se haría en dos direcciones: los servicios y las cadenas superespecializadas.

## **6.5- La inversión en nuevas tecnologías como requisito fundamental para el desarrollo de productos europeos**

Varios eran los obstáculos del sector audiovisual europeo que afectaban a Euronews.

### **6.5.1- Riqueza cultural en un mercado fragmentado**

Esta característica se derivaba de las diferentes lenguas y culturas que coexistían en Europa. Pero las tradiciones nacionales y la exigüidad de los mercados dificultaban a la industria la absorción de unos costes de producción cada vez más elevados.

En esas condiciones, el aumento de la demanda de programas televisivos no actuaba de manera muy estimulante para la producción europea, ya que los imperativos económicos de las emisoras hacían que estas se orientaran hacia otros programas; por ejemplo, series de EEUU o dibujos animados japoneses, que eran más baratos porque ya habían sido amortizados en todo el mundo.

En este sentido, Euronews, desde el 1 de enero de 1993 había aportado una gran contribución a la producción europea. Aunque se trataba de un canal exclusivamente informativo, con la elaboración de sus magazines (que por otro lado estaba en proyecto ampliar su número y que constituían la producción propia del canal), contribuía a la tarea de divulgar la riqueza cultural de Europa mostrando diversas características que revelaban la variedad de una Europa plural y distinta, pero con unas aspiraciones comunes.

### **6.5.2- La necesidad de incorporar las nuevas tendencias y el reto tecnológico**

La producción audiovisual europea era obra de un número importante de pequeñas y medianas empresas independientes y dinámicas que se enfrentaban a la subida de los costes de producción y a las inversiones que requerían las nuevas tecnologías. Los efectos

de las nuevas tecnologías se acusaban en todo el sector audiovisual, la difusión por satélite y distribución por cable, los nuevos equipos de televisión avanzada y de alta definición y la innovación en materia de servicios interactivos.

Estos cambios requerían medios económicos importantes e iban reduciendo la distancia existente entre las industrias del cine, de la televisión y el video. En este sentido, la industria cinematográfica europea podría tener en la televisión un elemento importante de amortización.

En 1988, el Año Europeo del Cine y la Televisión, logró sensibilizar a los responsables políticos de los Doce (entonces doce miembros de la CE), los profesionales y ciudadanos respecto a los problemas del sector audiovisual e impulsó las iniciativas de la Comisión Europea y así en 1989 surgieron varias acciones que se citan a continuación:

- a)- Se organizaron “*Les assies de L’Audiovisuel*”, Jornadas organizadas por el Gobierno Francés y por la Comisión que permitieron a los profesionales del sector participar en el análisis del mercado y en la definición de una política europea del cine y de la Televisión.
- b)- Se llevó a cabo el lanzamiento de Eureka Audiovisual, iniciativa intergubernamental que reunía a países europeos (también de Europa central y oriental) y a la Comisión.
- c)- La adopción de la Directiva “Televisión sin Fronteras” por el Consejo de Ministros de la Comunidad.
- d)- Se dio un mayor apoyo a la creación audiovisual, gracias al desarrollo del Programa MEDIA <sup>25</sup>.

Todas estas medidas reflejaban la voluntad de aplicar una política global coherente y a largo plazo. En este sector que atañía tanto a la industria como al mundo de la cultura, la actuación se centraba en tres aspectos:

- 1- Un marco normativo adecuado que garantizara la libre circulación de imágenes por toda la comunidad.
- 2- Una fuerte industria de programas que respondiera a una demanda creciente en un mercado competitivo donde la cultura europea debe mantener su posición.
- 3- Un planteamiento común indispensable para afrontar el reto de las nuevas tecnologías.

Algunas de las razones por las que la industria europea del audiovisual atravesaba

---

<sup>25</sup> Ver en: Decisión del Consejo del 21.12.1990, relativa a la aplicación de un programa de fomento de la industria audiovisual europea, media 1991-1995; doc. 90/685/cee publicado en el doce n° 1 380 de 31.12.1990, pg. 37-44

una etapa tan delicada eran, según Balmaseda (1995) las siguientes:

En Europa, por un lado, las políticas de protección y fomento del sector audiovisual eran muy intensas en el sector de la televisión pública, con especial vocación de ámbito nacional y con poca atención a las acciones a nivel transnacional o de ámbito europeo. Otro factor era que no se había desarrollado una política activa de defensa de la competencia, además del escaso número de empresas operando en la comercialización, así como la dispersión de los catálogos y de los derechos de explotación; Y por último, una débil estructura de formación.

Las consecuencias de todo ello fueron una pérdida progresiva de competitividad, un gran desajuste entre la oferta y la demanda de las audiencias, y una dependencia creciente de las ayudas públicas.

Todo ese contexto nos da una visión diagnóstica de cómo se encontraba el mercado audiovisual europeo y sus perspectivas ante el futuro. Se debían tomar medidas urgentes ya que la economía y la cultura europeas estaban en juego.

Se ha querido subrayar sobre todo que Euronews constituía una excelente plataforma para impulsar las diferentes iniciativas audiovisuales en Europa y, es más, podía contribuir a la realización de las mismas colaborando en diferentes proyectos. Esta idea había empezado a ponerse en marcha en los primeros meses de 1996 y así Euronews firmó un acuerdo con Eurimages, fondo del Consejo de Europa para la promoción del cine europeo, según una información recogida en “Expansión”, 20/2/96.

La aparición a finales de 1986 de los primeros satélites europeos de televisión directa, cuyas emisiones podrían ser captadas por antenas individuales, estaba destinada a transformar el paisaje audiovisual de Europa. Es en esos años cuando precisamente se empezaba a conformar en el seno de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) el proyecto Euronews.

Frente a la fragmentación nacional iba a surgir una veloz internacionalización. Cultura, entretenimiento, ficción, información... jamás antes los ciudadanos habían dispuesto de tanta variedad de imágenes. ¿De dónde vendrían esas imágenes? ¿Quién se apoderaría del mercado y de los empleos que representaba su producción y transmisión? Una cosa era segura, ningún país de la Unión aislado sería capaz de producir en competitividad el volumen de equipos y programas. La alternativa era muy clara: o reforzar el intercambio europeo, partiendo de una cooperación a nivel comunitario que permitiera promover la identidad cultural, tan diversificada del continente europeo; o entregarse a los proyectos de otros grupos ajenos a la Unión Europea, norteamericanos o

japoneses.

Todas estas cuestiones eran ya tema de preocupación en la Comisión en 1986. Así que se proponía entonces a los Estados Miembros la adopción de unas medidas destinadas a responder a los cambios tecnológicos e industriales en curso; a garantizar la libre circulación de las emisiones en toda la Comunidad; y a reforzar la capacidad europea de difusión y producción.

Respecto al presupuesto, el mercado que se le abría era enorme: unos 2.000 millones de ecus fueron entre 1986-1989, y hacia 1996, 10.000 millones de ecus <sup>26</sup>.

A mediados de los años 80, para la creación de un espacio audiovisual europeo común, existían impedimentos como la permanencia de barreras nacionales y de la fragmentación que éstas imponían, que impedían a los fabricantes europeos hacer frente a la competencia externa. Esto suponía un obstáculo para Europa, para su industria y para su identidad cultural.

Existían también barreras jurídicas, así que para salvar estos obstáculos había que dar vigencia a las disposiciones de los tratados europeos que contemplaban la libre circulación de las prestaciones de servicios y, por lo tanto, de las emisiones de televisión. Cualquier ciudadano y cualquier empresa debía poder captar o emitir, sin restricciones, programas originarios de los países miembros de la Comunidad. El Tratado de Roma ofrecía medios para la creación de un espacio audiovisual europeo: la aplicación de las disposiciones legales; es decir, las legislaciones nacionales.

La Comisión había emprendido con los Estados miembros el examen de las eventuales violaciones de las disposiciones del Tratado, en especial algunas medidas nacionales que discriminaban sobre la base de la nacionalidad como por ejemplo la prohibición de transmitir por cable programas producidos en otros países miembros.

Debido a las diferencias de las legislaciones nacionales, los reglamentos de radiodifusión podían convertirse en obstáculos a la libre circulación de emisiones. Sólo la coordinación europea podía garantizar la libre circulación de los servicios de radiodifusión. La Comisión Europea sometió al Consejo una propuesta de directiva destinada a coordinar determinadas disposiciones nacionales relativas a la radiodifusión. Esta propuesta había estado precedida por el Libro Verde y por diversos documentos de la Comisión y del Parlamento Europeo. Todo ello dio lugar a un debate muy amplio.

---

<sup>26</sup> Ver: Comisión de las CCEE, Audiovisual y televisión: hacia una política europea. Serie Documentos 9/86, agosto/septiembre 1986.

Esto es, se limitó a proponer un mínimo de coordinación dejando a los Estados miembros libertad de imponer a los radiodifusores nacionales normas más estrictas y más minuciosas en materias como publicidad y los programas patrocinados a la protección de la juventud.

En los aspectos sujetos a coordinación, los Estados miembros ya no podrían impedir la libre circulación de emisiones procedentes de otros países miembros alegando disposiciones nacionales no discriminatorias, justificadas por motivos de interés general.

La propuesta de directiva pretendía favorecer la producción de obras audiovisuales en los países miembros, y no solo mediante la creación de un mercado de tamaño suficiente como para hacer rentables las inversiones, sino también mediante una política industrial que garantizara un trato preferencial a las obras audiovisuales de origen europeo en la programación televisiva de los países miembros.

Dentro de las disposiciones merece la pena destacar algunos puntos de interés, como el contenido europeo de los programas. Se reservaría un porcentaje del tiempo de antena para la emisión de obras comunitarias.

En cuanto a la reglamentación de la publicidad, correspondía a los Estados miembros determinar los tiempos de antena autorizados para publicidad en las emisiones nacionales. En cambio, no podrían prohibir la retransmisión de publicidad procedente de otros países miembros siempre que la duración de la publicidad no superara ciertos límites. Se preveían también otras disposiciones acerca de normas generales sobre interrupción de programas, patrocinio de programas, prohibición de emitir publicidad sobre tabaco, limitación de publicidad de bebidas alcohólicas, y control previo de los mensajes publicitarios. En relación a la protección de la juventud, se alertaba sobre programas que pudieran atentar contra su desarrollo físico y mental o moral (violencia, pornografía, racismo...).

Por último, sobre los derechos de autor, se trataba de facilitar la difusión simultánea por cable, completa y sin cambios, de programas procedentes de otros países miembros, al tiempo que se reconocían los intereses de los autores, compositores, intérpretes y demás miembros de profesiones culturales.

La Comisión, así como organismos internacionales como el Consejo de Europa, o la OCDE, se interesaban por diferentes aspectos del sector audiovisual.

Todo ello representaba en definitiva un reto cultural. La evolución del cine demostraba lo difícil que resultaba mantener la producción europea frente a la competencia norteamericana. Según la Comisión, había llegado el momento de valorar

mejor las riquezas de la UE fomentando los recursos de creación tanto desde el punto de vista cultural como económico. En la televisión había que apoyar a los productores nacionales que afirmaban su diversidad cultural desarrollando al mismo tiempo la dimensión europea de la distribución y la producción.

Podemos señalar en este punto que Euronews, por cuanto se nutría de información enviada de las diferentes televisiones, realizaba intercambios de programas entre sus miembros. Se trataba por tanto de una actividad que cumplía los objetivos respecto a la producción de programas europeos, de su preservación y promoción, y por cuanto constituía un gran “Know-How” propio, debía estar más apoyada por la Unión Europea.

Respecto a la programación, la europea se nutría de la oferta abundante y barata del exterior, sobre todo de EEUU. Se hacía necesario un fomento de la cooperación entre países miembros. Además, la pluralidad lingüística de Europa exigía acciones paralelas en los campos de doblaje y del subtítulo, que incrementaban costos pero que aumentaban las posibilidades de ampliar la distribución.

Respecto al multilingüismo, la UE se propuso apoyar y coordinar las experiencias destinadas a mejorar la calidad de las técnicas de doblaje, estudiando sobre todo las posibilidades de sincronización por ordenador. En esta línea se hizo una primera acción concreta con los programas del canal multinacional y multilingüe “Europa TV” que fue el precedente fallido de Euronews.

La Comisión, igual que el Parlamento, fue partidaria de crear un canal de información europeo e independiente el cual permitiría mejorar el conocimiento de las diferentes realidades nacionales y de las actividades de la Comunidad. Intentaría así mismo, sensibilizar a los periodistas de televisión en su conjunto para que tuvieran en cuenta la dimensión europea y comunitaria del momento.

Como señalaba Kindelan Jaquotot (1988), la revolución tecnológica, por otro lado, en las comunicaciones debía de ser gobernada.

En coordinación con los programas e iniciativas europeas, España precisaba con urgencia la definición de un modelo que determinara, en el medio y largo plazo, las demandas potenciales, los soportes de transmisión, los programas tecnológicos y las inversiones a tal fin necesarias. España debía participar y estimular los proyectos que buscaban la formación de un espacio audiovisual europeo.

La importancia de un programa de televisión europeo común como Euronews se había dejado ver. Antes incluso de comenzar sus emisiones, Euronews aparecía como un marco ideal en el que todas las identidades culturales podían tener su representación.

Señalaremos que en el caso de la identidad cultural vasca, el Parlamento Vasco, por ejemplo, en sesión celebrada el 2 de octubre de 1992, adoptó el acuerdo de aprobar la proposición no de ley, con arreglo al siguiente texto que literalmente se transcribe: “El Parlamento Vasco, ante el comienzo de las emisiones del canal europeo de televisión Euronews, considera necesario que el euskera, como idioma oficial de Euskadi, sea utilizado como vehículo de comunicación en las emisiones europeas en nuestro ámbito, y en consecuencia se acuerda: Instar al Gobierno Vasco a realizar las gestiones necesarias ante las instituciones competentes, con el fin de que el canal de televisión europeo Euronews transmitiera en euskera en el ámbito territorial de Euskal Herria” <sup>27</sup> .

Eran variados los obstáculos que la industria europea de programas se encontraba en el camino como la caída de la cuota de mercado de las películas europeas. En el Libro Verde *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea*, de abril de 1994, se constataba cómo el descenso de frecuentación de las salas de cine había afectado únicamente a las películas europeas, mientras que las películas norteamericanas habían sabido conservar su público. El éxito de las salas de cine repercutía, naturalmente, en la explotación televisiva. Hay que señalar que se daba una escasa circulación intraeuropea de las películas de cine europeas al mismo tiempo que se daba una amplia distribución de las películas norteamericanas.

Podemos resumir diciendo que el origen de este hecho era la debilidad de las estructuras de distribución europeas <sup>28</sup> .

La industria de cine norteamericana invertía de forma masiva en la distribución y promoción de sus películas en el conjunto de países comunitarios apoyándose en grandes redes de distribución. En cambio, la industria europea se encontraba con la atomización de las estructuras de distribución. El resultado era que, en los años 90, sólo un 20% de las películas europeas salía de sus fronteras nacionales. La industria audiovisual en Europa se encontraba en una situación de subdesarrollo. Más del 70% de las emisiones de ficción que se emitían por las diferentes cadenas de televisión de los

---

<sup>27</sup> En Acuerdo de Pleno sobre la utilización del euskera en las emisiones del canal europeo de televisión Euronews, formulada por el grupo parlamentario Eusko Alkartasuna. (B.O del Parlamento Vasco de 09.10.1992).

<sup>28</sup> Comisión Europea (1994) Libro Verde *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea*.

países miembros de la UE eran importadas, y más de la mitad proceden de EEUU <sup>29</sup>.

Las películas se lanzaban en algunos países sin estrategia global. Sólo el éxito en los primeros mercados de explotación podría determinar una extensión de la distribución. Pero este enfoque por etapas sucesivas privaba a los distribuidores de las economías de escala que se pudieran realizar en el marco de una estrategia global de promoción según se señalaba en el Libro Verde: Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas ya mencionado.

### 6.5.3- La errónea apreciación del mercado

Existía una apreciación distorsionada del mercado en dos niveles:

1- En el nivel de la creación, los proyectos carecían de desarrollo. Las ideas en esta fase habían de estudiarse teniendo en cuenta a los diferentes públicos, sobre todo a los europeos y mundiales. No existían incentivos suficientes para que se tomara en cuenta los mercados europeos y transnacionales con lo que se orientaban hacia la producción local.

2- En la fase de la promoción y el marketing, frente a las inversiones masivas de los norteamericanos, las campañas europeas se encontraban subdimensionadas y carecían de experiencia en materia de marketing paneuropeo y mundial.

La intervención de organismos de radiodifusión en la financiación de la producción de cine no había alterado esta lógica, ya que las inversiones se dirigían principalmente a asegurarse un acceso a programas atractivos para audiencias casi siempre nacionales.

La falta de escala de la producción de programas en Europa, encerrada en mercados demasiado pequeños, se traducían en todos los niveles, antes y después de la producción. Esto desembocaba en una crisis de desconfianza que desviaba los capitales europeos fundamentalmente hacia la industria de programas norteamericana.

En el sector de la televisión, el Libro Verde 1994, señalaba que la explosión de la demanda de programas no se había traducido en un refuerzo de la industria europea de programas, que seguía compartimentada en mercados demasiado pequeños. La multiplicación de los organismos de radiodifusión en la década de los 80, así como el aumento del tiempo diario de difusión, habían llevado a una explosión de la demanda de

---

<sup>29</sup> Ver: DE MIGUEL, (1992) La Política Audiovisual Europea, en Garitaonandia y Sanchez Tabernero (1992).

programas.

El aumento de los ingresos en el sector no había compensado el alza de los costes de producción o la escalada de los precios de los derechos de difusión de los acontecimientos deportivos. Los presupuestos de programación habían disminuído y los entes de radiodifusión habían tenido que recurrir de forma masiva a la importación de programas extraeuropeos, procedentes de los catálogos ya amortizados en otros mercados. Teniendo en cuenta que, al haberse desarrollado la mayoría de los nuevos servicios de radiodifusión sobre una base nacional, la producción televisiva se había concentrado en la satisfacción de audiencias nacionales, con programas que circulaban muy poco dentro de la Comunidad Europea (como máximo dentro de zonas lingüísticas homogéneas).

El volumen de las coproducciones y cofinanciaciones en las que participaban agentes económicos de varios Estados comunitarios era insuficiente para que pudieran desarrollarse proyectos capaces de interesar a audiencias europeas o mundiales. Esta carencia se observaba en la producción de películas, series, dibujos animados y documentales. Los catálogos de este tipo de programas eran los que constituían el patrimonio económico de una industria de programas televisivos.

El Libro Verde además subrayaba respecto a esto que en un momento en el que la aparición de la televisión de pago había puesto de manifiesto el papel estratégico de los catálogos en el lanzamiento de nuevos servicios, la industria televisiva europea adolecía de estos fallos estructurales. Se señalaba que los que salían beneficiados eran los propietarios de los fondos de programas, que eran sobre todo americanos. Esto se debía a la diferencia en los costes de los programas de ficción europeos y americanos. La proporción era, a principios de los años 90, de cinco a uno (De Miguel, 1992).

Además, los grandes movimientos en torno a los fondos de los programas aumentaban la concentración y configuraban la creación de un verdadero oligopolio. Este tema fue motivo de debate a lo largo de los años 90 en diversos estudios y documentos como el Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y empleo de 1993; el Informe Bangemann de 1994; Europa y la sociedad de la Información; la Directiva Televisión Sin Fronteras, DSF, de 1994; Los programas Media I (1991-1995) y Media II (1996-2000); Libro Verde sobre la Convergencia de 1997; el Libro Verde sobre La información del sector público en la sociedad de la información de 1998 entre los más destacados. Es decir, que figuraba como uno de los retos a los que se enfrentaba el audiovisual en aquellos momentos.

## 6.6- Resumen

A la luz de estos epígrafes, queremos destacar que uno de los desafíos que se presentaban en el marco de la UE era precisamente la creación de una televisión para Europa dentro de un marco audiovisual definido. En el aspecto técnico, Europa buscaba su propio modelo de televisión, ya que esto suponía, o así había sido a lo largo de muchos años, un elemento de soberanía.

Del mismo modo que en cuanto al soporte se buscaba un instrumento propio, en cuanto al contenido, Euronews aparecía como ejemplo de un modelo supraestatal. Era el elemento que recogía las aspiraciones de la entonces Comunidad Europea (CE) en el mundo.

Euronews respondía a una necesidad tanto cultural como económica. Las televisiones miembros además tenían la capacidad de poder intercambiarse programas con lo que se facilitaba la comunicación y se contribuía a que los países que integraban la CE se conocieran mejor. Euronews, además, gracias a su difusión por satélite y por cable, era visto, en un área geográfica muy extensa, por lo que se convertía en una imagen de Europa en el exterior.

La tecnología digital hacía que la televisión por cable y satélite fueran aún más atractivas. Las actividades que se llevaban a cabo conjuntamente permitían el desarrollo de equipos de recepción homogéneos, económicos y pensados tanto para recepción vía satélite como vía cable. Euronews era un canal que con la puesta en marcha de la tecnología digital además ampliaba sus potencialidades como canal multilingüe de cobertura internacional. Todas las decisiones que se tomaran en el ámbito tecnológico como de programación iban a repercutir en cierta manera en proyectos como el de Euronews, impulsando de manera decisiva la puesta en marcha de una política común en materia de televisión y del audiovisual en general.

## CAPÍTULO 7

### 7- EL ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN Y DEL CONTENIDO DE EURONEWS



## 7.1- Introducción

Europa constituye un espacio en el que se dan cita diversas lenguas, climas, costumbres, gastronomía, paisaje, etc.... Toda esta base constituía una espléndida materia prima para elaborar productos culturales y por supuesto audiovisuales. La diversidad cultural así, en Europa, era un elemento y un factor enormemente positivo, y sigue siéndolo, para las posibilidades de desarrollo de una industria de contenidos, un sector industrial, que, en la sociedad de la información, se perfilaba como uno de los productos estrella <sup>1</sup>.

Euronews debido al sistema de Eurovisión, que era y es un sistema de intercambio de contenidos audiovisuales, poseía unas grandes posibilidades para ofrecer una gran variedad de productos audiovisuales europeos. Esto se reflejaba de forma clara en su “parrilla” de programación. Un análisis de la misma mostraba también su interés por los aspectos institucionales de la Unión Europea y de aquellos problemas que preocupaban a los europeos.

El análisis de la estructura de la programación del momento revela, por tanto, la filosofía de la que se partía y también de la singularidad de la cadena. En un espacio audiovisual internacional donde cada vez existía más movilidad de personas, se daba una demanda creciente de información de actualidad de cualquier parte del mundo y en la lengua que se precisara.

Este era uno de los aspectos que Euronews había tomado en consideración desde el principio ofreciendo una variedad idiomática y también de contenidos siempre de actualidad con el objetivo de ofrecer información puntual perfilándose como una alternativa a otras cadenas, pero con un carácter diferente de aquellas.

En este capítulo abordaremos cuál fue el efecto de la diversidad sobre la elaboración de la parrilla de programación de Euronews. A continuación, analizaremos

---

<sup>1</sup> Ver: Comisión (2000) *Europe 2002. Una sociedad de la información para todos. Plan de Acción*, Comisión Europea. *Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo*. COM (2005) 229 final. (No publicado en el Diario Oficial). En este documento se señalaba por ejemplo lo siguiente: “Con el fin de lograr un mercado interior abierto y competitivo para la sociedad de la información y los medios de comunicación, el primer objetivo de i2010 es el de establecer un Espacio Único Europeo de la Información que ofrezca comunicaciones de banda ancha asequibles y seguras, contenidos ricos y diversificados y servicios digitales”.

Ruiz Moyano, M. José (2017), *Política de la sociedad de la Información*, Universidad autónoma de Madrid, Centro de Documentación Europea.

las características de los programas y en especial nos centraremos en los que otorgaron a Euronews un perfil diferenciador. El recorrido por la programación de la cadena europea de noticias nos desveló su mensaje. Han sido muchas horas de visionado de los programas primeros que nos fueron ofrecidos por la cadena. Para el análisis de los magazines se ha contado, además de la documentación de la cadena, con la experiencia directa de profesionales que allí trabajaban.

## 7.2- El efecto positivo de la diversidad cultural europea sobre la parrilla de Euronews

### 7.2.1- El debate sobre la diversidad en Europa

Según el Libro Verde de la Comisión Europea (1994), opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea, la estructuración de los catálogos y el aumento de la capacidad de producción de las industrias de programas europeas constituían unos retos fundamentales. La capacidad de ofrecer una gran diversidad de programas, que era una de las principales consecuencias de la revolución digital, permitiría hacer frente a una gama muy diversificada de necesidades y de tipos de usuarios.

Las economías de escala en la producción de contenidos serían siempre importantes, pero aparecerían muchas oportunidades para programas destinados a audiencias restringidas y especializadas. Este elemento resultaba importante si tenemos en cuenta que la fragmentación cultural de Europa había constituido tradicionalmente un factor negativo para la competitividad de la industria audiovisual europea. Pues bien, la explotación de la diversidad cultural podía pasar a ser una oportunidad.

Unidad y diversidad eran dos caras de la moneda en Europa. La unidad cultural “es tan evidente para quienes nos miran desde fuera como discutible para los que somos sus habitantes” señalaba Cebrián (1999:23). En este artículo, el autor destacaba el fracaso de la publicación *The European* y hablaba de “la lamentable existencia azarosa de Euronews”. El autor apostaba por el inglés como el idioma estrella de la sociedad de la Información, pero decía que en Europa sería necesario saber por lo menos tres idiomas ya que precisamente la identidad europea era la diversidad <sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Este artículo formaba parte del resumen de lo que se habló el 25 de febrero de 1999 en el Palacio de Schloss Bellevue, residencia oficial del presidente de la República Federal Alemana donde tuvo lugar una

En el caso de los Medios de Comunicación, se había criticado mucho el hecho de que no existiera un medio exitoso a nivel europeo, y ello se había visto incrementado por el fenómeno de la concentración en el sector.

Hacia más de 30 años que se venía invocando la diversidad lingüística y cultural europea para explicar o justificar el estado de crisis perpetua y subdesarrollo del sector audiovisual en Europa (De Miguel,1992). Respecto a esto, la diversidad lingüística europea siempre se había considerado una barrera para la creación de un canal de televisión europeo. Se decía que los trabajos de doblaje resultaban caros y que “la voz en off restaba interés a la vez que dificulta la atención y que el subtulado no hacía más atractiva la televisión” (De Miguel,1992)

Se puede decir que esta línea de pensamiento había llegado a su fin y que la sociedad de la información ofrecía el contexto adecuado para poder hablar al mismo tiempo de unidad y diversidad como elementos interactuantes.

La búsqueda de una audiencia multinacional se enfrentaba a un problema fundamental: el de las diferentes actitudes y comportamientos de los distintos países. Las horas de máxima audiencia, el horario en el que se organizaban las actividades diarias no eran iguales en todos los países. De Miguel (1992) apuntaba que una de las soluciones podía ser-la multidifusión- consistente en la difusión de un mismo programa a diferentes horas. Aunque añadía que, en ese caso, existiría el problema de que los hábitos de la audiencia seguirían siendo diferentes.

### 7.2.2- Euronews como solución

Euronews había sido la respuesta a todos esos problemas. La voz en off no constituía un problema ni tampoco la no existencia de presentadores, sino que lo importante eran las imágenes. El problema de los horarios quedaba resuelto ya que Euronews emitía durante 24 horas de forma ininterrumpida y cada espectador podía acceder al canal en el momento que quisiera.

---

reunión de un grupo de intelectuales, políticos, empresarios y periodistas para debatir sobre las causas comunes de la cultura europea. Entre los participantes destacaban junto al presidente alemán, Roman Herzog, Vaclav Havel, el ministro de Asuntos Exteriores polaco Bronislaw Geremek, el filósofo francés Andre Gluksman, el historiador inglés Timothy Garton Ash, lord David Puttnam, productor de cine británico y Juan Luis Cebrián.

### 7.2.3- Las ventajas de la revolución digital

En el anteriormente citado Libro Verde 1994, se decía que las potencialidades de la revolución digital permitían desbaratar, incluso aprovechar, lo que, hasta la fecha, se venía percibiendo como una dificultad estructural.

En cuanto a los diferentes idiomas, la comprensión digital permitía desarrollar la edición y la difusión multilingües en condiciones óptimas desde el punto de vista económico. Tanto si se trataba de añadir varias bandas de sonido o varias versiones de subtítulos, siempre que existieran, la comprensión reducía considerablemente los costes y permitía la combinación de todas las posibilidades en un mismo soporte o un mismo vector de difusión, ofreciéndole al público mayores oportunidades de acceso a los programas europeos. Para Euronews, que por aquel entonces emitía en varios idiomas diferentes, la ampliación de estos no suponía ningún problema técnico. Además, el carácter multilingüe constituía un distintivo de la cadena que representaba al fin la pluralidad de una Europa con unos objetivos comunes.

Resultaba indispensable la máxima explotación de estas nuevas posibilidades técnicas para la descompartimentación de los mercados nacionales y la circulación transfronteriza de los programas. Esto suponía un esfuerzo específico en materia de difusión de estas tecnologías entre las empresas del sector. Suponía así mismo, el desarrollo de un doblaje y un subtulado de calidad. En efecto, según se señala en el Libro Verde 1994, los problemas de circulación de las obras y de rechazo por el público, se debían a menudo más a la mala calidad de las versiones dobladas o subtuladas que a la ausencia de ellas <sup>3</sup>.

Desde la perspectiva de la explotación del mercado europeo, la inversión en el doblaje y el subtulado constituía un punto prioritario. Más adelante se destacaría la necesidad de poner de relieve la diversidad que caracterizaba a Europa. En cuanto a las barreras culturales, se podía, en cierta manera, demostrar cómo la evolución hacia la individualización de la oferta permitía a Europa estructurar un mercado de calidad en el que la diversidad de los programas se convirtiera en una baza económica importante.

---

<sup>3</sup> Ver en: COMISIÓN EUROPEA, Libro Verde: (1994) *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea*, Luxemburgo, Oficina de Publicaciones de la CCEE, abril, pg 20.

## 7.2.4- El factor diferencial europeo

Un punto fuerte de Europa consistía en su rica herencia cultural e histórica. Su diversidad y sus vínculos lingüísticos y culturales con otras partes del mundo eran una baza para prestar nuevos servicios a medida que el objetivo fueran audiencias regionales o especializadas. Sin embargo, suponía también un reto para los servicios destinados a una audiencia europea amplia <sup>4</sup>.

La diferenciación de los productos era esencial en un mercado en el que el público se enfrentaba a un aumento exponencial de la oferta, en soportes y según modalidades cada vez más variados. Después de una tendencia a la uniformización de la oferta de servicios, que procuraba rentabilizar al máximo su audiencia, la fragmentación del mercado llevaba a los servicios a desarrollar una estrategia de diferenciación dirigida a satisfacer audiencias cada vez más reducidas, pero capaces de financiar una determinada oferta. En este contexto, la diversidad y la calidad de la producción audiovisual europea debía poder desarrollarse en condiciones que le permitieran ser viable económicamente.

El ejemplo más claro de este fenómeno se produjo con la evolución del mercado de la venta de videocasetes. A pesar de su desarrollo en los 90, el mercado de la venta de videocassetes superó, en volumen, el de alquiler. En la entonces República Federal Alemana representaba el 55% del mercado global de vídeo, según el Libro Verde 1994.

Había diferencia entre el producto del vídeo de alquiler y el de venta. El mercado de alquiler estaba consagrado casi exclusivamente a películas de cine y el de venta a programas no cinematográficos (programas infantiles, documentales, deportes, ciencias naturales, música...). En Gran Bretaña, en la venta de videocassetes, de 1991 a 1993, la proporción de películas de cine había caído del 44% al 30%, mientras que los programas de interés general y los de deporte y salud pasaron respectivamente del 6% al 22%. Aunque esta progresión afectaba principalmente a programas locales, este segmento del mercado ofrecía la posibilidad de una explotación de programas procedentes de diferentes países europeos.

Mientras que, en el sector del cine, como se comentaba también en el Libro Verde 1994, las cuotas de mercado reflejaban la supremacía de la industria norteamericana, en el sector de las no películas, la cuota del mercado europeo estaba en continua progresión. Este dato demostraba que la necesidad de diversidad del público europeo constituía el único en el que la cuota de mercado europeo progresaba.

---

<sup>4</sup> En: COM (94) 347 Final, Bruselas 19.07.1994.

Surgían una serie de consideraciones acerca de la diversidad en Europa y de su aprovechamiento. Sobre esto, dos reflexiones se imponían: Por un lado, la explotación de segmentos de mercado muy especializados podía mantener y desarrollar la diversidad, pero no podía sustituir a una estrategia dirigida a desarrollar unos catálogos de programas que resultaran atractivos en los segmentos más amplios de los mercados europeos y mundiales. Y, por otro lado, la explotación de estos segmentos de mercado muy especializados suponía un enfoque paneuropeo, es decir, cuanto más ajustada era la audiencia de un servicio, más se necesitaba el servicio de una extensión territorial <sup>5</sup>.

También se habían de tomar en consideración las posibilidades de ampliar el campo audiovisual en otros mercados. Así, con el desarrollo del sector audiovisual en los países de Europa Central y Oriental, surgía otra oportunidad de índole cultural y económica. Una industria europea de programas fuerte y competitiva podía respaldar dicho desarrollo y aprovecharlo al mismo tiempo.

Con el objetivo de ofrecer programas competitivos en todos los tipos de mercado y poner de relieve la diversidad europea en el conjunto del mercado europeo, la industria de programas europea podía desarrollar su impresionante potencial <sup>6</sup>.

En cuanto a Euronews, la pluralidad de idiomas no suponía una barrera, muy al contrario, era la peculiaridad del canal y constituía su distintivo. La ausencia de presentadores no había supuesto ningún obstáculo y contribuía a crear más objetividad en un canal dedicado exclusivamente a la información.

### 7.3- El estudio de la parrilla de programación de Euronews

La creación audiovisual era toda una industria con unas perspectivas de futuro florecientes en la era de la información teniendo en cuenta las nuevas posibilidades que ofrecía en aquel momento la televisión por cable y la tecnología digital que poseían entre otras características, la capacidad de hacer que se multiplicara la oferta de canales y las posibilidades por ello de emitir infinidad de programación. Como industria que era, el objetivo era fabricar el mejor producto al menor coste. Euronews tampoco podía olvidarse de este principio a pesar de haber surgido de un conglomerado de servicios públicos.

El ideal de programación de Euronews era realizar una serie de espacios además

---

<sup>5</sup> Libro Verde 1994, pg 22.

<sup>6</sup> Tal como se expresaba en el *Libro Blanco Crecimiento, Competitividad y Empleo* (1993)

de los informativos con el objetivo de rellenar los 15 minutos de tiempo entre un informativo y otro. En cuanto al tipo de programación que fue prevista en un primer momento podemos decir que se trataba de una parrilla modesta. El objetivo fundamental era el de conseguir el suficiente volumen de información de manera que la cadena fuera autosuficiente. Un objetivo que podía alcanzarse. La programación estaba formada en su totalidad por espacios informativos y de actualidad. Los informativos iban seguidos de una característica información meteorológica que comenzaba por Europa y después el resto del mundo.

Se trataba de una programación dirigida a un público urbano y con un nivel cultural medio-alto, especialmente interesado en informativos y en asuntos internacionales. Las 20 horas de programación- con una pausa de 2:00 a 6:00 de la mañana se nutrían básicamente de noticias inmediatas. Cada media hora se sucedían telediarios de 10 minutos seguidos de información meteorológica y revista de prensa.

Era, por tanto, el único canal europeo de información realizado tal y como se afirmaba en su *slogan*, “por europeos y para europeos”, que emitía sin interrupción todos los acontecimientos del mundo “vistos desde Europa”, y simultáneamente en varios idiomas. Fuentes de la cadena afirmaban que, aunque los asuntos analizados procedían de todo el mundo, siempre eran tratados desde el punto de vista europeo (...). Era, por tanto, el único canal pensado desde su origen como vector de comunicación de una identidad europea.

El primer día de emisión, el 1 de enero de 1993, y también día de la entrada en vigor del Mercado Único Europeo, los diferentes jefes de gobierno lanzaron un mensaje de aproximadamente tres minutos cada uno y estas fueron las palabras de Felipe González, presidente en aquel momento del Gobierno español, al respecto:”En una sociedad avanzada que en estos años está viviendo una nueva etapa de su proceso de unidad política y económica poner en marcha un mecanismo como el de Euronews, es seguramente una iniciativa de enorme alcance político y social” <sup>7</sup>

Gran parte de los programas como “Revista de los negocios”, “Revista juvenil”, “Magazine de estilo” etc...fueron muy significativos por su implicación en el contexto político europeo. Citamos también otros programas significativos como “Informe Europa”, que consistía en un resumen de los principales acontecimientos del continente, incluida información sobre los diferentes organismos europeos; “Cien claves para

---

<sup>7</sup> *DIARIO 16*, 3 de enero de 1994

Europa”, que era un programa que consistía en espacios sobre las claves de la Unión Europea; y “Revista de actualidad”, que abordaba un tema de interés desde una perspectiva europea.

Según se señalaba en la Carta Euronews, “La programación de Euronews está dirigida a difundir la actualidad de interés internacional en su contexto histórico, geopolítico, social y cultural, que permita a la audiencia una mejor comprensión de la realidad cotidiana, si bien la vocación natural de Euronews es la de informar de la evolución europea y la de sus instituciones en el contexto mundial”. En este documento se recogían los Principios Fundacionales del canal <sup>8</sup>.

“Euronews Editorial” fue en un principio la sociedad radiodifusora y en su capital sólo podía haber miembros de la UER. “Euronews Gestión” era el operador técnico y estaba abierto a sociedades externas. En cualquier caso, la primera era el socio mayoritario de la compañía, como se ha señalado en el capítulo anterior.

### 7.3.1- Una nueva forma de entender la televisión

Como hemos visto, Euronews producía sus programas en base al material de noticias y reportajes procedentes de todos los países miembros de la UER. Otras fuentes eran las agencias de noticias informativas, instituciones supranacionales o empresas colaboradoras.

Desde su origen, el canal nacía con una intención de presentar los hechos sin influencias políticas. Según indicaban las mismas fuentes del canal, Euronews presentaba los hechos sin distorsión.

Se trataba de un canal fundamentalmente de imagen que incluía sus propios gráficos y comentarios en off sin presentadores. Por ello, podemos decir que suponía una nueva forma de entender la televisión. Era un invento nuevo. “En una línea general de rigor es plausible también y ejemplo para otras televisiones públicas la intención de objetividad y no implicación ideológica de sus informativos” <sup>9</sup>.

### 7.3.2- La programación

Se puede observar que Euronews presentaba un horario basado en breves boletines

---

<sup>8</sup> Fragmento aparecido en: Revista *Noticias de la Comunicación*, Semana del 8 al 14 de febrero de 1993, n° 81.pg 17

<sup>9</sup> En: *El Mundo* 7/1/1994

de noticias entremezclados con reportajes que cubrían una amplia variedad de temas: ciencia, ocio, cultura, ecología, etc... Los acontecimientos internacionales y las actividades de las instituciones europeas, por otro lado, eran transmitidas en directo.

Como dato que se ofreció desde dentro de la cadena por parte de Pedro González, a partir de la primera emisión se puso de manifiesto la alta rentabilidad del personal de Euronews. Debido a los problemas presupuestarios para la contratación de más personal, el único recurso era el aumento de la productividad individual. Al finalizar 1993, Euronews producía entre 20 y 24 noticias diarias, siempre con los mismos tres equipos de periodistas (González Martín, 1995).

Aunque la programación fue variando sensiblemente a lo largo de esos diez primeros años, era fundamentalmente informativa y cada uno de los espacios tenía un objetivo específico. He aquí a modo de ejemplo algunos de los programas con los que se dio a conocer: *Euroforum*, por ejemplo, era un programa dedicado a los debates políticos; *Cult* era un espacio dedicado al ámbito de la cultura: literatura, cine, arte en todas sus facetas; *Style* prestaba su atención al mundo de la moda, del diseño y de las últimas tendencias en Europa; *2000* era un programa especializado en temas de alta tecnología, medio ambiente y las comunicaciones entre otros. Se trataba de un espacio con un carácter divulgativo, pero a la vez didáctico para la protección del medio y del entorno. Respecto a la construcción europea, Euronews contaba con un programa específico que atendía a las decisiones de las instituciones y de sus implicaciones. Se trataba de *Europa*. La pluralidad europea era la materia prima sobre la que se asentaba la programación de Euronews; y *Visa* era un programa especializado en viajes, rutas y lugares diversos.

La programación destinada al fin de semana variaba. Así, *Eurozoom* era un programa que presentaba los acontecimientos más importantes de la semana. También se emitían reportajes de actualidad en *Internacional* y en *Euro7*, donde se resumían las noticias más destacadas de la semana. A finales de los años 90, se notó una significativa orientación hacia los temas culturales como los espacios *Postcard*, *Bon Voyage*, *Odeon*, *Culture* o *Cinema*.

## 7.4- Las características de los programas que habían dado a Euronews un perfil diferente

### 7.4.1- Elementos previos a tener en cuenta

Euronews era ante todo una cadena de información y su funcionamiento particular hacía hincapié en la asociación de imágenes y comentarios, apoyándose en el trabajo de los equipos de redacción. Cada tema que se emitía en antena era el fruto del trabajo de un equipo de periodistas (uno por idioma). Cada uno era el responsable de la emisión de la noticia en su propia lengua. Esta forma de trabajo permitía una emisión multilingüe simultánea, garantizando una información objetiva, con una óptica europea, para el conjunto de los telespectadores de la cadena. Los textos, en definitiva, no se traducían <sup>10</sup>.

Los objetivos básicos iniciales de la cadena eran modestos. Por un lado, se buscaba el autoabastecimiento de material audiovisual, un objetivo que podía alcanzarse aprovechando los recursos de las televisiones miembros. Esta idea de capitalizar los recursos facilitaba la reducción de los costes de producción del producto final. Por otro lado, se perseguía una organización en cuanto a la redacción y técnica que eran completamente innovadoras.

Los programas de Euronews estaban concebidos para satisfacer los diferentes puntos de interés de los espectadores. Los programas especializados trataban de la vida económica, política, social, pero también de las ciencias, las artes y la cultura, del medio ambiente, de los viajes, del ocio, del deporte... Una variedad de programas y una amplitud de puntos de vista que se correspondía con la vocación europea de la cadena.

Los innovadores del proyecto partían de la convicción de una implantación progresiva de la cadena, por lo que se partiría de una difusión horaria limitada. De ahí que la propuesta de programación se pensara de lunes a viernes con un horario de las 16:00 a las 24:00 h, ofreciendo flashes de información cada media hora. Una programación así no precisaba de ninguna producción propia, con excepción de la cobertura de las actividades europeas, esto último considerado desde el principio como uno de los objetivos fundamentales de Euronews.

La primera parrilla con la que se dio a conocer Euronews fue puesta en marcha por el redactor-jefe español Pedro González. El redactor-jefe francés Gerard Decqu

---

<sup>10</sup> Según datos facilitados en nuestra primera visita en 1994 por las relaciones externas, Kay Wallace, y que se señalaba en documentación interna de la cadena.

había de preocuparse de forma prioritaria de impulsar y acelerar los trabajos de instalación, así como la conclusión de contratos de aprovisionamiento de imágenes con las grandes agencias. El redactor-jefe italiano Giacomo Mazzone seguía sin arreglar su situación personal, retrasando su incorporación hasta diciembre. En cuanto al redactor-jefe británico, el propio presidente Fichera, mantenía negociaciones con diversos candidatos con el fin de agilizar la puesta en marcha definitiva de la parrilla.

En muy poco tiempo se emprendió la compleja tarea nunca antes llevada a cabo de preparar la emisión de lo que sería una nueva cadena de información continua en seis idiomas. Como el mismo Pedro González recordaba con la perspectiva del tiempo, “en esta profesión, cuenta mucho una buena dosis de audacia, combinada con la temeridad, la inconsciencia y, desde luego, una firme convicción en que todo es posible” (González Martín,1995). Todos los firmantes de este primer estudio no habían tenido experiencia periodística y, por lo tanto, consideraban la semana de cinco días.

Acostumbrados a tener los fines de semana libres, no se tuvo en consideración que ningún medio de comunicación y menos la televisión pudiera permitirse el dejar de aparecer durante todo un fin de semana y que por ello el proyecto de programación inicial: “despertaba un innegable tufillo funcional en el sentido cálidamente peyorativo de la palabra”, según González (1995).

Se puede decir que la programación de Euronews era una programación de calidad. En aquellos momentos se asistía a un fenómeno bastante común en las televisiones y era que la búsqueda de beneficio incitaba a la puesta en marcha de programas que generalmente descuidaban el nivel de calidad (en cuanto a programas no propiamente de entretenimiento y evasión) que buscaban el mayor índice de audiencia para la inserción de publicidad. Se competía en precio, programación etc... Pero no en calidad.

Existían varios factores que incidían en la elaboración de una parrilla televisiva como por ejemplo, las pautas de consumo de la audiencia; es decir, que el público quería ver la película de las 16:00h, los dibujos animados de las 18:00h. etc..o lo que es lo mismo, los programas también estaban condicionados por las franjas horarias del consumo social. Otro factor era el económico. En este sentido, hay que tener en cuenta si se trataba de una televisión con financiación pública o privada, o si eran canales de pago (canales *premium*, *pay-per-view*, *Video on Demand*, televisión a la carta). Además, si la compra se realizaba por paquetes de programación se reducían los costes en la adquisición. En este sentido, Euronews adquiría programas de interés cultural que incidían en un mejor conocimiento de los pueblos en Europa. No eran programas de altos índices de

audiencia.

Hasta 1994, la financiación de Euronews había sido pública. Con la llegada de capital privado llegarían a producirse cambios en la programación.

En cuanto al factor sociológico, nos referimos a la acción por parte de los grupos de presión; es decir de los patrocinadores de algunos de los programas. De la misma manera, las asociaciones de espectadores incidían en la programación o podían hacerlo (en la protección de determinados valores, factores éticos...).

Por último, hablaremos de la agenda setting. Esta teoría mantenía que el modo en que las personas ven el mundo. Estaba notablemente influido por los medios de comunicación; es decir, por la selección de temas que realizaban los medios para su difusión. Tenemos que señalar que la agenda setting no sólo se refería a los temas sino sobre todo a las imágenes y las perspectivas. Según Mc Combs (1995), la fascinación con el impacto de los medios de difusión sobre la prominencia de los asuntos en la agenda pública había influido en la mayor parte de los 200 estudios de agenda setting que enumeraban algunos expertos <sup>11</sup>.

Como señalaba McCOMBS (1995), se habían acumulado pruebas abundantes de que la agenda de los medios de difusión, configuraba en buena medida la agenda pública <sup>12</sup>. Tenemos que destacar, tal y como se señalaba en este estudio, que la experiencia personal también resultaba un condicionante de las consecuencias de la agenda setting en el receptor. La importancia de la variable de la experiencia personal estaba presente en el trabajo inicial de McCombs y Weaver <sup>13</sup> que descubrieron a finales de los años 1960 que los individuos aportaban sus propias necesidades al proceso de la comunicación. En otras palabras, teniendo en cuenta que cada uno de nosotros precisamos estar conectados con nuestro entorno, buscamos claves cognitivas o “mapas” del mundo en el que vivimos.

En el proceso de comunicación de unos acontecimientos se toman decisiones, se incluye o excluye información, se ignoran asuntos o se presentan con relieve sobre otros, y se realizan gráficos para ilustrarlos mejor. En definitiva, se establecen prioridades.

El modelo de la agenda setting decía que, una vez que se habían establecido las

---

<sup>11</sup> Rogers, E; Dearing, J; Bregman, D (1993) The anatomy of the agenda setting research, en *Journal of Communication*, vol. XLIII (2), pags 68-84.9

<sup>12</sup> En: Mc Combs, M y Evatt, D (1995) Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting, En: *Comunicación y Sociedad*, Volumen VIII, Num. 1

<sup>13</sup> Mc Combs, S y Weaver (1997) *Communication and Democracy, Exploring the intellectual Frontiers in Agenda Setting theory*, Routledge Reed

elecciones, la información resultante influiría de forma decisiva en el modo en que los individuos veían y opinaban sobre las ideas y asuntos de los que, en los medios, en la sociedad, se discutían. Pero cuando hemos hablado de selección de temas y de puntos de vista, etc no nos referimos sólo a los informativos. Existía en la televisión de forma generalizada una tendencia de los programas que daban a conocer historias reales y lo contaban utilizando recursos de narración cinematográfica o de ficción que parecía una película. Se hacía difícil distinguir qué eran noticias y qué era entretenimiento, dónde acababa lo real y dónde empezaba la fantasía.

A medida que las informaciones incorporaban más elementos de entretenimiento, este se convertía en una prolongación de los noticieros. La división entre los mensajes de los medios de difusión considerados “noticias” y de aquellos calificados como “entretenimiento” puede producir limitaciones artificiales para el desarrollo de marcos teóricos más amplios.

Por ello, los estudios en los que se tenía en cuenta no sólo las noticias sino también las series, las tertulias y el entretenimiento eran de especial interés para entrever de qué modo la parrilla de la programación de televisión afectaba al modo de entender el mundo; es decir, cómo afectaban los mensajes a las actitudes, a las percepciones del mundo. Por ejemplo, el Prime-time, el horario de máxima audiencia determinaba de alguna forma el tipo de programación. De igual manera incidían los cambios de hábitos de la audiencia en la época de vacaciones y en el tipo de géneros que se demandaban; la serie corta frente al largometraje, por ejemplo.

Se planteaban entonces los auténticos retos para la programación de la televisión tradicional que eran, entre otros, los siguientes:

- 1- Ofrecer en cada franja horaria lo que el espectador quería ver.
- 2- Responder a la demanda del usuario. Acertar en lo que el espectador quería ver.
- 3- El reto de la credibilidad. Con las capacidades infinitas de las nuevas tecnologías del momento para recrear y conseguir efectos televisivos que parecían reales, conseguir la credibilidad de la información a través de la televisión se había convertido en un auténtico reto. La verdad podía ser falseada y viceversa.
- 4- El ajuste a la programación prevista. Nos referimos a la moda de la “contraprogramación”. De hecho, las revistas especializadas en programación de televisión habían dejado de existir o habían bajado en número de compradores.

Decíamos que Euronews ofrecía una programación de calidad. Pero ¿qué es lo que previamente tomamos en cuenta para considerar una obra de calidad? Para conseguir

calidad hacía falta que los profesionales que trabajan en el medio tuvieran un sentido para ello y un objetivo concreto. Los profesionales de Euronews lo tenían y eran conscientes de que trabajaban en un medio novedoso, en una televisión que no se parecía a ninguna otra. Diferentes periodistas y profesionales de distintas nacionalidades trabajaban en un proyecto común a nivel europeo, en seis idiomas diferentes (con ampliación prevista) y por vía satélite, cable y vía terrestre.

Además de esto, algunos factores estaban muy bien cuidados en Euronews como la puntualidad, la labor de equipo, la creatividad, el diseño, la integridad de los distintos programas y los momentos de las interrupciones publicitarias.

Hagamos ahora un repaso más profundo de lo emitido en la cadena en sus primeros diez años desde el 1 de enero de 1993.

#### 7.4.2- La peculiaridad de los magazines

Aunque a lo largo de esos primeros diez años en Euronews había habido varios cambios en la programación como consecuencia de las variaciones en la estructura financiera, tomamos como referencia una serie de programas que cimentaban una parrilla representativa de los objetivos con los que surgió la cadena.

##### 1- *Eurozapping*

Se componía de una serie de reportajes seleccionados de los propios telediarios nacionales de cada día. Se aportaba de así una visión localista que acercaba los problemas que sucedían en un país concreto y resultaban demasiado específicos para ser tratados en el informativo general. Se trataba de un programa que trataba de reflejar el mosaico cultural característico de Europa. El porqué del título se explica por la razón de que siempre había que procurar buscar una denominación que resultara familiar en las seis lenguas y se encontró esta que, sin embargo, en el fondo no tenía el mismo significado para todos los idiomas. El significado en inglés de la palabra zapping curiosamente no tiene la misma correspondencia que en España, Francia, Italia o Alemania (es decir, la continúa ojeada a cada uno de los canales sin quedarse en ninguno de forma continuada), sino que significa desconectar, (González Martín, 1995).

Como ejercicio de observación constituía una manera diaria de asomarse (se emitía cinco veces al día) a la diversidad de Europa. En definitiva, además de mostrar los grandes temas universales también había cabida para los aspectos individuales. Podemos también señalar un derivado de este magazine denominado *Eurozoom* que se emitía una

vez al mes. Con el objetivo de dar una visión del distinto tratamiento que recibía una noticia.

## *2- No Comment*

Este era sin duda el programa más singular de Euronews. Se trataba de un modo de emitir información sin la voz en off del periodista donde solo las imágenes hablaban. *No Comment* era fundamentalmente imagen, aunque cobraba especial relevancia el sonido que, según los casos, podía ser sonido ambiente, la voz/voces del protagonista, música, etc... lo que en una elaboración tradicional de una noticia quedaba relegado a un plano sin importancia debido a que la voz del periodista se imponía, ahora pasaba a recobrar todo su protagonismo. Pretendía ofrecer una forma alternativa y presentaba el acontecimiento tal y como ha sido captado. El lugar, el día y la hora del acontecimiento aparecían en la pantalla situando en el contexto al espectador.

Este espacio había sido objeto de diferentes estudios en trabajos de investigación de foros universitarios y también había estado en boca de estudiosos de la comunicación en diversos debates en torno a aspectos de la comunicación audiovisual (González Martín,1995). Algunos lo habían elogiado al describirlo como una nueva forma de informar, un lenguaje nuevo en televisión, y otros lo habían criticado señalando que se trataba de algo así como una vuelta al cine mudo, lo que, en nuestra opinión, parece una crítica de quienes no entendían mucho de comunicación ya que el cine mudo a través del lenguaje no verbal hacía llegar los mensajes utilizando una alternativa al sonido y este hecho, a nuestro parecer, no hacía al mensaje por ello menos relevante.

Este programa fue fruto de una idea original de uno de los periodistas de Euronews que surgió de la constatación de que, sin la necesidad de alterar la imagen recibida, la noticia narrada solamente a través de imágenes era suficiente para contar los hechos y además servía para todos los idiomas. La confección del programa conformaba una mezcla de interés informativo e integración cultural.

Los temas de *No Comment* iban separados por cortinillas en que se fundían las imágenes de forma que la transición entre un tema y otro no resultaba chocante para el espectador. La propia cadena publicitaba este espacio señalando: “Las imágenes que hablan, las imágenes más impactantes en su versión original. Haga su propio juicio”.

## *3- Revista de Prensa*

La idea de presentar este espacio en Euronews fue del redactor jefe Pedro González. Aunque no era una idea novedosa, obligó a poner en marcha un dispositivo especial, como él mismo nos señalaba en 1994 durante nuestra primera visita a la

cadena. La fecha de su aparición fue el 2 de enero de 1993, ya que el 1 de enero no había prensa en ningún país. El objetivo era que los europeos conocieran las primeras páginas de los periódicos de otros países.

Se decidió que se emitiera después de cada boletín informativo y de cada espacio meteorológico. Para que fuera posible la realización de este espacio, hubo que contactar con los directores de los diarios para que todas las noches enviaran por fax una muestra de su primera página. Se fijó como hora límite las 2.00h de la madrugada. Se elegían 8 periódicos y el comentario era de 20 segundos para cada uno. Se trataba de un fax especial ya que la información había de llegar con la suficiente nitidez para que pudiera ser vista en televisión.

A menudo, dado que el tema principal solía coincidir entre varios diarios, Euronews había optado por elegir de cada periódico temas relativos a la política interna de cada uno.

#### 4- *International*

En esta sección se trataban noticias y reportajes del mundo entero. Comenzó a emitirse el 16 de enero de 1993. La aportación española a este espacio había tenido sus fuentes principales en programas como *Informe Semanal* y *Crónica Internacional*.

Para hacer posible este proyecto, TVE, de forma pionera, puso en marcha una corresponsalía situada en Torrespaña. El equipo que aquí trabajaba se encargaba de que todas las imágenes que se emitían tuvieran los permisos necesarios, seleccionaba los temas y se encargaban de la gestión de los mismos. Además de las fuentes nacionales, *International*, se nutría de otros espacios como los *roving reports* de WTN, de los *features* de Reuters y de los dossiers de CBS. Estas sedes en las cadenas nacionales era una idea iniciada por TVE, pero no en todos los países miembros de Euronews se había llevado a cabo con la misma fórmula. En el caso de Francia, las relaciones se establecían a través de una agencia llamada Infovideo que era común a las dos cadenas *France 2* y *France 3*. Más tarde iniciaron la puesta de marcha de estas unidades más o menos dotadas de medios y personal: la RAI, SSR, RTBF, RTF y ELA.

Respecto al diseño de este magazine, se localizaba en pantalla a partir de una línea blanca trazada en la parte baja de la misma sin ocultar la imagen, el nombre del país en su idioma original. Con este espacio se pretendía dar al espectador los datos más completos posibles sobre un tema de forma que pudieran familiarizarse con aspectos que podían pasar desapercibidos en otro tipo de programas. La tarea en equipo permitía que los españoles pudieran aportar un mejor conocimiento de América Latina, los ingleses

de Asia o los franceses de África.

#### 5- *Analysis*

Se trataba de un magazine de corta duración (3 a 5 minutos). En él se desarrollaba uno de los temas más destacados de los últimos días. Mediante la retrospectiva de los sucesos se situaba la noticia en el contexto adecuado para su comprensión y profundización.

Se intentaba evitar el caer en la emisión de opinión y se procuraba para ello dar la mayor cantidad de datos posible. Se trataba, en definitiva, de dar una explicación a un hecho destacado del día. Desde su aparición hasta mediados de 1994, este magazine se había mostrado sobre todo sensible con los temas sociales objetivo de su director Peter Vickers, para quien los temas sociales exigían la misma dedicación que los acontecimientos políticos. “Si se compara con la televisión nacional, este espacio es el equivalente a una crónica, pero excluyendo la opinión personal que acompaña a este género periodístico” (González Martín, 1995: 124).

#### 6- *Sport*

Este espacio utilizaba una técnica parecida a la de “*No Comment*”, ya que lo verdaderamente importante eran las imágenes. La información aparecía como apoyo escrito en la pantalla. Se trataba de los resúmenes y resultados de los acontecimientos deportivos de la jornada. Lo más característico eran los resúmenes sobre competiciones deportivas europeas; en especial, las que contaban con presencia internacional, sin la aparición de comentarios sobre lo que el espectador estaba viendo. De esta manera se evitaban todo tipo de susceptibilidades. Durante nuestra primera visita en 1994 a Euronews en Lyon, así lo indicaba Pedro González. Nos acercaba al modo de trabajo de la cadena en la que se intentaba evitar todo tipo de comentarios en todos los espacios en general, ya que al tratarse de una cadena internacional podían resultar heridos ciertos sentimientos nacionales. Se habían dado cuenta de que la opinión era válida en un contexto determinado donde el espectador entendía las claves que rodeaban al hecho o el punto de vista de un país dado. No ocurría así más allá de las fronteras, en el ámbito internacional, ya que la realidad era muy diversa y hay que contar con ello a la hora de emitir una información y el modo de hacerlo. González (1995) comentaba que, por ejemplo, lo que valía para un determinado ámbito territorial y cultural presentaba demasiados inconvenientes cuando ese espacio se ampliaba a toda Europa y África.

En cuanto al idioma que habría de utilizarse en los rótulos que aparecían en la pantalla y tras arduas discusiones se decidió que fuera en inglés. Se utilizaba el idioma

local en cambio, en los resultados de las competiciones.

Respecto al horario de emisión, *Eurosport* era un espacio que había experimentado un crecimiento claro. En principio se emitía sólo los domingos. Más tarde, lo haría de lunes a viernes y posteriormente su aparición fue diaria. Se interesaba por aquellos acontecimientos deportivos de interés europeo. Espectáculos como la liga de baloncesto NBA norteamericana o la Superbowl no eran objeto de interés.

#### 7- *Style*

Ofrecía una imagen fundamentalmente europea del mundo de la moda y del diseño. Este espacio fue ideado por Pedro González y se emitía los sábados. Comenzó siendo como “un regalo visual para la audiencia” (González Martín,1995). *Style* había ampliado el espacio de la moda a otros lugares incluyendo los países árabes, islámicos y de Asia o Estados Unidos. Respecto a esto, los primeros sorprendidos fueron los periodistas franceses acostumbrados a informar sólo de moda francesa de tal forma que ignoraban otros tipos de moda como la que se presentaba en la pasarela Cibeles en España, etc. (González Martín,1995)

Respecto al diseño en pantalla del programa, se trataba de un esquema sencillo. La pantalla quedaba dividida en dos partes. En la más pequeña, se escribía el nombre del diseñador/ra, al tiempo que se permitía que el periodista comentara las imágenes de los modelos que se estaban viendo o algunos datos complementarios a la imagen. En cualquier caso, se dejaba amplio espacio para la imagen y la música que acompañaban a las coreografías de las/los modelos que constituían un verdadero espectáculo visual.

#### 8- *Postcard*

En un principio se pensó en realizar un breve texto a modo de postal, como el propio nombre del programa indicaba, enviada a un supuesto corresponsal en el que se explicara un determinado lugar característico por su entorno y así dar a conocer de una forma original los diversos aspectos de Europa. Pero este sistema, aparentemente sencillo, causaba un gran esfuerzo de imaginación y tiempo exigido a los periodistas y apenas duró tres programas con esta fórmula. En adelante, se recurriría a la exposición de 3 ó 4 reportajes breves. El objetivo de este magazine consistía en ofrecer diferentes estampas de fiestas y tradiciones típicas de la vida diaria de los europeos. Se trataba de ofrecer la mayor cantidad posible de datos para entender el acontecimiento. Los centros regionales de las diferentes televisiones europeas constituían una auténticamente fuente de abastecimiento para *Postcard*.

#### 9- *Bon Voyage*

Se emitía habitualmente los domingos. Era un magazine dedicado a ocupar parte del tiempo de ocio del espectador. El tema era monográfico y el objetivo era descubrir el alma de una ciudad, por ejemplo, a través de su arquitectura o de sus monumentos característicos. La temática podía ser de la más diversa índole: por ejemplo, los problemas que existían de infraestructura en determinados pueblos de Europa bien sea problema de agua, comunicaciones, etc...

#### 10- *Labnews*

En este espacio se mezclaban las novedades tanto en el campo de la medicina, y ciencias en general como los últimos avances tecnológicos a nivel de aeronáutica, realidad virtual etc. Las conquistas en los asuntos de tecnología espacial y la competición entre EEUU, Europa y Japón habían supuesto una especial dedicación.

Se trataba, por otro lado, del magazine que contaba con las más diversificadas fuentes. Era evidente que los periodistas que elaboraban este programa no poseían los conocimientos suficientes para verificar todos los datos que se ofrecían, pero se les exigía que fueran capaces de recurrir a especialistas con los que poder contrastar o completar las informaciones que se ofrecían al espectador; que podían ser muy diversas: nuevos métodos de tratamiento contra el cáncer, el sida, etc...

Euronews procuraba también dar más relieve a los diferentes programas de investigación subvencionados por la Unión Europea. El magazine quedaba exento de cualquier comentario e incluso entonación fonética que pudiera ofrecer opinión siguiendo así la línea del resto de la programación.

#### 11- *Ecologia*

Presentaba una manera de reivindicar la preservación del medio ambiente, sus problemas y soluciones; en definitiva, el cuidado del planeta. Los temas que se abordaban eran los de las especies en extinción, como el caso de los cetáceos y su problemática por cuanto en países como Japón o Noruega. Esta actividad formaba parte inherente de su cultura y tradición; o el caso de la crianza de los toros de lidia. En todos los casos, Euronews intentaba dar una visión lo más completa posible en torno a estos temas a veces controvertidos y respecto a los cuales existían posturas contrapuestas.

Otros temas eran la degradación del suelo como consecuencia de los excesos de la industria pesada en los antiguos países comunistas de Europa; la desaparición de los bosques; la degradación de la calidad de las aguas; o la conversión de los países menos desarrollados en residuos nucleares de los más poderosos; la sobreexplotación de los mares; o la imparable desertización del sur de Europa. Se realizaban de la misma manera

todos aquellos proyectos destinados a mantener y mejorar el medio ambiente. En *Ecologia* se difundían también reportajes procedentes de asociaciones ecologistas como *Green Peace*, *World Wild Life* o *Bears in Liberty*. En un principio, estos reportajes eran comprados por Euronews a las productoras británicas dedicadas a temas ecológicos pero más tarde descubrieron que las propias organizaciones lo ofrecían de forma gratuita.

#### 12- *Economia*

En realidad, se trataba una sección dentro de la programación compuesta de distintos espacios como *Financial Express*, *Business News* y *Business Weekly*. En el caso del primero, la información no necesitaba apoyo oral, sino que la información se daba a partir de cuadros gráficos. Los cuadros actualizados se difundían cada dos horas y los datos procedían de Reuters. La información económica era la más delicada ya que era ahí, sobre todo, donde se desataban los intereses nacionales. Por ello, la elaboración de este programa suponía “un delicadísimo ejercicio continuo de equilibrio”. Cuando los intereses encontrados eran más evidentes, el equilibrio era mucho más difícil; son los casos, como recuerda González (1995), de Volskvagen-Seat, Suzuki-Santana, Iberia-Aerolineas e Iberia-SAS.

En el caso de *Business Weekly*, se trataba de realizar una síntesis de los acontecimientos más importantes de la semana. Además de estos apartados, cabe mencionar otro denominado *Financial Times Reports* que era producto de una colaboración con el departamento de audiovisual de la empresa editora de este diario.

#### 13- *Odeon*

En este espacio se llevaban a cabo informaciones acerca de danza, teatro, música y espectáculos varios. Cada uno era tratado mediante entrevistas con algunos de sus protagonistas o extractos de la obra que se combinaban con vídeos y documentos originales. En las entrevistas, los rótulos señalaban el nombre de quién hacía una declaración. Cuando se trataba de nombres no europeos, se traducían al francés si se trataba de nombres árabes, y en inglés si eran asiáticos o procedían de un idioma cirílico. Cuando se incluían entrevistas éstas se realizaban en la lengua del entrevistado.

#### 14- *Culture*

Se pretendía abrir el programa con una persona procedente del campo de la escritura, pintura, escultura, arquitectura, etc. de un país determinado, y, al mismo tiempo, huir de personajes consagrados y dar a conocer obras novedosas o tendencias poco conocidas de diferentes lugares de Europa. Euronews se nutría para ello básicamente de las televisiones públicas que poseían una gran dedicación a los temas culturales. La

aparición del canal había espoleado este tipo de producción y suponía que las televisiones públicas miembros tenían una mayor conciencia de que este tipo de programas tenía en Euronews unas posibilidades multiplicadas al ser vistos a nivel internacional.

Se daba relevancia a las producciones de tipo cultural que apostaban por nuevas iniciativas como era el caso de los premios *Aristeion* concedido por la Unión Europea a autores literarios o traductores. *Culture* también dedicaba su interés a museos innovadores o a colecciones de interés y actos destacados. Además, se dedicaba un espacio a la poesía que se recitaba por un periodista de Euronews y al final del verso aparecía la imagen del autor acompañada de su nombre escrito de forma vertical en la pantalla.

#### 15- *Media*

Se trató en una primera etapa de una serie de monográficos dedicados a las televisiones públicas de España, Portugal, Italia, Francia, Bélgica, Montecarlo, Egipto, Grecia, Suiza, Finlandia, Dinamarca, Túnez, Argelia, Chipre y Eslovenia. Explicaban cómo empezaron, los acontecimientos que ocurrieron, etc... La serie se incrementaba con nuevos capítulos dedicados a las nuevas televisiones accionistas que se iban incorporando a Euronews.

En una segunda etapa se analizaban los problemas que rodeaban al mundo de la comunicación: la concentración empresarial, la innovación tecnológica, las inversiones, etc.... La elaboración por ello de *Media* suponía un esfuerzo y un trabajo notable ya que, en el caso de las cifras, los presupuestos siempre se sabían a posteriori y suponía casi un periodismo de investigación al tratar de averiguar temas y problemas que estaban muchas veces sobre el tapete de las mesas de negociación de los políticos o en laboratorios de investigación tecnológicos.

#### 16- *Europe/Europa*

Era el espacio dedicado a las instituciones de la Unión Europea. Las retransmisiones en directo de las sesiones del Parlamento Europeo ocupaban un lugar preferente y acompañando a esto existían dos apartados: *Euromag* que era un resumen mensual de las principales actividades de las instituciones comunitarias como sesiones del Parlamento, debates de la Comisión, acuerdos, comparecencias etc....Las fuentes de imágenes provenían fundamentalmente de las propias instituciones que estaban bien dotadas en este campo.

*Europe's hour* se emitía de lunes a viernes. En una primera parte, se repasaban una serie de noticias de importancia que se habían llevado a cabo en ese tiempo. En una segunda parte, se analizaba una de ellas. Sobre este espacio, la cadena señalaba que

reflejaba la construcción de la Europa Unida; contemplaba la marcha de las instituciones políticas europeas sus decisiones y las implicaciones para Europa.

#### 17- *Cinema*

Se trataba de un magazine especializado en el cine. Aunque Euronews no emitía películas informaba sobre las novedades, festivales, premios, etc....relacionados con el mundo de la cinematografía. En este espacio se realizaban también entrevistas con personajes de prestigio del cine y se daba cuenta de los estrenos.

#### 18- *Euro 7 y Euro 30*

*Euro 7* era un resumen de las noticias más destacadas acontecidas a lo largo de la semana y *Euro 30* respondía a la misma fórmula y se emitía el primer lunes de cada mes. En 1996 cambió su día de emisión y se trasladó a los sábados (cada primer sábado del mes a las 10.45 y 13.45 h.)

En ambos casos, y para su puesta en antena de nuevo, se había tenido que realizar una esmerada redacción en su origen ya que habría de emitirse de nuevo sin perder actualidad. Por esta misma razón, se trataba de abordar temas que se acababan en sí mismos. Era, en cualquier caso, un compendio de los acontecimientos que habían tenido lugar a lo largo de la semana y del mes que ofrecían una idea de conjunto sobre el panorama europeo. Era necesario mantener cierto equilibrio por tanto en cuanto al lugar donde se habían desarrollado los hechos e intentar reservar un lugar para todos. El jefe de antena era el encargado de esta función y quien debía evitar un excesivo protagonismo de un determinado país o tema.

#### 19- *Los espacios cortos/Servicios*

Se trataba de espacios breves que pretendían aportar aquellas informaciones suplementarias como la meteorología, el tráfico, los avances de los programas, la agenda cultural, etc....En el caso de la información meteorológica, se trataba de un diseño original y era a la vez didáctico ya que aparecían en la pantalla los nombres además de los países, de algunas ciudades europeas y la temperatura correspondiente. En la agenda se daba cuenta de algunos acontecimientos normalmente de carácter cultural en los que se citaba el lugar, el día y la duración del mismo. Se trataba de espectáculos, colecciones, etc....

Otro espacio breve era el denominado *Salud*. Se relataba en dos minutos las características de determinada enfermedad y su remedio más conocido. El único espacio de humor de la cadena recibía el nombre de *Clin Dóeil*. Eran imágenes de las situaciones más divertidas que se habían recogido durante la semana que carecían de sonido y eran capaces de crear una situación humorística.

#### 20- *Prisma*

Se trataba de una entrevista a una personalidad política: jefes de Estado, primeros ministros, líderes de grandes instituciones internacionales, etc....Era una serie semanal dedicada a personajes de muy variada índole y, sobre todo, que aparecían como representación de los hombres y mujeres que conformaban Europa. En enero de 1995 apareció por ejemplo el Sr. Jacques Delors, presidente saliente de la Comisión Europea y su sucesor, el Sr. Jacques Santer. El programa se emitía los jueves a las 20:45, 22:15, 01:15 y los viernes a las 11:15 h.

#### 21- *Perspective*

En esta sección se realizaba una comparación entre los temas más importantes de la semana en Europa, reflejando el tratamiento diferenciado de la prensa europea.

#### 22- *Azimuth*

Se trataba de la realización de una semblanza de hombres y mujeres que luchaban por el desarrollo de sus países.

#### 23- *Eurozoom*

Un tema de actualidad era tratado por las diferentes televisiones europeas.

#### 24- *Correspondent*

Un gran reportaje procedente de una cadena de televisión europea.

#### 25- *Business weekly*

Economía de fin de semana. Se realizaba de un balance semanal de los hechos económicos y financieros.

#### 26- *Swiss World*

Todo sobre Suiza: cultura, historia, moda, etc. Se emitía cada segundo domingo del mes a las 10.15 y a las 13.45 h.

### 7.4.3- Las variaciones en la parrilla

A lo largo de los primeros diez años de emisión (1993-2003) la denominada parrilla o grill de programación de Euronews fue sufriendo diversas modificaciones. Algunas veces debidas a la normal evolución de la cadena y la posibilidad de ofrecer una programación más variada. Otras veces, la novedad había sido consecuencia de la competencia de otras cadenas y también tenemos que contar con las modificaciones en la plantilla de personal de Euronews a lo largo de estos años.

El 11 de abril de 1994, por ejemplo, en respuesta a los acontecimientos que

veremos un poco más adelante, Euronews presentó una nueva parrilla de programación. Se modificaron tres franjas horarias: 06:00-09:00, 18:30-20:30, 22:00-24:00. En la nueva programación se acentuaba más si cabe la información, además de los acontecimientos financieros y deportivos. El “*breakfast*” incluía (06.00-09:00) igualmente los detalles del tráfico en Europa y una revista de prensa europea del día.

Los noticiarios de todas las horas y las medias horas eran completados con “Los Títulos” todos los 15 y 45 minutos. *Europe Daily* daría el mayor acontecimiento europeo y *Sports Daily* mostraba el mejor momento deportivo. La revista *Pages* se ocupaba del mundo de los negocios, las diversiones, las ciencias, las tecnologías etc, entre otros programas.

El resto de la parrilla de programación no cambió, pero había una larga variedad de programas cada día. El diseño fue también modificado, con una nueva presentación de los boletines de información. Respecto a las novedades dos fueron los nuevos programas, uno de ellos, volcado en especial en temas europeos:

- *Alpe Adria*: Una serie de revistas sobre las regiones alpinas y mediterráneas de Europa.
- *Alice*: Una serie sobre la juventud europea: sus problemas y posibilidades.

Pero a partir de enero de 1995 salieron a la luz nuevos programas. Esto nos da cuenta del afán de renovación y de constante actualidad de la cadena.

Igualmente, a finales de 1995 Euronews decidió variar la parrilla de programación y en definitiva la estructura de la cadena<sup>14</sup>

La programación y sus cambios reflejaban toda la anatomía financiera y comercial que se escondía detrás de cualquier cadena de televisión para superar y seguir estrategias evitando pérdidas. Así se dejaba entrever en esta información: “*Euronews said that it is preparing itself for a “re-launch” of the channel in January, following a long period of struggling to overcome mounting losses*”<sup>15</sup>

*Eurozoom* era un programa que observaba los acontecimientos a través del mundo, de la forma en que los percibía Europa. Cada semana, el viernes y el sábado, el programa cambiaba su objetivo hacia un acontecimiento en la primera plana y mostraba cómo éste mismo era recorrido en diferentes lugares del continente. Su horario era el siguiente: los viernes 20:45, 22:15, 23:45, 01:15h; el sábado: 08: 45, 11:15 h.

*Humanite* constaba de una serie de magazines que abordaba los principales asuntos

---

<sup>14</sup> En *INFO Cable et Satellite*. 5/10/1995)

<sup>15</sup> En *Nord Eclair*, 10 de febrero de 1996

que afectaban a la humanidad al comienzo del tercer milenio. El programa cubría una serie de temas relacionados con la ayuda bien fuera de la conservación del medio ambiente, de la ayuda humanitaria, etc... Es decir, con aquellos temas de actualidad en los que se descubrían los aspectos del mundo más necesitados de ayuda o protección. Su horario era los jueves 08: 20, 19:46, 23:16 h.

*Agrinova* fue el primer magazine semanal sobre la industria agroalimentaria europea. Cada emisión trataba sobre un tema de actualidad de interés para los agricultores europeos, por ejemplo, las nuevas tecnologías en este campo. *Agrinews*, por su parte presentaba hechos, comentarios y entrevistas. En *Agenda*, las citas importantes como salones de exposición y mercados a través del continente, y un boletín de meteorología especialmente dedicado a los agricultores, con las previsiones para los cinco días venideros. Martes: 08:20, 11:45, 19:20 h. Domingo: 07:45, 12:15, 16:45, 22:50 h.

*Montagne* estaba dedicado al turismo y al deporte, pero contaba también con temas de ecología, pruebas físicas, etc...Programas como este, estaban coproducidos con otras televisiones, en este caso con *France 3* de Grenoble. Otros temas, como aspectos de interés para el consumidor, o programas informativos de variados temas eran, por ejemplo, los que ofrecía *Label Europe* que comenzó su primera gran serie con unas producciones orientadas a los consumidores europeos y a los problemas a los que habían de enfrentarse.

El sector audiovisual iba teniendo una importancia creciente. Esto se reflejaba en los numerosos foros de reflexión e investigación que iban organizándose. En Euronews, también se observaba este interés. Por ejemplo, como sucedía con La Escuela para el Empresario del Audiovisual. Dicha Escuela estaba organizada por la Comisión Europea para los productores de los Estados miembros de la Unión Europea, Escandinavia y Suiza, y tenía lugar todos los años en tres ciudades diferentes de Europa. *Cinema* presentaba su trabajo que se ilustraba por medio de dos extractos de películas en cuya producción había participado la Escuela. Por ejemplo “Orlando” de Sally Potter y “Toto Les Hotos” de Jace van Dormael.

1994 había sido un año significativo en el campo audiovisual europeo. En numerosos foros, la Directiva Televisión sin Fronteras fue un tema de debate y se puso de nuevo sobre el tapete de la mesa de Bruselas.

También fue un año que dejó huella en Euronews. En Francia apareció un canal de televisión por cable, LCI, filial de TF 1, fue el pretexto para desencadenar una violenta ofensiva política y periodística contra Euronews (González Martín, 1995)

En la difusión por cable en Francia, Euronews tenía asignado el canal 7 por lo

que entraba en la oferta de canales gratuitos. Pero esta situación se truncó cuando se vio desplazado al canal 19 (pasando así a ser de pago); es decir que los espectadores que quisieran continuar recibiendo Euronews debían de pagar un suplemento.

A pesar de todos estos inconvenientes, la aparición de LCI supuso un cambio en la programación de Euronews que se vio obligada a ser más competitiva. Ofreció, por ejemplo, una ampliación de la oferta de programas, muchos de los cuales se pudieron ver a partir del primer trimestre de 1995, y se incrementó el número de programas especiales. Por ejemplo, las emisiones en directo de la entrega de los premios Príncipe de Asturias, la Bienal de la Danza de Lyon, los festivales de cine europeos de clasificación Así como diversos actos que tuvieron lugar en Lisboa con motivo de ser en aquel momento la capital europea de la cultura.

En 1996 tuvo lugar otra variación en la parrilla de programación. En relación a los cambios en la programación, en febrero de 1996 se renovó parte de la plantilla ver: “Euronews, la relance”<sup>16</sup> “*Euronews investiert in neue Programmstruktur*”<sup>17</sup>, “*Un nouvel habillage pour Euronew*”. La prensa europea se hizo eco de estas modificaciones en la cadena que tenían por objetivo hacerla más competitiva y así se reflejó en numerosos artículos haciendo ver el espíritu de renovación y nuevo impulso<sup>18</sup>.

Este cambio tuvo lugar como consecuencia de la puesta en marcha de un nuevo espíritu relanzador de la cadena de manos del nuevo cargo de director comercial, el Sr. Michel Cross. El 8 de febrero de 1996 Euronews inició una serie de cambios en la programación con tres objetivos fundamentales:

- a) Se trataba por un lado de conseguir un telespectador fiel a determinados

---

<sup>16</sup> En *Kabel & Satellit*, 19 de febrero de 1996

<sup>17</sup> En *Pum Francaise* de 9 de febrero de 1996

<sup>18</sup> Estos son algunos ejemplos más de ello: Barns Productions fait miroiter Euronews, Euronews change de look, *Newsletter*, 25 de abril de 1996, La chame européenne d’information continue basé A Lyon présentera demain sa nouvelle habillage, en *Ecran total*, 15 de marzo de 1996, nouvelle grille de programmes d’Euronews, *Le Quotidien de Paris*, 14 de febrero de 1996 y ver también *Le Monde*. 12 de febrero de 1996.

Relaunch but still no anchors for Euronews en *The European*: 8-14 de febrero de 1996, Euronews relauches with stripped schedules, en *New Media Markets*, 26 de enero de 1996. Tras tres años de vida, el canal europeo de noticias vía satélite comienza su relanzamiento y estrena nueva programación en *ABC*, 19 de febrero de 1996, Euronews estrena nueva parrilla tras tres años de vida, en *El Periódico de Catalunya*, 12 de febrero de 1996.

programas y a determinadas horas <sup>19</sup>.

- b) Se presentaba también un incremento de programas de análisis de noticias en lugar de los hasta entonces boletines cortos y magazines.
- c) Los deportes obtenían un mayor protagonismo en esta nueva etapa, sobre todo los fines de semana con el lanzamiento de una nueva sección.

Los posteriores cambios en la programación se dieron en marzo de 1997. Poco antes de que se incluyera el árabe como lengua de difusión en Euronews. La última y más fuerte apuesta de Euronews fue la de ofrecer una programación más comprimida “en píldoras” y reforzando los informativos en horas de mayor audiencia. Esta nueva línea aparecía concretamente el 17 de marzo de 1997, con la intención de “ampliar la cobertura en las horas de prime time en Europa”. “Los informativos habituales de cada media hora se ampliaron con más noticias de actualidad. Este reforzamiento de los informativos parte del director de información, el belga Johan Op de Beek ,incorporado a la cadena a finales de 1996 <sup>20</sup>.

#### 7.4.4- Las transmisiones en directo de Euronews

Una de las características del poder de lo audiovisual es la capacidad de hacer llegar la imagen en el mismo momento en que se produce una acción. El directo tiene una fuerza de convocatoria innegable. Desde el punto de vista del espectador de televisión, el poderse situar delante de la pantalla como si se tratara de una ventana, creaba una fascinación y un realismo innegable. En el campo de la actividad política, esto sucedía cuando por ejemplo las sesiones plenarias se retransmitían en directo. Así que se trataba de una emisión institucional, ya que no se le daba el tratamiento periodístico como cuando se incluían las noticias políticas dentro de un programa informativo.

La emisión en directo, por otro lado, modificaba en cierto modo el acontecimiento: la actitud de los participantes, sus intervenciones, la forma de organizar el discurso, etc... Desde el punto de vista político y periodístico, existía un alto grado de sensibilización ante el tratamiento audiovisual de un acontecimiento de estas características

---

<sup>19</sup> Así aparece en la revista *News Media Markets*: First, the channel will strip-schedule strands of programming in a bid to build viewer loyalty. It hopes that viewers will tune in at the same time each day for watch strands devoted to arts, social and political affairs and science, health and the environment, January 25, 1996.

<sup>20</sup> En: *Deia*, 17 de marzo de 1997, pg.65

(Huertas,1994). Esto se debía a que se trataba de sesiones importantes de gran interés político a las que asistían las figuras más relevantes de los partidos políticos y porque además eran seguidas por un gran número de posibles votantes.

La retransmisión en directo de los plenos evitaba la interpretación de los medios, pero su materialización en imágenes implicaba ciertos criterios de realización. Huertas precisamente era el realizador de las emisiones en directo del Pleno español y por ello constataba cómo era necesario adoptar una postura flexible que permitiera mostrar en cualquier momento los aspectos más relevantes de lo que en el hemiciclo acontecía, manteniendo el equilibrio entre los protagonistas de los distintos puntos de interés.

Como concepto general, el directo participa de una captación selectiva de la realidad. La toma en directo no funciona pues como mera captación de imágenes, sino que participa también de una actividad electiva e interpretativa. Además, las cámaras eran las que producían en ocasiones los sucesos que luego se retransmitirían en directo. De alguna manera, la cámara de televisión modificaba la realidad. El directo, en general, se utilizaba en ocasiones importantes y esto representaba una de las mayores fuerzas y atractivos del medio televisivo.

Euronews, además de las sesiones plenarias del Parlamento Europeo, retransmitía en directo las elecciones correspondientes a cada uno de los países comunitarios. Para ello, se formaba un grupo de trabajo “ad hoc” para la ocasión. Como Euronews no utilizaba cámaras, existían unas cabinas especiales para estos eventos (una para cada idioma). En cada una de ellas, el periodista poseía un monitor por donde se le enviaban las imágenes y un micrófono.

La evolución de los programas informativos en televisión, surgida hacía pocas décadas, había estado dominada por el apremiante deseo de lograr el directo, por reducir, el intervalo acontecimiento-transmisión, antes mencionado. Aunque una vez logrado el directo a nivel técnico a escala planetaria, la llegada a la Luna incluida, no fuera siempre periodísticamente posible, políticamente oportuno o conveniente para el horario de la programación (Torán ,982).

En los inicios de la televisión, el directo sólo se realizaba desde el estudio. Esto se traducía en cabezas parlantes y entrevistas. Las imágenes del exterior tenían que venir a través del cine. Todos los estudiosos de la televisión coincidían en considerar las emisiones en directo sin registro previo como la cualidad específica más apreciada de este medio de comunicación social (Torán,1982). La fascinación que suscitaba la pantalla de la televisión en el preciso instante de su acontecer no solía ser igualada por ningún otro

medio. Según observaba Aranguren: “Es evidente que la mayor parte de las informaciones que se transmiten por los medios de comunicación de masas consisten en naderías. Pero cumplen una función psíquica. Asistir, estar presente, verlo con los propios ojos es algo que, respecto de cualquier otro acontecimiento, ha atraído siempre a la curiosidad humana y verlo mientras está ocurriendo”

El poder asistir al desarrollo de los hechos, con la prolongación del radio de acción de los ojos mediante la tecnología de la televisión, conllevaba una profunda alteración del concepto de noticia. Aunque, como hemos señalado, la imagen en directo era muy impactante, el comentario a posteriori siempre era bien recibido porque esclarecía y completaba los hechos; es decir, los contextualizaba. Por ello, tenemos que tener en cuenta la importancia de la tarea de los profesionales de la información. Para el espectador, los hechos vistos por televisión eran la realidad misma, y más aún si estos hechos se presentaban en directo; pero tenemos que señalar que hasta en el directo existe una selección de la realidad. Esta selección venía dada por el realizador del programa que proponía un determinado encuadre, la angulación, el tipo de plano, entre otros elementos que no representaban sino puntos de vista.

Todo ello suponía la actuación propia de un operador que interpretaba los hechos visibles enmarcándolos dentro de un orden espacial, respetando su temporalidad. La experiencia que tenía el espectador era, en el fondo, una experiencia mediada.

Las retransmisiones en directo sobre acontecimientos europeos formaban parte de las actividades principales de la cadena. Las instituciones europeas se habían dado cuenta de la importancia de las mismas y así según un comunicado de Euronews y a la vista del éxito obtenido con las emisiones en directo que se habían realizado desde el Parlamento Europeo y la Comisión de Bruselas, el Consejo de Europa había solicitado que Euronews cubriera también sus sesiones más significativas. Las primeras transmisiones se realizaron el 7-8 de octubre de 1993, con motivo de la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de los 29 países miembros. En esta Cumbre se debatiría el papel del Consejo en la nueva Europa y las acciones previstas para reforzar la democracia y el respeto debido a los derechos humanos <sup>21</sup>.

A lo largo del primer año de emisión, se realizaron un total de 43 retransmisiones en directo. De estas, 22 correspondían a temas referidos a la política e instituciones de la Unión Europea. Se trataba de cifras significativas que revelaban la importancia que

---

<sup>21</sup> Ver: Comunicado de Euronews, lunes 30 de agosto de 1993.

Euronews concedía a los acontecimientos que se producían en el proceso de integración europea y las noticias que se producían en el propio seno de la Unión. El 6 de mayo de 1994, por ejemplo, Euronews retransmitió en directo la ceremonia de apertura del “Eurotunnel”. El 9 de mayo de 1994 tuvo lugar -El Festival de Europa- un programa especial con celebraciones de acontecimientos especiales y entrevistas a través del continente europeo.”Se incluían programas especializados sobre finanzas, deporte, ocio, ciencia, viajes, tecnología y actividades de las Instituciones Europeas y retransmisiones en directo sobre los acontecimientos europeos y mundiales de mayor importancia <sup>22</sup>”

En los medios convencionales, incluso en los servicios informativos de televisión, dotadas las noticias con registros de actualidad, aunque hayan sido realizados momentos antes, existe una manipulación de los hechos para convertirlos en noticia. “Sin manipulación no hay noticia, sino simplemente hechos” (Martínez Albertos,1977:33).

Roderick (1994) explicaba que la cobertura televisiva de la política producía una “sensación de saber” distorsionada. La televisión hacía ver la política de una determinada manera, pero además, según el autor, nos hacía “ver el ver” de una manera determinada. La televisión nos decía, de modo creciente y acumulativo, que la política podía reducirse a imágenes. La televisión confirmaba un modo especial de ver y de ahí un modo especial de conocer. Todavía más importante, la televisión apoyaba un especial conjunto de sentimientos. Aseguraba el autor que la televisión, en particular la emisión en directo estimulaba la “arrogancia del ojo” que ocultaba al telespectador el rol que desempeñaba en la selección y proyección de las imágenes. (Roderick,1994:54)

Con todo ello, tenemos que apuntar que las imágenes sin la explicación correspondiente no adquieren el verdadero valor que les corresponde (Torán,1988). El comentario a posteriori es siempre bien recibido, por su dimensión esclarecedora de los hechos. Y es que el acontecer real, con la simple contemplación, raramente revela las claves que lo explican (Torán 1988:133)

#### **7.4.5- El Tratamiento de la Información en Euronews**

En el campo de la información audiovisual, la labor interpretativa comenzaba por la selección de las imágenes, continuaba en los diferentes montajes que se realizaban con el material disponible y acababa con la voz en off que explicaba la imagen traducida en código lingüístico al espectador. En la mayor parte de las informaciones de televisión

---

<sup>22</sup> *EL PAIS*, Lunes, 3 de enero de 1994, en apartado de Televisión/Radio.

seguía teniendo más importancia el texto que la imagen en cuanto a la hora de tratar la información y de presentarla ante el espectador.

En todo estudio experimental sobre la capacidad de atención y retentiva del espectador ante un determinado programa de televisión, siempre prevalece el mensaje icónico sobre el lingüístico como señalaba Doelker (1982).

Ya se ha comentado que las imágenes en Euronews se acompañaban de un texto en diferentes versiones dentro del respeto a las peculiaridades de cada idioma. Para cumplir con ello, y con una solución técnica que abaratara considerablemente los costes de producción, los responsables de Euronews habían optado por presentar una información centrada en las imágenes que facilitaban las televisiones asociadas a la UER, que se emitían con locución en off, simultáneamente en los seis idiomas de cada canal, prescindiendo de la aparición de los presentadores.

En el caso de los noticiarios, un comité de redacción seleccionaba los temas más importantes entre todos los proporcionados por las televisiones asociadas a la UER. Posteriormente, los equipos de redacción -alemán, francés, británico, italiano, portugués y español- preparaban los textos, de acuerdo con los criterios de trabajo del canal, que se transmitirían al satélite junto con las imágenes, para su distribución por toda Europa.

Como señalaba Tyner (1993), los documentos audiovisuales son productos cuidadosamente elaborados, sin dejar nada al azar, Por definición no son reales, aunque intentan imitar la realidad. El éxito de estos constructos elaborados reside en su aparente naturalidad. Aunque los documentos audiovisuales no son reales, pueden modelar nuestras actitudes, conductas e ideas sobre el mundo <sup>23</sup>

La objetividad y el equilibrio eran ideales periodísticos, pero los medios no eran objetivos. La noción de objetividad de los medios era una idea relativamente nueva. Hasta la primera mitad del siglo XX, el público no esperaba que los medios fueran objetivos. Conocían uno u otro periódico y lo compraban de acuerdo con sus propias convicciones ideológicas. El contenido de un producto audiovisual que pretendía ser objetivo podía ocultar implícita o explícitamente valores o ideologías. Casi todos los contenidos de los medios mantenían un “statu quo” social o vendían un estilo de vida consumista.

En cuanto al tratamiento de la información, en televisión existía una diferencia respecto a la emisión de publicidad en los informativos dependiendo de si se trataba de

---

<sup>23</sup> Para ampliar características de la información audiovisual ver como interesante y fundamentalmente didáctico: Tyner, K (1993) Conceptos clave de la alfabetización audiovisual, en Aparici (1993)

cadena públicas o privadas. Las emisoras privadas defendían la emisión de publicidad en los informativos ya que gran parte de su beneficio provenía de ello. En este sentido, Euronews no emitía publicidad entre las noticias. El espacio reservado a la misma era una franja horaria muy breve. Determinadas compañías aéreas y sobre todo avances de sus programas era el tipo de publicidad que se podía encontrar en Euronews, que quedaba muy lejos en aquel momento de ser una cadena con fines comerciales.

El profesional de la información en general, debido a la rutina del quehacer informativo, tenía una manera de elaborar la noticia un tanto viciada y por lo tanto la información podía aparecer de manera sesgada. El tratamiento de la noticia en el caso de Euronews evitaba en gran manera los fallos o carencias que las rutinas informativas podían llevar consigo en numerosas ocasiones.

A lo largo del día se realizaban en Euronews hasta cuarenta miniconsejos de redacción. Esto significaba que los temas eran analizados realizando un “background” de la noticia o tema en el que el profesional que más datos conocía sobre ese asunto lo ponía en conocimiento de sus compañeros. Al pertenecer a países europeos diferentes, el tema se enriquecía dando lugar a una información donde no había cabida para la opinión y que pretendía ser así lo más objetiva posible. Además, hay que recordar que Euronews carecía de presentadores.

#### **7.4.6- El carácter estratégico de la programación de Euronews en Internet**

La información electrónica o las llamadas Autopistas de la Información estaban ya produciendo a finales del siglo XX una verdadera democratización y universalización de las culturas, según algunos autores (Toffler,1994; Molina Mateos, 1994; Serrano Vélez,1995). Por otro lado, otros opinaban que los avances tecnológicos en el campo de la comunicación estaban creando una cada vez mayor desigualdad entre los países. Los mecanismos de que se disponía en aquel entonces para obtener información se extendieron a gran parte del público hacia finales de los años 80 y principios de los años 90, a través de redes libres locales o de la red internacional (Free Net o InterNet). Recordemos que los primeros sistemas informáticos surgieron para aplicaciones de defensa en 1969, dedicados a conducir información para que las Fuerzas Armadas pudieran estar sobre aviso de una amenaza nuclear. Hacia 1989, la aparición de la Ciencia con la *National Science Foundation Network* (NSFnet) añadió a la defensa el mundo académico y universitario, las bibliotecas, los seminarios especializados, etc.

Con el fin de la Guerra Fría y hasta el inicio de los años 90, la consolidación de

Internet y de otros FreeNet que se conectaban localmente desde todo el mundo, hacían accesible a toda persona una cantidad ingente de datos y fuentes informativas. A través de estos sistemas se podían obtener, enviar e intercambiar infinitos datos. Sólo se necesitaba un ordenador, un módem y un número de teléfono para conectarse.

Existían opiniones diversas sobre esta revolución del acceso a la información (Molina Mateos,1994). Por un lado, resultaba positiva esta mayor interconexión entre culturas diferentes y no cabe duda de que la comunicación y el intercambio de información facilitaba y mejoraba el conocimiento entre las personas. Por otro lado, como decíamos, también se podían incrementar las desigualdades. Además, el acceso a las redes de datos y a las nuevas tecnologías no había logrado aún un desarrollo suficiente como para que pudiera estar al alcance de la mayor parte de la población del planeta.

Era previsible que, como sucedió con la radio o la televisión, estos sistemas se universalizaran y naturalmente se abarataran los precios. La desigualdad asociada desde antiguo con los ingresos económicos empezaba a asociarse con factores tecnológicos y controles políticos y financieros del conocimiento. La afirmación de que ‘saber es poder’, se renovaba concluyentemente, llegando a ser la información y su tratamiento un imperativo de soberanía. Se comentaba (Molina Mateos,1994:22) que la creciente dependencia del poder respecto de la información podía constituir el eje central del enfrentamiento político internacional.

Algunos autores como Toffler (1994) constataban que en el nuevo tipo de sociedad se asistiría a un cambio en la estructura de poder. Se crearía un mundo dividido en tres civilizaciones distintas: La primera simbolizada por la azada; la segunda, por la cadena de montaje; y la tercera, por el ordenador. Además, esta complejidad requeriría de un mayor intercambio de información entre sus diferentes unidades: empresas, universidades, hospitales, asociaciones, entidades oficiales, etc... Esto suponía una necesidad de telecomunicaciones, redes, ordenadores, etc.... Los países de tecnología avanzada se verían empujados hacia las hiperconexiones. A diferencia de los Estados agrarios, las “posnaciones”, como llama Toffler (1994) a las zonas más avanzadas, no necesitaban un territorio adicional. No requerían vastos recursos naturales propios. Las naciones de la época postindustrial vendían al mundo innovación, información, cultura popular, tecnología avanzada, programas informáticos, educación, asistencia sanitaria, servicios financieros, etc....(Toffler,1994)

El mundo de la información había alcanzado mediante la tecnología un papel cada vez más destacado. No sólo porque estar bien informado era necesario y suponía

una ventaja sobre otros actores de la escena internacional, sino porque la información no llegaba o se recibía de forma unidireccional como en épocas anteriores y no muy lejanas, sino que se producía un “feed-back” y esto era lo que constituía una verdadera revolución.

De ahí que la prensa escrita no hubiera perdido el tiempo en establecer su versión electrónica. Posteriormente, lo harían las radios y las cadenas de televisión. Euronews pretendía con su página en Internet encontrar un foro donde el espectador pudiera expresar sus opiniones, dudas y dejar mensajes acerca de los temas que les eran de interés y en cuanto a la cadena, y anunciaba el “feed-back” del que hablábamos anteriormente. Las opiniones de la audiencia se veían reflejadas en la sección destinada al espectador. Era también una variante interesante para el investigador puesto que nos sitúa en los puntos geográficos de recepción y en los diferentes problemas que se suscitaban entre la audiencia. De la misma manera, la utilización de la red estaba en relación con la televisión, de manera que la convergencia entre televisión y ordenador era cada vez más patente. El uso de la World Wide Web (WWW) iba en aumento y así se ha constatado en los años posteriores (ver evolución en Anexo, gráfico nº 2)

El contenido de los programas era un factor esencial en la competencia mundial puesto que el público seleccionaba los productos que consumía en función de los contenidos y no de la tecnología que los transportaba. Como consecuencia de esto, el potencial de un operador multimedia estaría directa y decisivamente determinado por los derechos audiovisuales que hubiera podido adquirir en exclusiva.

Uno de los mayores retos de cualquier operador era la estructuración de un catálogo de programas suficientemente atractivo para el segmento del mercado en el que operaba, y a la vez, promover directa o indirectamente una capacidad de producción que asegurara al mismo tiempo el suministro continuo de numerosos productos y la flexibilidad para adaptarse rápidamente tanto a la mudanza de los gustos del público como a las variaciones impuestas por los avances tecnológicos.

Este valor estratégico era el que explicaba la evolución y los movimientos accionariales acaecidos en la industria de la producción de programas, puesto que los operadores más poderosos del mercado mundial, como eran los grandes fabricantes de equipos y los operadores de telecomunicaciones, intentaban controlar los más importantes catálogos de productos audiovisuales. Esto había provocado una tendencia a la integración vertical de los organismos y empresas que tenían relación con la difusión de programas audiovisuales, tanto en la fase previa respecto a la producción de los mismos,

como en la fase posterior en relación con las tecnológicas de acceso condicional y a los equipos de recepción individual y colectiva (Serrano Vélez,1995:8-9).

La conclusión de este movimiento parecía ser la constitución de grandes grupos de comunicación multimedia en los que participaban tanto operadores de telecomunicación como los propietarios de los catálogos de programas y fabricantes de equipos profesionales y domésticos, en un horizonte cada vez más desregularizado y ajeno a la presencia de empresas estatales. Los programas eran la fuente y la razón de ser de toda la industria audiovisual, por lo que al basarse este sector en la selección individual de los contenidos por parte del consumidor y no directamente en la decisión de los programadores y patrocinadores era importante determinar los contenidos que permitieran que cada programa encontrara su público, y cada producción el segmento de mercado que le permitiera alcanzar rentabilidad. Teniendo en cuenta hacia donde iban las tendencias, la oferta de Euronews podría formar parte de una oferta multimedia más amplia en Internet.

Desde el punto de vista cuantitativo, el lanzamiento de nuevos servicios tenía que estar apoyado en una masa crítica de programas que constituyera un catálogo coherente en relación con el segmento de mercado escogido, y en la capacidad productiva de renovar dicho catálogo continuada y satisfactoriamente. Hay otro aspecto característico en los productos audiovisuales que dejaba ver también su valor estratégico y que provocaba su difícil ajuste en cualquier negociación relativa a intercambiar servicios y mercancías en el marco de la integración económica internacional.

Este hecho se había dejado ver en las negociaciones de la Ronda Uruguay relativas al desarme arancelario, en el que se había asistido a una defensa vigorosa por parte de algunos países europeos a la excepcionalidad de los productos audiovisuales que impedían su consideración como simples mercancías debido a que eran considerados como vehículos que transportaban valores culturales.

Los contenidos eran, en efecto, el núcleo de la dimensión cultural del sector audiovisual, ya que la industria de programas determinaba en gran medida la proyección cultural de país o de la región donde emana, puesto que transmitía, no sólo el patrimonio heredado, sino también la forma de vida de los ciudadanos en cuanto consumidores de imágenes, textos, y sonidos (Serrano Vélez,1995).

De este modo, se puede señalar que Euronews era la respuesta europea en el campo de la información. Era, por así decirlo, la voz de Europa en el mundo digital.

## 7.5- El mensaje de Euronews, su contenido: el reflejo de una Europa plural con un objetivo común

Comenzaremos diciendo que, en general, cualquier tema tratado en televisión adquiriría por las características del medio, una fascinación enorme. Pross (1980), por ejemplo, recordaba que en general era clara la eficacia de los medios electrónicos y apuntaba, por ejemplo, las charlas radiofónicas de Hitler o las palabras dirigidas por Thomas Mann a los oyentes alemanes desde la BBC en la Segunda Guerra Mundial o la telecracia Gaullista en 1968. Es importante destacar que los efectos más persistentes de los Media no son racionales, sino los emocionales (Pross,1980). Todas las imágenes, por tanto, que transmitía Euronews eran de especial relevancia teniendo en cuenta sus efectos si se utilizaban de forma adecuada. Existían una serie de características que distinguían a la televisión en cuanto emisora de mensajes para comprender y tomar mayor conciencia de la importancia del tratamiento de las informaciones en Euronews y su repercusión final sobre los individuos.

La primera característica era, según Pross (1980), que el aparato receptor vinculaba como mueble lo interno y lo externo de un modo incomparable. El mueble receptor estaba dentro del mundo simbólico familiar, era uno de sus componentes. La simbología transmitida electrónicamente aparecía como un escaparate del mundo, el receptor de estos simbolismos podía imaginarse que estaba mirando hacia afuera, cuando, en realidad, es desde fuera desde donde se televisa. En segundo lugar, los medios electrónicos no sólo diluían la línea divisoria entre “dentro” y “fuera”, sino que estabilizaban, al mismo tiempo, las representaciones sobre el arriba y el abajo, lo claro y oscuro, ya con la construcción misma del sistema.

El aparato receptor era una especie de escenario con una invisible luz reticular en la que se decidía de antemano, con ayuda de luz y sombras, lo que estaba dentro o no del mismo (Pross,1980)

En tercer lugar, puesto que la televisión y la radio podían emitir durante 24 horas, y de hecho, Euronews emitía todo el día de forma continua, esta circunstancia le confería la mayor actualidad.

Euronews adquiriría una significativa transcendencia por cuanto que alteraba los géneros periodísticos o las diferentes secciones tradicionales de cualquier medio. Es decir, la actualidad informativa en un medio de comunicación dado, fuera prensa, radio o televisión, pasaba por divisiones sectoriales referidas al ámbito local, nacional e

internacional. En Euronews la sección de “nacional” abarcaba a Europa en su totalidad e “internacional” era todo lo que sucedía más allá de Europa. La realidad aparecía así alterada.

En relación a los medios de información nacionales, quedaba reflejada su visión supranacional al ofrecer una visión que sobrepasaba a los Estados. Este hecho tiene para nosotros una gran connotación simbólica.

En 1988, dentro del año europeo del cine y la televisión, se celebró en Delfos el Simposio sobre lo audiovisual. En la declaración se decía lo siguiente: “Lo Audiovisual se encuentra en crisis cultural y estamos profundamente preocupados por su porvenir en Europa”<sup>24</sup>

La televisión, por su universalidad y por su tendencia a la hegemonía, se había convertido en un elemento decisivo de la cultura. De aquí se deducía que existía el derecho del público de elegir libremente, lo mismo que los creadores a expresarse con libertad, y de cada uno a enriquecer su personalidad por emociones vividas y compartidas y por el conocimiento. Según la Declaración de Delfos, estos derechos estaban todavía negados o confiscados por fuerzas políticas y económicas para no ser otra cosa que instrumentos del poder.

Euronews constituía, decíamos, el reflejo de una Europa distinta y plural. Mostraba un carácter propio y distintivo como es la diversidad; pero con un objetivo común. El sistema de trabajo de Euronews lo demostraba: cada noticia se emitía en idiomas diferentes pero la imagen era la misma para todos.

Euronews por otro lado, contribuía a la proyección exterior de Europa, por cuanto que constituía una manifestación de la Unión Europea en el escenario internacional.

Con todo esto, queremos destacar su papel para la consecución de una cohesión interna. Euronews cumplía con el objetivo de mantener y conservar la identidad europea.

En cuanto a la búsqueda de una cohesión dentro de la Unión Europea (UE), citaremos la Declaración sobre la Identidad Europea que nació de La Conferencia de jefes de Estado o de Gobierno de la Comunidad de Copenhage de 1973<sup>25</sup>. La Declaración de

---

<sup>24</sup> En: *Simposio sobre lo Audiovisual en Europa* (1988), Delfos, 1988. Año Europeo del cine y la Televisión

<sup>25</sup> Esta Declaración se formulaba, por cierto, en un momento delicado del proceso de integración, después de las crisis monetarias de mayo y agosto de 1971 (flotación del marco y del florín, suspensión por el presidente Nixon de la convertibilidad del dólar, que ponía fin al sistema monetario internacional levantado en la Conferencia de Bretton Woods en 1954).

Copenhage se articulaba en torno a tres secciones: la cohesión de los entonces nueve países miembros de la Comunidad; la identidad europea en relación con el mundo; y el carácter dinámico de la construcción europea. En la citada Declaración sobre la Identidad Europea. (Cumbre de Copenhage de 14 de diciembre de 1973), se citaba que -la cohesión- es uno de los factores determinantes del proyecto europeo: “Los nueve Estados europeos a los que su pasado y la defensa egoísta de sus intereses mal entendidos pudieron llevar a la división, deciden unirse elevándose al nivel de las necesidades europeas fundamentales, para asegurar la supervivencia de una civilización que les es común”.

Y continúa citando que poseen una cultura en común: “compartiendo una misma concepción de la vida...”. También se citaba la voluntad de proteger todas las identidades que coexisten en Europa: “Preocupados por preservar la rica variedad de culturas nacionales”. La búsqueda de una identidad europea pasaba por la búsqueda de un objetivo común, pero sin perder los rasgos distintivos de cada uno de los componentes: “Esta variedad de culturas en el marco de una misma civilización europea, la adhesión a valores y a principios comunes, esta conciencia de poseer en común intereses específicos, dan a la identidad europea su carácter original y su dinamismo propio”. El ámbito internacional era el que marcaba el ritmo del proceso comunitario, así: “Si en el pasado, los países europeos han representado individualmente, en la escena internacional, un papel mayor, los problemas internacionales actuales difícilmente pueden ser resueltos por cada uno de ellos solos (...) La concentración creciente de los poderes en manos de un muy pequeño número de grandes potencias implica que Europa es una”. Se destacaba también el carácter dinámico del proceso comunitario: “La identidad europea está llamada a evolucionar en función de la dinámica de la construcción de Europa”. En las relaciones exteriores, se dedicarían a definir progresivamente su identidad con respecto a otras identidades políticas.

Al hacer esto, tenían conciencia de reforzar su cohesión interna y de contribuir a la colaboración de una política propiamente europea. Truyol (1994) señalaba que, aunque las notas características enumeradas eran ante todo jurídicas, éstas resultaban de una concepción de la vida común. Superada la época colonial, la Europa comunitaria se concebía a sí misma como un factor de cooperación, y, por ende, de paz, en un entorno mundial más necesitado de ésta que nunca, dado el alcance de las dificultades que le acechaban.

La conclusión no era otra que el carácter dinámico de la construcción europea, bajo el doble impulso de los factores exteriores e interiores conjugados (Truyol,

1994)

Los programas de televisión aparecían como presentación hacia el exterior. Actuaban como tarjeta de visita y por su actividad y fundamentación, Euronews era el reflejo de la UE en el mundo. Nos gustaría señalar en este punto el Informe Tindemans sobre la Unión Europea de 29 de diciembre de 1975, donde se citaba que la Unión Europea implicaba que “nos presentamos unidos ante el mundo exterior. Nuestra acción debe hacerse común en todos los campos esenciales de nuestras relaciones externas”. En la Declaración solemne sobre la Unión Europea, por su parte, aprobada por el Consejo Europeo de Stuttgart el 19 de junio de 1983, se declaraban algunos objetivos como los que siguen:

- a) Se confirmaba el empeño en “progresar en la vía de una unión cada vez más estrecha entre los pueblos y los Estados miembros de la Comunidad, fundándose en la conciencia de una comunidad de destino y en la voluntad de afirmar la identidad europea”.
- b) También se señalaba que el objetivo era “promover una cooperación más estrecha en materia cultural para afirmar la conciencia de una herencia cultural común en cuanto elemento de la identidad europea”.
- c) Dentro de la cooperación cultural se destacaba el ámbito de los medios audiovisuales: “El examen de la posibilidad de promover actividades comunes en los sectores de la difusión cultural, en particular de los medios audiovisuales”.

La manera de presentarse unidos en el escenario internacional pasaba por poner en marcha una adecuada política en materia de Medios Audiovisuales, ya que se trataba de un sector en expansión que necesitaba encontrar un espacio en el mercado audiovisual internacional y que constituía uno de los retos para que Europa estuviera representada en el exterior con una personalidad propia. Euronews era el único proyecto que cumplía una función capital como promoción de la imagen de Europa en el ámbito internacional.

La identidad europea se defendía dentro del ámbito industrial, pero sobre todo en el campo de las nuevas tecnologías. Estas se habían convertido en uno de los factores principales en los que se apoyaba la recuperación de la industria europea que había comenzado hacía una década.

En los años noventa, este factor había aumentado su importancia, dado que las compañías europeas se enfrentaban a una competencia cada vez más fuerte de los EEUU, Japón y de los países del Pacífico. La clave del éxito económico sería cada vez

más la capacidad de aprovechar las últimas tecnologías en todos los sectores, como las telecomunicaciones. El sector cultural de la Comunidad Europea era de importancia clave para el futuro de Europa como entidad tanto económica como cultural.

### 7.5.1- La mirada puesta en los países del Este

Desde 1996 se empezó a desarrollar en Euronews un interés hacia la información sobre los países del Este de Europa coincidiendo con la celebración de la conferencia intergubernamental. Desde Alemania se miraba con más preocupación a los antiguos países comunistas, y desde Francia, Grecia o España, a los países árabes <sup>26</sup>.

La atención hacia el Este se había visto consolidada por varios factores: la guerra de Kosovo en 1999; la futura ampliación y los debates que suscitaba en la Unión Europea; y finalmente la retirada de la ayuda que la Comisión Europea ofrecía para la emisión en árabe en marzo de 1999.

### 7.5.2- La construcción de la Paz en Europa como objetivo y la defensa de la pluralidad lingüística y cultural en Europa

Los reportajes que emitía Euronews de tipo histórico-documental mostraban la construcción de una Europa que se iba conformando de forma progresiva, aunque no exenta de problemas. La información pretendía ser completa y no perseguía el sensacionalismo y los niveles de audiencia de escenas de conflictos.

La emisión de carácter multilingüe y los diferentes espacios dedicados a distintas zonas de Europa perseguían el objetivo de mostrar la variedad y riqueza cultural del continente. Esta característica no aparecía como un “hándicap” sino que pretendía ser el reflejo de la idea de coexistencia de diversas formas e idiomas y demostrar que la unidad y la diversidad eran dos procesos que se daban de forma simultánea. Los temas culturales, por otro lado, y su tratamiento habían convertido a Euronews en un referente.

---

<sup>26</sup> Ver en Declaraciones de Jose Vila Abelló, presidente de Euronews recogidas en: *Diario Levante*. Hemeroteca Virtual <http://www.levante.emv.es/hoy98038/lasso.acgi>. Publicado el día 8 de Marzo de 1999.

### 7.5.3- La proyección de la UE en el escenario internacional y el papel del Parlamento Europeo

Euronews lanzaba un claro mensaje europeo como verdadera alternativa a otros canales de información internacional. El diseño de la programación se ajustaba a la proyección de la Unión Europea como un ente singular en el espacio internacional e incluía reportajes como los siguientes: a) *Europa*: La construcción de la Europa unida. La marcha de las instituciones políticas europeas, sus decisiones y las implicaciones para Europa. b) *Parlamento*: El objetivo que se perseguía era acercar a los ciudadanos los debates políticos y constatar cómo estos ejercían influencia en la vida de diferentes lugares de Europa. c) *Euro*: respondía a todas las preguntas acerca de la nueva moneda y de sus consecuencias en la vida cotidiana de los ciudadanos/as europeos. d) *Pass*: Recogía los temas más importantes referentes al Tratado de Amsterdam. e) *Europeans*: Todo lo que estaba de actualidad en la vida de los europeos, trataba temas de cualquier política.

La televisión constituía un elemento más de protocolo para las instituciones, ya que su papel consistía en dar realce a las mismas y a la vez las perpetuaba.

Y es que las imágenes, podían adquirir un valor simbólico y contribuir decisivamente a la solidez de las instituciones (Torán,1998).

Es este aspecto el que queremos destacar para hacer referencia a las imágenes del Parlamento Europeo y de otras instituciones comunitarias que tenían en Euronews un medio de expresión. La retransmisión de imágenes correspondientes a las instituciones europeas reforzaba la imagen de las mismas y, por consiguiente, salían consolidadas como elementos impulsores de la Unión Europea. El telespectador poseía así una imagen mental de tales instituciones. En concreto, la del Parlamento Europeo constituía la expresión más viva de la democracia, pieza clave de la construcción europea. Nos detendremos un momento para comentar algunas notas sobre las instituciones de la UE y principalmente, sobre el Parlamento Europeo.

En relación a lo audiovisual, en 1988 el Parlamento Europeo expresó por primera vez la necesidad de definir una política europea en materia de comunicación. Este primer intento no encontró, sin embargo, demasiados resultados en la práctica y en 1992 volvió a hacer un intento afirmando en una resolución que el intercambio de informaciones y de programas transfronterizos favorecería la integración europea. (Alvarez Monzoncillo, Iwens ,1992).

El apoyo a la cadena Euronews, por parte, de esta institución había sido la más clara. En un Informe aprobado por el Parlamento Europeo se señalaba precisamente el apoyo que se le debía de dar a las cadenas públicas europeas y a los proyectos de televisión propiamente europeos que estaban en la línea de lo que hemos venido definiendo <sup>27</sup>.

Se solicitó que se ayudara financieramente a las cadenas públicas europeas de televisión “Arte” y “Euronews” y se mostraba partidario de que las transmisiones de grandes acontecimientos, sobre todo los deportivos, pudieran ser otorgados a las cadenas públicas y no ser objeto de derechos exclusivos por parte de ciertas cadenas de pago.

La Declaración de los Derechos y Libertades Fundamentales, aprobadas por el Parlamento Europeo el 12 de abril de 1989, establecía que “toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas, en particular filosóficas, políticas y religiosas. El arte, la ciencia y la investigación son libres. Se respetará la libertad académica”. La concentración de medios de comunicación había sido objeto de discusión en la institución parlamentaria ante un posible atentado a la libertad de información, de expresión y del propio periodista.

En relación con los medios audiovisuales, destacaba la Directiva del Consejo de octubre de 1989 sobre el mercado europeo de la radiodifusión conocida por “Televisión sin fronteras”, que partía de una iniciativa del Parlamento y establecía las normas para la libre difusión de las televisiones europeas en los países comunitarios. El Parlamento Europeo se hacía eco de la aparición de Euronews. La primera televisión informativa europea EURONEWS, operativa desde 1993, contaba asimismo con el impulso y el apoyo económico de la UE (Aldecoa Luzarraga, 1994).

El Parlamento Europeo, consciente de la importancia de la imagen y de la televisión, poseía un sector audiovisual muy importante y Euronews retransmitía en directo las sesiones parlamentarias. Un productor de la Eurocámara y otro de Euronews se encargaban de ello. El Parlamento funcionaba como auténtico motor del proceso de integración en Europa. Las elecciones de junio de 1994 que se celebraron para elegir a los 567 diputados del Parlamento Europeo supusieron un cambio respecto a las anteriores. En primer lugar, respecto al contexto político internacional y europeo, fueron las primeras elecciones después de la caída del muro de Berlín. Respecto a su propia naturaleza, eran también diferentes por cuanto que esta institución desempeñaba un papel diferente en el

---

<sup>27</sup> Fuente: *Tribuna del Parlamento Europeo* (1996), agosto-septiembre, Año IX, Número 8

sistema institucional, respecto a su composición y, en especial, por los desafíos fundamentales a los que se enfrentaba la UE y en el que el Parlamento tendría más responsabilidades.

La Unión Europea tenía un reto pendiente que era el de dotarse de una constitución democrática donde se reforzarán su legitimidad democrática y su peso político y que le correspondería al Parlamento participar en esa responsabilidad. “El Parlamento tiene la ambición de configurar una Unión Europea fuerte, coherente y responsable que sirva de polo de estabilidad en nuestro continente y en el mundo” (Aldecoa Luzarraga,1994:19). En cuanto a los desafíos a los que se enfrentaba el Parlamento, queremos destacar la acción decisiva del medio televisivo como instrumento para profundizar y consolidar la cohesión económica y social comunitaria.

La entrada en vigor del Tratado de Maastricht el 1 de noviembre de 1993 supuso una ampliación de poderes para el Parlamento que le permitía participar en gran parte de la función legislativa.

También habían mejorado sus instrumentos de control, así como los de reconocimiento y respeto de los derechos de los ciudadanos de la Unión. El procedimiento de codecisión establecía un auténtico diálogo entre el Parlamento y el Consejo con el fin de que ambas instituciones llegaran a un acuerdo. En el apartado 3 del Tratado se examinaban las características del Parlamento Europeo en las anteriores legislaturas y los retos que se planteaban en la cuarta como decisoria por cuanto que se enfrentaba con los desafíos (señalados en el apartado 4) y que eran los siguientes:

1- Desde el punto de vista económico: la puesta en marcha de la unión económica y Monetaria, la aplicación del plan de crecimiento, competitividad y empleo y la implementación de un presupuesto económico acorde con las ambiciones que implica un cambio presupuestario cualitativo.

2- Desde el punto de vista de la presencia en el mundo, la transformación de la Política Exterior y de Seguridad Común en política exterior con más elementos que la configuren como auténticamente común, habría que definir también la política de defensa común y su relación con la UEO y la OTAN; la participación en Naciones Unidas debería ser distinta a la que tiene en la actualidad; y la Unión abordaría la ampliación de los países de Europa Central y Oriental. En estos diez años de estudio del canal precisamente se fue madurando la adaptación al acervo comunitario de varios países del Este y Centro de Europa y se produjo la mayor ampliación de la UE con la incorporación de 10 países al mismo tiempo cuyo nuevo estatus como miembros de la UE entró en vigor en 2004. (Ver

en Anexo el gráfico nº 5)

3- En materia de modelo social, tendría que racionalizar las políticas sociales y sectoriales de los Estados miembros y definir, ampliar y profundizar las políticas públicas comunes de este carácter.

4- Regenerar el medio ambiente y profundizar y consolidar la cohesión económica y social comunitaria.

5- En cuanto a la seguridad y asuntos de interior se tendrían que comunitarizar muchas de las cuestiones que en 1994 estaban confiadas a la cooperación intergubernamental del Título VI del Tratado de la Unión Europea, como era la voluntad decidida a ir hacia una política de inmigración común.

6- Una de las novedades de la cuarta legislatura era el reconocimiento político de las regiones; por ello habría que reformar algunos supuestos como la desaparición de la Administración Local en el Comité de las Regiones.

7- La profundización democrática que hiciera más transparente el sistema institucional de la Unión <sup>28</sup>

El Parlamento Europeo aparecía como instrumento fundamental y motor de la transformación de la Comunidad en Unión. Así, señalaba Aldecoa (1994) que el Parlamento desde que fue elegido por sufragio universal directo en 1979, había tenido como objetivo fundamental el de transformar la Comunidad Europea en Unión Europea.

Un aspecto fundamental para que se produjera el cambio de la Comunidad en Unión era la ciudadanía. En este sentido, queremos destacar el papel de Euronews como elemento conformador de una conciencia común, de un sentimiento de pertenencia a un entorno común; la Unión Europea, como expresión de pluralidad y diversidad, pero al mismo tiempo de unidad respecto a un proyecto común.

La ciudadanía de la Unión aparecía, como indica Aldecoa (1994), como una aportación original del Parlamento Europeo, un organismo que precisamente era el que más había apoyado la aparición de Euronews <sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Para ver ampliados los datos sobre este sistema y sus peculiaridades ver Aldecoa (1994:24).

<sup>29</sup> Para constatar el contenido y significado político de la ciudadanía europea, ver Aldecoa (1994 :35) y sobre la ciudadanía en el Tratado de la Unión ver *ibidem* pg 36 y 37.

## 7.6- Resumen

Dentro de los canales de televisión de carácter internacional, Euronews poseía unas características peculiares que hacían que ofreciera un punto de vista europeo si tenemos en cuenta los aspectos estudiados en este capítulo: su diseño de programación y los contenidos. Se trataba por lo tanto de un canal de televisión que había representado un cambio cualitativo respecto a los que ya existían. En el análisis de su programación hemos podido observar cómo la cadena prestaba una atención especial a las instituciones europeas.

Podemos señalar que su mensaje y su programación respondían a los intereses de la Unión Europea y de los europeos, y que debido a la organización de sus contenidos contribuía a una mayor cohesión de los ciudadanos de la Unión Europea y de toda Europa en su conjunto.

Es de destacar también que Euronews jugaba un papel estratégico para la Unión Europea en el ámbito de las Relaciones Internacionales. Euronews acercaba la realidad institucional europea al ciudadano por cuanto que sus temas prioritarios eran los relacionados con las instituciones europeas. Esto contribuía a la creación de una ciudadanía europea (entendida como un mayor sentimiento de pertenencia a un proyecto común) por cuanto se hacía partícipe al receptor de los acontecimientos institucionales europeos e indirectamente con otro tipo de informaciones como los diferentes magazines y reportajes en los que se daba conocer las facetas de Europa: economía, cultura (en todas sus expresiones: arte, música, danza...) y política con retransmisiones en directo de acontecimientos relevantes como periodos electorales etc.... Todo ello contribuía a un cada vez mayor conocimiento y por lo tanto mayor cohesión entre los propios europeos.

La aparición y la prosperidad de Euronews había sido fundamental para el mantenimiento y refuerzo de la imagen de la Unión Europea en el escenario internacional. Se trataba de una cadena interesada por lo que ocurría en Europa. Suponía una verdadera alternativa a las informaciones enfocadas excesivamente a EEUU o a las centradas en cada uno de los estados europeos de forma individual.

Para los directivos, periodistas y todos los que habían trabajado en este proyecto, el primer día de emisión, ese “estar en el aire”, el hecho de haber exhibido en antena una serie de personajes destacados de la política internacional y del concierto europeo, supuso un gran logro y la culminación de un proyecto.

Además, hemos desarrollado en este capítulo un tema de especial interés, como es el papel que el Parlamento Europeo jugaba dentro de la Unión Europea como promotor

de la consecución de una ciudadanía europea y que por ello esta institución supuso una pieza clave para lograr un impulso y consolidación de la cadena.

## 8- DIMENSIONES DE LA DIFUSIÓN Y DE LA AUDIENCIA DE EURONEWS DENTRO Y FUERA DE LA UNIÓN EUROPEA

“Puesto que no hay culturas absolutas, tampoco hay políticas absolutas. Lo que existen son muchas culturas- muchas verdades- expresándose a través de muchas modalidades políticas y ojalá económicas. No existe una sola solución. No existe una sola panacea universal, separada de la cultura particular de una comunidad, no hay más universalidad que la excentricidad de culturas diversas al entrar en contacto”.

Carlos Fuentes



## 8.1- Introducción

Con la llegada de los canales de televisión especializados y de los sistemas de televisión a la carta, pago por visión etc....la forma de ver televisión estaba cambiando, y también el concepto mismo de la televisión, dándose una transformación de la actitud del espectador. Quedaba atrás, por tanto, una etapa caracterizada por una televisión unidireccional y generalista, hegemónica típica de sus comienzos.

Se ha de decir que el carácter aglutinador y de cohesión social que había tenido la televisión seguiría vigente ya que coexistiría la televisión generalista con los canales especializados. Lo mismo sucedía en la radio, donde existía la radio generalista y la radio fórmula, que estaba especializada (música, noticias...)

Aparte de esto, los informativos se convirtieron en el verdadero elemento aglutinador de la población. El valor de la información y el saberse informado de las mismas noticias creaba el sustrato principal para la formación de un pensamiento común. Según algunos especialistas, desde finales de los años 90 (De Moragas, Garitaonandia, López ,1999; Gómez Amigo,2004; Ruano Y Millán, 2004; Montero,2018), cada vez se hacía más difícil llegar a un gran número de espectadores, debido, entre otras cuestiones, a la tendencia de especialización de las diferentes cadenas.

El capítulo que ahora se presenta, está dedicado al análisis de la difusión y de la audiencia de Euronews; aspectos que son de vital importancia para comprender la posibilidad que ofrecían los mercados de Euronews. Lo interesante al mismo tiempo es que siendo un canal hecho por europeos y para europeos, como se indicaba en su eslogan, Euronews se difundía también por otros continentes.

La evolución tecnológica ofrecía un marco lleno de posibilidades para la difusión de Euronews aproximando a las personas, los pueblos, países y ciudades. Mención especial merece también el satélite español de telecomunicaciones Hispasat, ya que a través de él se difundiría Euronews al otro lado del Atlántico, creándose un nuevo espacio audiovisual lleno de grandes posibilidades de acercamiento entre Europa y América Latina.

Para llevar a cabo el análisis de las partes diferenciadas de este capítulo se ha recurrido a fuentes primarias sobre estudios de audiencia, facilitadas por la propia cadena, así como informaciones y datos aparecidos fundamentalmente en publicaciones especializadas.

En el aspecto de la difusión, se observará que se ha tratado de forma más amplia la estrategia de difusión por América Latina a través de Hispasat, aspecto de gran

interés, ya que precisamente se ponía en marcha casi al mismo tiempo en que la Unión Europea firmaba un acuerdo con el Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay). A este hecho le hemos dedicado una reflexión especial.

## 8.2- Una difusión creciente gracias a la revolución tecnológica y a los nuevos sistemas de televisión

Se parte de la premisa de que la cadena europea a lo largo de estos años de emisión estudiados había tenido una difusión creciente debido sobre todo a la revolución tecnológica propiciada por nuevas tecnologías. Hemos mencionado el sistema de satélites Hispasat, que surgió como resultado de las necesidades de Retevisión y Telefónica a finales de los 80, y que venía a satisfacer, a partir de 1993, aquellas necesidades domésticas de una manera óptima, ofreciendo una sustantiva mejora de las prestaciones a un precio significativamente inferior (Meso,2001). Hispasat entró a formar parte de nuestra realidad cotidiana, abría posibilidades de desarrollo de servicio entre las que destacaba la televisión digital. Durante 1997, además, “la contratación de Hispasat recibió un notable impulso debido a la entrada en servicio de Via Digital el 15 de septiembre” (Meso,2001:97)

Euronews tenía un área de difusión por satélite que se extendía por todo el continente europeo y más allá de éste. Aunque surgió con una vocación de ser una cadena hecha por europeos y para europeos, la difusión tradicional y su área debido a las nuevas tecnologías había cambiado. La tecnología digital, puesta en marcha a partir del 1 de enero de 1999, permitió que Euronews estuviera presente en una oferta más amplia y, por ello, las posibilidades de llegar a más público eran mayores.

A lo largo de los años 90, y desde su primera emisión, la cadena había ido incorporando otros idiomas de emisión con lo que se acrecentaba la difusión. La incorporación del portugués en 1999, por ejemplo, abriría la posibilidad de extenderse a nuevos mercados como Brasil. Además de la variedad idiomática, la difusión también se veía ampliada por la incorporación de Euronews en diversas plataformas digitales y por la entrada en paquetes de programas, nueva modalidad de venta de los productos audiovisuales y que sería, en adelante, el sistema de televisión en todo el mundo.

### 8.3- La estrategia de difusión de Euronews hacia las áreas prioritarias de la Unión Europea

El proceso de integración europea constituía el sustrato sobre el que se construiría Euronews. Desde un principio, y como se ha podido señalar en especial en el capítulo 4, donde se analizan las características y funciones de Euronews, la cadena europea poseía una orientación precisa de ser una alternativa en el espacio audiovisual internacional y proponía un punto de vista europeo. El proceso de integración destacaba por dos facetas: una interior, que se puede traducir en una consolidación de sus instituciones, de la maquinaria y del acervo comunitario; y otra de cara al exterior, que se traducía en acuerdos con otros países o a sus relaciones con otros procesos de integración. Ambas se interrelacionaban de tal manera que puede decirse que eran indisolubles y que una llevaba a la otra y viceversa.

En cuanto a Euronews, al mismo tiempo que dedicaba sus emisiones en el marco del continente europeo, también poseía una estrategia informativa fuera de Europa. Por ejemplo, en América del Norte y en África. Según datos facilitados en 1994 por la cadena, en el norte del continente americano la audiencia por cable era de cuatro millones de hogares. La orientación fundamental era la difusión en francés hacia la población francófona de Canadá. Respecto a África, según los datos ofrecidos por Euronews sobre la audiencia en dicho continente en mayo de 1999, la audiencia seguía un ascenso a través de la plataforma *Le Sat*.

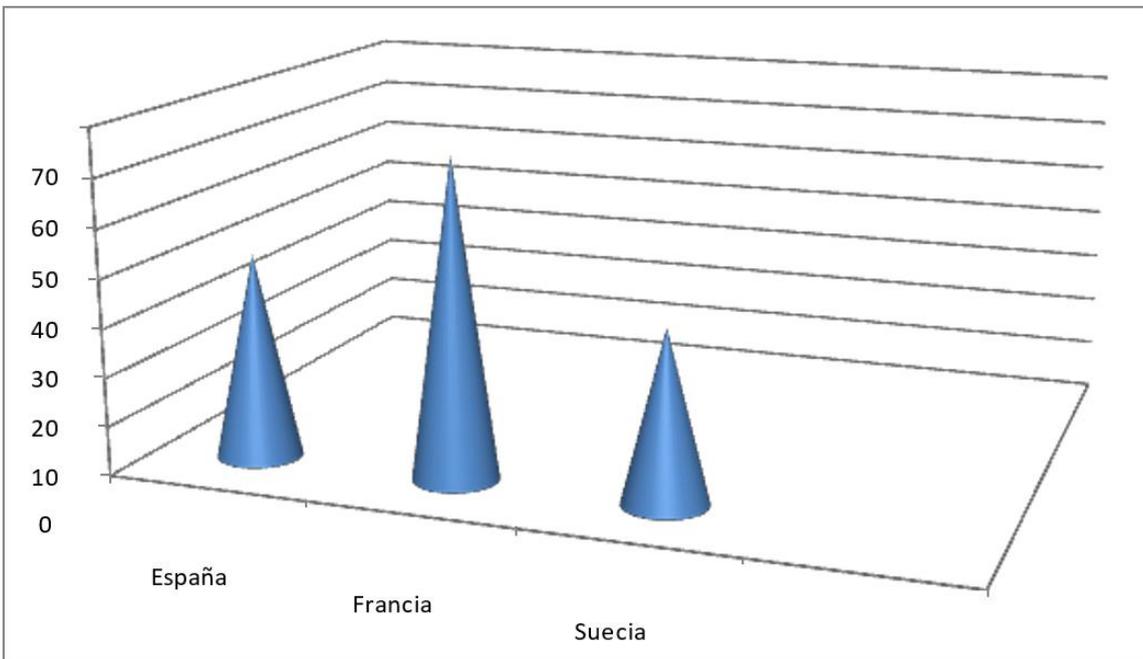
#### 8.3.1- El continente europeo y el área mediterránea

Euronews, desde sus inicios, emitía por satélite para todo el continente europeo y para la cuenca mediterránea. Hay que señalar que uno de los objetivos era el acercamiento a los países nórdicos. Así, los principales países cubiertos por el satélite eran: Noruega, Suecia, Finlandia, Islandia, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Holanda, Luxemburgo, Bélgica, Francia, Italia, España, Portugal, Grecia, Suiza, Polonia, Checoslovaquia, Hungría, Austria, Yugoslavia, Albania, Bulgaria, Rumanía, Turquía, Siria y Líbano. En parte se recibía en Egipto, Túnez, Argelia, Marruecos, Irak, Jordania, Libia, y Federación Rusa (Comunidad de Estados Independientes, CEI).

Comenzaremos por los datos sobre la audiencia en el marco de la Unión Europea.

El estudio EMS<sup>1</sup> de marzo de 1998- abril de 1999, había calificado a Euronews como la cadena paneuropea más seguida en los hogares de altos ingresos en España, Alemania, Francia e Italia. Su posición líder había sido consolidada por un notable incremento de su audiencia en comparación con el año anterior.

Además de esto, se destacaba en los datos que Euronews era la cadena líder en el mercado compuesto por España, Alemania Francia, Italia e Inglaterra. Dicho mercado representaba el 80% de los hogares de altos ingresos encuestados por EMS. Respecto a la audiencia diaria era de 966.000 personas en estos cinco países, detrás de Eurosport. En un año, según se desprendía de los datos elaborados por el estudio de audiencia, había aumentado la audiencia diaria en un 30% y la semanal en un 10%. Los mayores incrementos se habían dado en: España (42%), Francia (65%) y Suecia (35%).



Gráfica 1.- Gráfica de elaboración propia según los datos del incremento de la audiencia del estudio de EMS de marzo de 1998-abril 1999 facilitados por Euronews

En la primavera de 1997, Euronews comenzó a emitir en árabe abriéndose así las posibilidades de incorporar nuevas audiencias. La iniciativa se hacía atractiva ya que con ello se respondía a los intereses políticos de la Unión Europea hacia la cuenca mediterránea. La Comisión había dotado al canal del presupuesto necesario para contratar un equipo de redactores que pusieran en marcha la emisión en árabe. El interés y la sensibilidad por las emisiones hacia el mundo árabe se remontaba años atrás cuando en la

<sup>1</sup> Datos de este estudio puede obtenerse en: <http://euronews.net/sp/about.htm>

primavera de 1991 el proyecto Euronews se presentó a la Comisión y al Parlamento Europeo. Políticos y profesionales de la comunicación entonces midieron el déficit de información y de comprensión que alejaba Europa de los países del Magreb (Argelia, Túnez y Marruecos) y del Mashreq (Siria, Líbano, Jordania y Egipto) que se hizo patente debido a la omnipresencia de la cadena CNN en la cobertura de la guerra del Golfo Pérsico<sup>2</sup>.

En la primavera de 1999 se empezaba a cuestionar la continuidad del equipo árabe debido a que la Comisión retiró la ayuda económica. De este presupuesto retirado a Euronews, se benefició un nuevo proyecto televisivo: *Euromed TV*. La presentación de este nuevo canal tuvo lugar en la VI Conferencia Permanente del Audiovisual Mediterráneo, que se celebró en Valencia en marzo de 1999. El proyecto *Euromed TV* contaba con el respaldo del Parlamento Europeo, Unesco y Unicef y su proyecto de viabilidad se presentó por la Comisión Europea en Bruselas el 28 de febrero de 1999. A la presentación del mismo en Valencia asistieron los ministros de telecomunicaciones de Túnez e Italia, el secretario general de la UER, Jean Bernard Munch, dirigentes de Euronews, el eurodiputado y alcalde de Palermo, Leoluca Orlando, y representantes de la RAI y *France TV*. Valencia se presentaba como ciudad estratégica en el Mediterráneo para ser la sede de este proyecto. Hay que recordar que también esta ciudad presentó su candidatura, entre otras ciudades europeas, para ser la sede de Euronews en 1992. *Euromed TV* era y es un canal de televisión europeo con un concepto de infotainment multilingüe que mezcla información de forma continua, documentales, series de televisión, música y programas de entrevistas incluidos.

Según el presidente de Euronews, además de la retirada del apoyo económico de la Comisión para hacer viable el estudio preliminar sobre *Euromed TV*<sup>3</sup> que salió a la luz de 2007, el paso de la tecnología analógica al sistema digital en Euronews, había hecho que se redujera la audiencia en el Mediterráneo.

### 8.3.2- Rusia y los países de la CEI

Desde mediados de la década de los años 90 se venía observando en Euronews una

---

<sup>2</sup> Estos datos fueron extraídos de la Carta fundacional de la cadena Euronews *Plan d'affaires. Euronews, chaine multilingue de télévision par satellite consacrée à l'actualité*. Ecully (1992), France, agosto. Este documento es de uso estrictamente confidencial y pertenece a la cadena Euronews.

<sup>3</sup> Ver: [https://everybodywiki.com/Euromed\\_TV](https://everybodywiki.com/Euromed_TV)

orientación y un claro interés por la audiencia de los países del Este de Europa, respondiendo así a la lógica de la ampliación de la Unión Europea. Desde 1997, se hizo más claro este objetivo, y en 1999, el presidente de la cadena señalaba en varios medios de comunicación que “uno de los retos más inmediatos de Euronews es la expansión por los países del Este”<sup>4</sup>

En dicha noticia se hacía referencia a la presentación del canal *Euromed TV* durante la VI Conferencia del Audiovisual Mediterráneo celebrada en Valencia. Se señalaba que “el presidente de Euronews cree que su canal puede servir de referencia para *Euromed TV*”<sup>5</sup>.

En 1999 se incorporaron varias novedades a Euronews y una de ellas fue que la cadena entraba en la plataforma digital rusa, formando parte del paquete básico de NTV +, la primera plataforma digital de Rusia que emitía 20 canales y que tenía previsto aumentar su oferta hasta 50. Hasta la incorporación de Euronews, NTV + solo contaba con los canales internacionales *Eurosport* y *Discovery*. Euronews pasaba a ser el único canal especializado en información (en su versión inglesa). Además de en Rusia, Euronews se recibía en las repúblicas de Estonia, Lituania, Moldavia, Ucrania, Bielorrusia, Georgia, Kazajistán, Turkmenistán, Uzbekistán, Kirguizistán, Armenia y Azerbaiyán<sup>6</sup>.

El interés de Euronews por la audiencia en Rusia ya se había planteado en 1997. Por fin, en 1999, el acercamiento se produce, aunque no en el idioma ruso. Suponía una plasmación del objetivo suscitado unos años atrás. No obstante, la emisión en idioma ruso seguiría manteniéndose como uno de los retos más inmediatos en la cadena hasta el año 2000, cuando se convirtió en un hecho.

### 8.3.3- América Latina

A través del cable se abrían las posibilidades de difusión hacia América Latina<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> En: *las provincias*, 8 de marzo de 1999, pg. 18.

<sup>5</sup> Se puede encontrar información sobre el mismo tema también en: “El proyecto Euromed tv será remitido a la ue el 28 de febrero”. *Levante* 17 de febrero de 1999. versión electrónica: <http://www.levante-emv.es/hoy98038/lasso>

<sup>6</sup> Revista *Inter medios*, nº 113,11 de febrero de 1999.

<sup>7</sup> Según datos ofrecidos por Euronews en mayo de 1999, Euronews llegaba a 11 millones de hogares en América latina a través del canal internacional de rtve. A estos, había que añadir los 90.000 hogares que recibían la señal digital.

### 8.3.3.1- Hispasat como instrumento útil para Euronews para su difusión por América Latina

Los satélites de comunicaciones proporcionaban y lo siguen haciendo una gran variedad de servicios, como eran la radiodifusión directa de radio y televisión, la distribución de radio y televisión, la videoconferencia, las redes de comunicación y transmisión de datos (bancos, grandes almacenes, compañías de transporte...), las comunicaciones y datos hacia otros países o zonas de influencia y las redes oficiales (Ministerio de Defensa, Interior y Exteriores). En general, los satélites eran diseñados para poder proporcionar varios de estos servicios, pero no todos. Por ejemplo, los Eutelsat, Astra o Intelsat eran de servicio fijo; los Skynet de comunicaciones gubernamentales; los TDF y TVSAT, de difusión directa. La gran novedad del sistema Hispasat era que podía proporcionar todos los servicios mencionados. A través del sistema Hispasat para toda el área americana, desde su sede establecida en Valencia, Hispavisión retransmitía programas de entretenimiento e informativos.

La sede de Hispavisión estaba en Valencia precisamente porque contaba con las instalaciones adecuadas. Hay que recordar que Valencia fue también una de las ciudades candidatas para optar a la sede de Euronews. Se situó como finalista, pero Lyon venció. El fracaso se mitigó de alguna forma situando en Valencia la sede de Hispavisión.

Tras el fracaso en la gestión española por obtener la sede de la emisora europea Euronews, TVE y la Generalitat valenciana habían firmado un convenio para ubicar en el parque tecnológico de Paterna la futura sede del canal iberoamericano de TVE, que empezaría a emitir a través del Hispasat. En su conjunto, el objetivo de este sistema de satélites era responder al reto de modernizar las telecomunicaciones españolas (Meso, 2001).

RTVE invertiría 1.000 millones de pesetas en equipamiento tecnológico y en recursos humanos y se emitirían un mínimo de 18 horas diarias. La plantilla estaría compuesta por unos 150 trabajadores, la mayor parte de RTVE. El canal abarcaría toda Iberoamérica y la costa este de EEUU. La programación se basaría en espacios deportivos, informativos y musicales <sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Todos los datos se encuentran recogidos en: Villagrasa, J.M (1999) De Valencia a Iberoamerica, el nuevo canal Iberoamericano de TVE se emitirá este otoño desde el parque tecnológico de Paterna, rescatando la frustrada sede de Euronews, *El Mundo*, 25/6/1999.

El lanzamiento del sistema de satélites Hispasat tuvo lugar el 10 de septiembre de 1992 a la 1.05 de la madrugada desde la Guayana francesa, desde la base espacial de Kouru <sup>9</sup>.

El Hispasat fue colocado en su órbita de transferencia por el impulsor Ariane a una distancia de entre 200 y 400 kilómetros de la Tierra donde era localizado por una estación de seguimiento espacial situado en Libreville, capital de Gabón <sup>10</sup>.

Vamos a profundizar en el satélite Hispasat por cuanto que ya que formaba parte de un proyecto importante dentro del marco de las comunicaciones a nivel internacional y que era un reflejo de la acción de los propios Estados. El Canal Internacional de TVE para América (un “mix” de TVE 1 y TVE 2) se enviaba a través del satélite Hispasat. Se ha de señalar que hasta la aparición de éste se utilizaba el Intelsat.

El Sistema Hispasat se creó en Consejo de ministros el 30 de junio de 1989 y en cuanto a las características técnicas constaba de dos satélites: el Satélite 1A se lanzó en septiembre de 1992; y el Satélite 1 B, en junio de 1993. La entrada en explotación del primero tuvo lugar en enero de 1993, y el segundo, en octubre de ese mismo año. La configuración del sistema era la siguiente:

- Dos satélites en órbita en 30 grados Oeste.
- Un satélite de reserva en tierra (L.L.I)
- Un centro de control (carga útil y posicionamiento).

La composición de la sociedad era la siguiente <sup>11</sup> :

Retevisión 25%, Telefónica 25%, Caja Postal 22,5%, INTA (Instituto Nacional de Teoría Aeroespacial) 15%, I.N.I 10%, y CDTI 2,5 %

El satélite Hispasat había sido concebido como un sistema multivisión que integraba las siguientes cargas útiles: una misión Radiodifusión Directa de Televisión, La misión TV América; la misión Servicio Fijo; y la Misión gubernamental <sup>12</sup>.

Esta última estaba compuesta por dos transpondedores que utilizaban la banda X

---

<sup>9</sup> Como se señalaba en Lorenci, M (1992) *El Hispasat, primer satélite español, alcanzó con éxito la órbita prevista* en *EL Correo*, viernes, 11 de septiembre

<sup>10</sup> Para ver en profundidad todos los aspectos de Hispasat: creación, estructura, funciones Misión América ver Meso Ayerdi (2001)

<sup>11</sup> Según datos que ofrecía Menéndez, P (1994) En: *Los satélites como herramientas de la Comunicación en II Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías, (1994)* Universidad del País Vasco, abril.

<sup>12</sup> Fuente datos HISPASAT.S.A. Apartado P.O.BOX:95.000.28080 Madrid. Datos cedidos por Juan Manuel Martín de Blas, Director Gerente de Canales Vía Satélite de RTVE.

(7-8 GHz) y permitían el desarrollo de redes de comunicación estratégica y tácticas a través de un haz fijo, cuya cobertura estaba adaptada al territorio español y sus aguas jurisdiccionales; y un haz móvil que podía apuntar a cualquier zona del campo visible del satélite desde su posición orbital.

El objetivo de este sistema era “satisfacer las necesidades de comunicación por satélite previsibles en el ámbito nacional de la década de los 90, tanto de parte de las entidades concesionarias de servicios portadores de señales de radiodifusión y televisión (Retevisión y Telefónica) y de telecomunicación en general, como del propio Gobierno Español”<sup>13</sup>

En este proyecto se había puesto especial énfasis en la Misión América. La capacidad para la transmisión de señales de televisión hacia América era de dos canales de 36 MHz en las bandas de frecuencias 14/12 Ghz. Respecto a los servicios que integraba eran los siguientes: 1) Servicios de distribución de TV, 2) enlaces de conexión posibles desde cualquier punto de la Península Ibérica, Baleares y Canarias, y 3) un haz de cobertura conformado de recepción en América, para adaptarse a la geografía de la zona de servicio.

Los dos canales de 36 MHz podrían acomodar nuevos desarrollos tecnológicos tales como: Televisión de Alta Definición, distribución de programas de Radiodifusión Sonora Digital, Periodismo Electrónico por Satélite, etc.... y una alta disponibilidad y calidad<sup>14</sup>.

La televisión vía satélite había abierto una nueva etapa en el desarrollo de las comunicaciones audiovisuales. Televisión Española había empezado a emitir tres nuevos canales por este medio en septiembre de 1994. Estos eran:

- Teledporte: Canal en lengua española con programación exclusivamente deportiva, con coloquios, entrevistas, debates con grandes figuras e informativos especializados.
- Canal Clásico: Especializado en cine clásico y contemporáneo de Europa y América y en Música de todo tipo: Operas, Zarzuelas, conciertos, jazz, rock
- Hispavisión: El Canal Hispavisión de TVE era un proyecto muy interesante puesto que abría nuevas posibilidades económicas. El 18 de marzo de 1996 se comenzó a emitir “Hispavisión noticias” un nuevo informativo de media hora de duración en horario de

---

<sup>13</sup> Según señalaba en la prensa de la época, por ejemplo: Figueroa Aladro, J (1994) El sistema Hispasat, *El Mundo*, Suplemento Telecomunicaciones, sábado 25 de junio, pg 6.

<sup>14</sup> Según se nos facilitó en su día desde la misma fuente (HISPASAT. S.A) Apartado P.O.BOX :95.000.28080 Madrid.

máxima audiencia (de dos y media a tres de la madrugada en hora española) <sup>15</sup>

Hispavisión programaba 70 horas semanales compuestas por cine español y europeo, deportes, toros, espacios de entretenimiento e informativos procedentes del canal Euronews.

### 8.3.3.1.1- Un enlace de comunicación entre Europa y América Latina

España suponía una pieza fundamental en las relaciones entre la Unión Europea y América Latina. Recién iniciada la presidencia española del Consejo de la Unión Europea en el segundo semestre de 1995, Aldecoa Luzarraga (1995) señalaba en un artículo de actualidad política del momento, que quizá la aportación más importante de la adhesión de España a la Unión Europea se desarrollara en un nivel que además estaba abierto. La aportación consistía, precisamente, en transformar los problemas de España en parte del proyecto político europeo común, abandonando para siempre el España es diferente. En esa medida, Aldecoa comentaba que se había emprendido un proceso irreversible de vinculación con los vecinos de Europa, participando en la definición del modelo común europeo. “Hemos aportado la visión de España a la redefinición del modelo de relación de la UE con los países mediterráneos y con América Latina”.

La puesta en órbita del sistema HISPASAT constituía una oportunidad interesante para la comunidad hispana de ambos lados del Atlántico. La denominada “Misión América”, de dicho sistema de comunicaciones, constaba de dos canales (uno en cada satélite). Se ponía con ello, además, especial atención al mundo de la enseñanza, con el fin de propiciar una mayor integración entre los países que formaban la comunidad iberoamericana (Meso, 2001: 99).

Esta función se complementaba con otros dos canales (“Retorno América”) que transportaban la señal de América a Europa. El objetivo era poner a disposición de los radiodifusores iberoamericanos un número determinado de canales de televisión, según datos facilitados por Miguel Blasco Alberite <sup>16</sup>.

La programación respondía a la demanda de nuevas emisiones en español para el ámbito hispanoamericano, complementando la oferta de Canal América de RTVE. En cine, se emitirían películas españolas y europeas. Los programas informativos y de

---

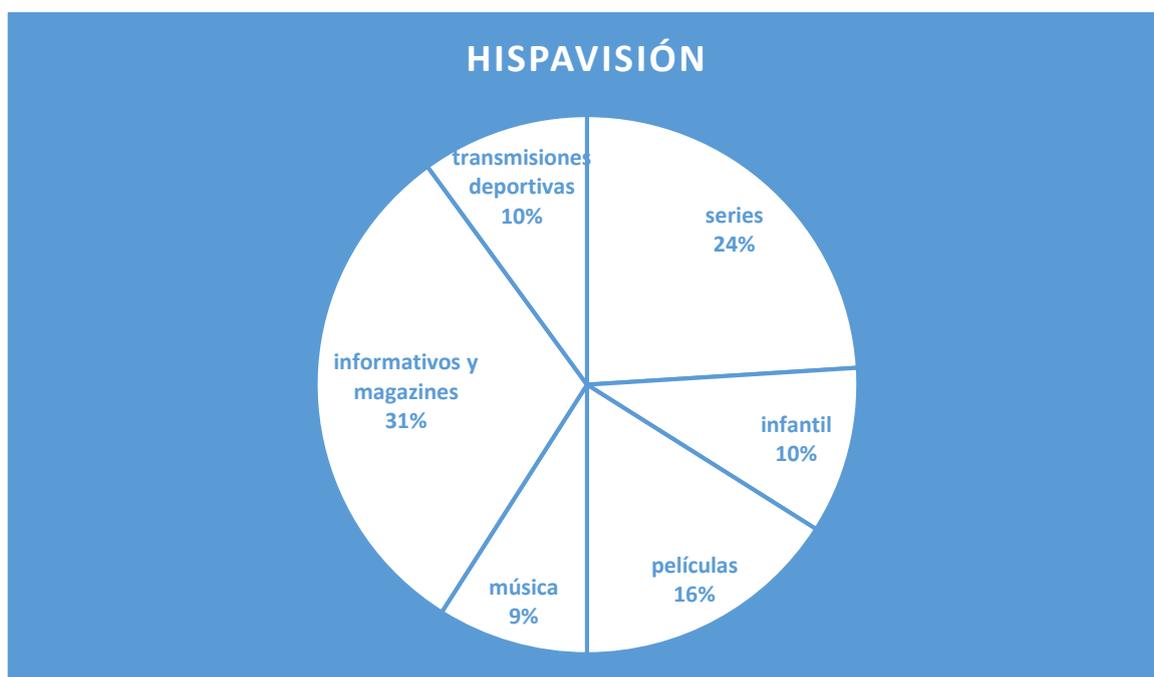
<sup>15</sup> Tal y como se mencionaba en: *Diario 16*, 18 de marzo de 1996.

<sup>16</sup> Se organizó por nuestra parte una entrevista con el Productor Ejecutivo de HISPAVISIÓN de la sección de Canales Vía Satélite de TVE, Edificio Prado del Rey. Prado del Rey. Madrid, marzo 1994.

entretenimiento estarían producidos por TVE o por cualquier cadena europea <sup>17</sup>.

De este modo se creó el canal Hispavisión, que se configuraba como una cadena generalista, como medio para cumplir su vocación integradora y para servir a su principal objetivo que era el reforzar el carácter integrador del proyecto, en sintonía con la Declaración de la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Guadalajara, (México) en 1991, en donde se acordó, entre otras cosas, impulsar el aprovechamiento de los sistemas de comunicación por satélite con cobertura sobre la región con la finalidad de contribuir a la integración y globalización de los vínculos entre los países de Iberoamérica <sup>18</sup>.

El carácter generalista de la cadena se vería reforzado además por la necesidad de acceder y complacer a públicos que, si bien compartían una misma lengua y un acervo cultural común, mantenían una acusada heterogeneidad, poseían numerosos rasgos específicos, gustos diversos, horarios distintos...La distribución aproximada por géneros sería la siguiente: Series 24%; programación infantil 10%; películas 16%; música 9%; informativos y magazines 31%; y transmisiones deportivas 10%.



Elaboración propia Gráfica 2.- Ver: Informe sobre el Proyecto -Hispavisión-, TVE. Prado del Rey, Madrid, Datos cedidos por Martin De Blas.

<sup>17</sup> Según se nos confirmó en el Departamento de Canales Vía Satélite, TVE, Edificio Prado del Rey, Prado del Rey 28223 en Madrid en marzo, 1994.

<sup>18</sup> Según datos cedidos por Martin De Blas, J.M (Director gerente de Canales Vía Satélite TVE), en Marzo 1994.

Los Informativos eran, por tanto, el espacio que mayor porcentaje de la programación ocupaba. Ambos proyectos, Hispavisión y Euronews, estaban relacionados, como hemos comentado anteriormente, ya que la cadena europea de noticias conformaría el bloque informativo de la primera.

Hispavisión constituyó, por tanto, el primer paso en la configuración de un espacio audiovisual capaz de amparar, en fases sucesivas, iniciativas de formación, coproducción e intercambio nacidas en el seno de la Comunidad Iberoamericana, según el Informe sobre el proyecto- Hispavisión. Dicho Informe se componía de tres partes: la definición del canal, los objetivos previstos y el planteamiento básico de la programación.

En octubre de 1995 Hispavisión amplió su horario. Cuando se cumplía un año de su emisión, se pusieron en marcha cuatro horas más de programación con contenidos en español e incluyó nuevos espacios. Euronews también adquiriría protagonismo. Emitía un informativo diario de información propia abarcando un horizonte mayor que los que ofrecía hasta entonces, gracias al canal de noticias europeo <sup>19</sup>. Además, incorporaba publicidad. Un año después de iniciar sus emisiones, Hispavisión, el canal de RTVE que había iniciado sus emisiones hacía tan solo un año desde Valencia con destino a los países de América Latina, se convertiría en una televisión de pago con el fin de rentabilizar la inversión que RTVE había efectuado con esta iniciativa, (estimada en 5.000 millones de pesetas/32.000 millones de euro aprox). La Generalitat de Valencia contribuyó con la cesión del moderno edificio desde donde se emitía, cuya aportación se valoró entonces en 900 millones de pesetas /5 millones de euro <sup>20</sup>.

La veloz evolución de las tecnologías de la producción, y, sobre todo, de la difusión, había provocado una progresiva internacionalización del sector audiovisual. Este proceso ignoraba las fronteras geográficas, idiomáticas o culturales, por no hablar de las fronteras políticas, impotentes para contener este flujo de intercambios. Este fenómeno tenía un importante papel en la difusión de la información y la cultura por lo que adquiriría una evidente importancia política, pero sin olvidar que en el siglo XXI el mundo de la telecomunicación exigiría unas inversiones que obligarían a rentabilizar la explotación de los canales.

El objetivo, por tanto, no era prioritariamente institucional sino comercial <sup>21</sup>, por

---

<sup>19</sup> Según se señalaba en prensa. Ver en: Hispavisión amplía horario (1995), *Diario 16*, 25/10/1995, pg 31.

<sup>20</sup> Según se indicaba en *El País*, 25/10/1995.

<sup>21</sup> En: *Hispavisión amplía horario*, *Diario 16*, 25/10/1995.

lo que se planteaba un modelo de explotación, tanto en los recursos a administrar como en los ingresos a percibir, para lograr lo más rápidamente posible la autofinanciación y posteriormente beneficios que permitieran estimular la producción audiovisual hispanoamericana.

Respecto a los elementos culturales que éste fenómeno traía consigo, se puede señalar que ante el inminente acuerdo de la Unión Europea con el Mercosur, y cuando el sistema Hispasat ya había entrado en funcionamiento, en el marco de la política europea, tampoco se escapaba la importancia de las relaciones del viejo continente con América Latina <sup>22</sup>. Además, se decía que este acuerdo comercial introduciría otros elementos, culturales, sociales y de diálogo político que significarían no sólo una nueva dimensión en las relaciones euro-latinoamericanas, sino que crearía también una nueva tipología de relaciones norte-sur, diferente a la que se daba hasta el momento.

Como se puede observar, los aspectos económicos y culturales siempre iban relacionados cuando se habla de comunicaciones por satélite. Así, en los objetivos de Hispavisión, se citaba que "en cumplimiento del artículo 27 del Reglamento Técnico de la Televisión por Satélite, se potenciará la cultura iberoamericana y se apoyará y reforzará el uso del español".

La Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea durante el segundo semestre de 1995 marcó además un momento importante de las relaciones entre la Unión Europea y América Latina. En palabras de Aldecoa Luzarraga (1996), respecto a América Latina, el hito más importante de la Presidencia Española había sido la firma el 16 de diciembre del Acuerdo marco interregional de Cooperación Económica y Comercial entre la UE y el Mercosur, cuyo objetivo final era el logro de una asociación de carácter político y económico. Al mismo tiempo "se establecía un sistema de consultas institucionalizado sobre temas de interés común".

En el contexto internacional, las relaciones cada vez más estrechas entre la Unión Europea y América Latina no dejaban indiferente a Estados Unidos. Se había señalado que las buenas relaciones entre la UE y el Mercosur preocupaban en Washington <sup>23</sup>. De hecho, en el borrador de un Informe del Banco Mundial se decía "que los países del

---

<sup>22</sup> Para más información sobre Mercosur ver por ejemplo entre otros: Bouzas (1993); Bouzas y Lustig (1992); Mangas (1995); Gratiús (1993); Grandi (1995); Iturrieta (1992); Jauribe (1992); Peña (1993); Peña (1992).

<sup>23</sup> Según el Informe-borrador publicado por *The Wall Street Journal*, En: *Mercosur*, nº10, noviembre 1996, pg 22-23.

Mercosur estaban creando un paraíso de locos detrás de un muro proteccionista”<sup>24</sup>. Se quiere destacar que el acuerdo entre la Unión Europea y el Mercosur se inscribía en una dinámica más amplia que era la intensificación de las relaciones entre Europa y América Latina.

Respecto a la cooperación en materia tecnológica, y para que pudieran darse las bases hacia ello, queremos señalar también el caso del programa CYTED, en el que se enmarcaba el proyecto Iberoeka. Este programa creado en 1984, integraba a 21 países iberoamericanos y participaban como Organismos Internacionales Observadores: BID, CEPAL, OEA y UNESCO. Desde 1992 Eureka se encontraba dentro de los programas de cooperación de las Cumbres iberoamericanas de jefes de Estado y de Gobierno que se celebraban anualmente. Se trataba de un instrumento de carácter internacional y multilateral que facilitaba la cooperación científica y tecnológica en Iberoamérica mediante la coordinación e interacción entre universidades, centros de investigación y desarrollo tecnológico, y las empresas innovadoras de la región. Promovía la modernización productiva, la mejora de la calidad de vida de los países iberoamericanos y servía de puente para la cooperación entre América Latina y Europa<sup>25</sup>.

Ya en el marco de la presidencia española del Consejo de la Unión Europea que tuvo lugar durante el segundo semestre de 1995, se destacó el papel fundamental que jugaba este programa de cooperación tecnológica. En relación con ello, y como marco contextual, se quiere señalar la firma del acuerdo de la UE con el Mercosur, acuerdo que fue firmado en el Palacio Real de Madrid, el 15 de diciembre de 1995<sup>26</sup>.

Se trataba de una novedad tanto en Latinoamérica como en Europa, porque era el primer acuerdo interregional entre dos uniones aduaneras de ambos hemisferios. La finalidad, de carácter interino, era la paulatina aproximación de ambos bloques para crear, una vez que se completara la unión aduanera del Mercosur, una asociación interregional de carácter económico y político en la que circularan libremente las mercancías y los servicios.

El mencionado Mercosur, (Mercado Común del Sur), creado el 26 de marzo de 1991, constituyó el cuarto poder económico del mundo después de la Unión Europea, el

---

<sup>24</sup> Las causas de esta intensificación de las relaciones entre la Unión Europea y América Latina se analizan profundamente en: Aldecoa Luzarraga (1995).

<sup>25</sup> Como se señalaba en *Noticias del CYTED*, nº 6, diciembre 1995.

<sup>26</sup> Mercosur estaba formado en ese momento por los países fundadores según el Tratado de Asunción de 1991: Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC) y Japón. Con un PIB de 800.000 millones de dólares y 200 millones de habitantes a principios de la década de los años 90; representaba a cerca de la mitad del mercado latinoamericano. La UE era el principal socio económico del Mercosur y el primer inversionista extranjero en la región. En 1994, las exportaciones comunitarias hacia esta zona alcanzaron un total de 13.757 millones de ecus, mientras que las importaciones ascendieron a 15.440 millones de ecus <sup>27</sup>.

Es cierto que los países del Mercosur ya estaban ligados a la Unión Europea mediante acuerdos bilaterales avanzados, los denominados acuerdos de cuarta Generación. Sin embargo, el nuevo marco permitiría el establecimiento de un diálogo regular para acercar posiciones sobre los productos sensibles, sobre todo los agrícolas, que se incluirían en la zona de libre comercio y para ampliar la cooperación a ámbitos comerciales <sup>28</sup>.

En el marco de las relaciones entre la UE y América Latina, se subrayaba, además de la utilización del sistema de satélites Hispasat, la insistencia en hacer extensiva la cooperación entre ambos lados del Atlántico en materia audiovisual. La televisión, y en concreto Euronews, poseía en este marco un papel fundamental como habían señalado algunos autores, ya que la televisión orientaba las nuevas identidades o aceleraba los caminos de la integración, en el sentido de subordinación psicológica y cultural <sup>29</sup>.

En este marco general, se destacaba que las inversiones españolas en América habían ido creciendo paulatinamente. Un proyecto de especial relevancia eran, por ejemplo, las negociaciones llevadas a cabo entre catorce grupos españoles, privados y públicos, para abordar un proyecto de notable alcance estratégico. Se trataba de la codificación en español de futuras autopistas de comunicación en el continente americano. Con las inversiones, la lengua era la única baza que España conservaba en América. Paradójicamente, el problema de la cohesión del idioma era un tema que apenas fue tratado en la Cumbre de San Juan de Bariloche, 16-17 de octubre de 1995.

La aparición del sistema Hispasat se producía en un momento en que las relaciones

---

<sup>27</sup> Fuente: *Europa 15*, Suplemento. Comisión Europea, Representación en España, diciembre 1995, pg 4.

<sup>28</sup> Para ver y ampliar datos y estudio sobre Mercosur y su acuerdo con la Unión Europea, ver: Iraegui Balenciaga, A (2000) *De la Cooperación a la Asociación. La conformación de un modelo original de relación entre el Mercosur y la Unión Europea, 1991-1999*, UPV/EHU.

<sup>29</sup> Así, por ejemplo, se sugiere en AAVV (1994) *Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana*, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación

económicas entre España y América Latina se habían ido incrementando y señalaremos que, por ejemplo, España se había convertido en el primer inversor directo en Argentina por delante de Estados Unidos. Según el Informe Semanal de Política Exterior <sup>30</sup>, Telefónica de España controlaba desde 1990 el 22% de Telefónica en Argentina, adquirido en 483 millones de dólares.

En ese mismo año, compró el 43% de la compañía operadora de Chile con una inversión de 468 millones. La inversión más importante del grupo telefónico español fue la de 1995, al adquirir el 31,5% de Telefónica del Perú (1.801 millones de dólares).

En enero de 1996, ya se hablaba en algunos informes de la DG (Dirección General) XIII de la Comisión de este tipo de acuerdos entre Telefónica y empresas norteamericanas. Era el caso de Microsoft. *“The Spanish telecoms operator Telefonica and the IIS PC software giant Microsoft would start negotiations in September on the launch of a joint strategy in Latin America”* <sup>31</sup>

Por último, señalaremos que los intereses de Telefónica de España también se extendían a Estados Unidos, Colombia, Venezuela y Puerto Rico, en telefonía convencional, celular, transmisión de datos y televisión por cable. Otros datos de interés acerca de los vínculos incrementados en la década de los 90 eran, por ejemplo, que en 1990 Iberia compró por 260 millones de dólares el 85% de Aerolíneas Argentinas; el Banco Bilbao Vizcaya invirtió 360 millones de dólares en México y Perú entre 1992 y 1995; las inversiones y contratos en Argentina de grupos como Dragados, Abengoa y Gas Natural rebasaron en cada caso los 100 millones de dólares a lo largo del último ejercicio. La empresa Técnicas Reunidas comenzó los trabajos de desarrollo de la extensión de la refinería de Esmeraldas en Ecuador, un proyecto que realizaba con financiación japonesa, la compañía española ganó este contrato de 240 millones de dólares en competencia muy cerrada con las primeras empresas de ingeniería del mundo <sup>32</sup>.

### 8.3.3.2- El sistema Euronews como modelo de referencia en el emergente mercado audiovisual iberoamericano

Casi al mismo tiempo que se desarrollaba el proceso de integración económica Mercosur en América Latina, y cuando empezaban a consolidarse las relaciones entre este

---

<sup>30</sup> Informe Semanal de Política Exterior, N° 1, 30 de octubre de 1995

<sup>31</sup> En *Information Society TRENDS*, European Commission, DG XIII, Issue number: 48. 27.01.96-11.02.96.

<sup>32</sup> En: Informe Semanal de *Política Exterior*, n° 1, 30 de octubre de 1995

espacio económico y la Unión Europea, el mercado audiovisual iberoamericano había empezado a despertar y, en este contexto, España empezaba a convertirse en una referencia.

La industria de la producción audiovisual era uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial, con un desarrollo constante a todos los niveles. Cada año, productores, distribuidores y cadenas de televisión realizaban miles de transacciones comerciales comprando y vendiendo derechos por una cifra acumulada de cientos de miles de millones de dólares.

Existían dos certámenes importantes que servían de plataforma para la mayor parte de esas transacciones: el MIPTV/MIPCOM, que se celebraba en Cannes; y el NATPE, que tenía lugar anualmente en Estados Unidos. Es decir, ambos eventos se celebraban en los dos mercados más importantes del mundo: Europa y Estados Unidos. “En estos dos certámenes se encuentran visitantes de todos los continentes, aunque como es lógico, siempre predomina el visitante más próximo geográficamente” señalaba Sarto, director del Mercado Iberoamericano de Industria Audiovisual (MIDIA)<sup>33</sup>.

En este contexto, otros mercados emergentes eran el de la zona asiática y el del área iberoamericana que hasta hacía poco tiempo no tenían sus propios certámenes. En Asia, había surgido el MIP ASIA, y allí se había podido comprobar que existía una evidente demanda de este tipo de plataformas.

Lo mismo sucedía en el caso de Iberoamérica. Se trataba de un mercado que cada vez adquiría más importancia, con unas características concretas de idioma, cultura y de historia que la diferenciaban de las demás áreas de concentración económica. Por ello, se inició la creación del programa MIDIA, ya que desde un punto de vista comercial ayudaría a una fuerte expansión de la demanda y de la oferta de productos audiovisuales producidos en español.

MIDIA ofrecía una plataforma firme y estable según sus organizadores para ayudar al desarrollo de las producciones hispanas. La convocatoria partía de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) y estaba patrocinado por la *Co-ordination Européenne des Producteurs Indépendants* (CEPI)<sup>34</sup>. Esta plataforma funcionaba en un doble sentido. Por un lado, se intentaba incrementar la

---

<sup>33</sup> En un dossier de información enviada a todos los participantes al certamen el 30 de noviembre de 1995.

<sup>34</sup> Según se cita en: Midia 96, Condiciones Generales de participación, pg 5 Documentación elaborada que nos fue enviada previamente a la celebración del certamen

circulación de producciones en español, primero en la propia área iberoamericana y después en el resto del mundo. Por otro lado, los productores y distribuidores de otras áreas podrían presentar sus productos específicos para Iberoamérica. Como hemos señalado al principio, la celebración de este certamen tuvo lugar en Madrid, ya que sus organizadores consideraron que “España es el país más emblemático del área iberoamericana y por ello se eligió una ciudad como Madrid, magníficamente comunicada con todas las capitales de Iberoamérica y del resto del mundo” según señalaba Sarto, director de MIDIA <sup>35</sup>.

La información por satélite se había convertido en una mercancía por sí misma y los canales de televisión especializados en noticias estaban comenzando a consolidarse. Primero lo hicieron los canales en inglés y con posterioridad se habían incorporado a este nuevo mercado los canales de información en castellano. Así, por ejemplo, apareció el canal Telenoticias que se emitía desde Miami. Este canal además se había preparado para emitir también por cable. Aesdica, entidad que agrupaba a 37 redes de televisión por cable, y Antena 3 TV habían iniciado negociaciones para la difusión por cable a más de 150.000 hogares españoles, a partir de septiembre de 1995, de la señal del canal internacional de noticias en castellano, Telenoticias, que se emitía desde Miami, y en el que A-3 participaba como socio <sup>36</sup>. Tras la disolución de Cotelsat <sup>37</sup> A-3 pretendía relanzar comercialmente en España Telenoticias aprovechando las redes de cable en funcionamiento, cuya audiencia era superior a la que podía recibir este canal con antena parabólica. Aesdica se mostraba dispuesta a negociar con otros programadores de Cotelsat la difusión de sus canales que emitirían en abierto a través de Hispasat. En 1994 se emitió por cable Teledeporte y Canal Clásico, hasta que se codificaron las señales.

Euronews había servido de plataforma para la puesta en marcha de otros proyectos de televisión especializados en información, como el que había proyectado RTVE, que se

---

<sup>35</sup> En un dossier de información enviado de cara al certamen el 30 de noviembre de 1995.

<sup>36</sup> A-3 TV negocia la difusión por cable de Telenoticias, (1995) en *Diario 16*, 20/1995

<sup>37</sup> Cotelsat (acrónimo de Comercialización de Televisión por Satélite, S.A.) fue una plataforma de televisión analógica de pago española por satélite que emitía por Hispasat, gestionada por Sogecable que aportaba su experiencia en materia de televisión de pago. La sociedad Cotelsat nació en 1994 con un capital social de 1.000 millones de pesetas (a cuatro partes del 25%) con el apoyo de todos los canales generalistas del país (públicos y privados), que cedieron sus canales temáticos al operador. La oferta se componía de 5 canales porque el gobierno español concedió en 1992 a cada canal terrestre nacional una frecuencia de un satélite Hispasat que contaba sólo con 5 transpondedores en banda K<sub>u</sub> (satélite de fuerte potencia).

nutriría de los recursos de Euronews y de la infraestructura de las cadenas autonómicas. En la prensa de la época, por ejemplo, se señalaba que la directora de RTVE anunciaba su intención de crear una CNN en español <sup>38</sup>. Como vemos, siempre que se hacía alusión a la aparición de un canal de televisión especializado en información se hacía referencia a la CNN, ya que fue la televisión pionera o, mejor dicho, la que alcanzó gran popularidad en todo el mundo, sobre todo en Europa con motivo de la guerra del Golfo Pérsico en 1991. En la misma fuente citada, se comentaba además que la entonces directora general de RTVE, Mónica Ridruejo había comunicado al Consejo de Administración del ente público su intención de destinar uno de los dos canales por satélite de TVE exclusivamente a la información, creando de esta manera un canal en castellano, con noticias y reportajes de actualidad 24 horas diarias. Para ello, utilizaría los recursos de Euronews, la cadena europea de noticias, y la infraestructura de las cadenas autonómicas, que suministrarían noticias al nuevo canal.

En este mismo sentido, Euronews aparecía como modelo de referencia en América Latina. En numerosos foros se hacía referencia a la necesidad de constituir una alternativa a los servicios de información que ofrecía Estados Unidos que ya se estaban expandiendo hacia América Latina. Eleazar Diaz Rangel, catedrático de la Universidad Central de Venezuela, propuso, por ejemplo, la constitución en Iberoamérica de un servicio de televisión similar al que existía en Europa, Euronews, como alternativa a la dependencia informativa en la región de las cadenas de Estados Unidos. Según el profesor Diaz Rangel, Iberoamérica había logrado más que una real autonomía, una pluralidad informativa, gracias a la presencia en la zona de varias agencias de noticias, entre ellas Efe, lo que permitía contar con mayores versiones sobre la misma noticia. Estas referencias tuvieron lugar en Palma de Mallorca dentro de la Universidad de Verano de Cooperación Internacional <sup>39</sup>.

La importante presencia de Efe se debía, sobre todo, al hecho de que había sabido reflejar mejor las cada vez más dinámicas relaciones iberoamericanas. Se había convertido en la expresión de las mejores relaciones entre España y América. Un mayor acercamiento que, desde el punto de vista estatal, tenía su máxima referencia en las cumbres de jefes de Estado iniciadas en 1992.

---

<sup>38</sup> En *El País*, 24/5/1996

<sup>39</sup> Diaz Rangel participó con la ponencia titulada: Autonomía informativa y realidad sociopolítica. Ver información en: *El Correo Gallego*, 29 de agosto de 1996.

## 8.4- Los factores diferenciales de la audiencia de Euronews

El espectador de televisión en general se había acostumbrado a ver la realidad desde su pantalla de tal manera que prefería muchas veces ver los acontecimientos desde su casa que desplazarse a un lugar determinado para ello. Y es que la realidad pocas veces revestía el grado de espectacularidad que exige lo audiovisual para atraer a su audiencia. El televidente, decía Torán (1982), acostumbrado a las síntesis de momentos estelares que le ofrecían los programas dramáticos de los reportajes, no tenía la paciencia del público presencial que aguanta horas para emocionarse unos instantes. Parece como si la experiencia cognoscitiva audiovisual de la televisión impusiera su ritmo propio, en profunda interdependencia entre el tiempo y la riqueza del acto perceptivo.

Estas reflexiones previas en cuanto a la audiencia y su manera de situarse ante el televisor dan pie para acercarse a la audiencia específica de Euronews. Veámos unos datos más concretos sobre la misma.

La estructura de Euronews estaba diseñada para ser una fuente de información complementaria a las cadenas nacionales, regionales o locales y, por ello, no había surgido con vocación de convertirse en competencia de las cadenas nacionales puesto que precisamente se nutría de las imágenes que cada televisión nacional cedía y se repartían en la UER.

La audiencia que se había marcado en sus orígenes era de entre 23 y 33 millones de telespectadores, según apareció en la prensa <sup>40</sup>.

Euronews, por otro lado, enfrentaba a los representantes del grupo Prisa con los de RTVE. Había sido el punto en discordia de los representantes de RNE y el grupo Prisa durante las Jornadas sobre el espacio audiovisual europeo. Dichas jornadas se centraron en la responsabilidad que había de asumir tanto el sector público como el privado para construir un espacio audiovisual europeo. Un ejemplo concreto fue el que expuso Diego Carcedo, que explicó el proyecto del futuro canal de noticias europeo, Euronews. La programación de Euronews no iba a suponer muchas novedades en cuanto a los canales que funcionaban en aquel entonces.

### 8.4.1 - Unos índices de audiencia determinados por la tecnología

El objetivo de Euronews era complementar, como ya hemos señalado, los

---

<sup>40</sup> *El Mundo*, 6/3/1992

telediarios de las cadenas de televisión nacionales, facilitando a los espectadores europeos una perspectiva europea de los acontecimientos internacionales. Los telediarios se alternaban con programas temáticos para cada público, informaciones económicas y financieras dirigidas al mundo de los negocios, espacios para las familias, y programas específicos para los jóvenes.

Euronews facilitó sus primeros estudios de audiencia realizados por la empresa NUMBERS en Londres con objeto de realizar un sondeo acerca del tipo de espectador de Euronews. El estudio se efectuó sobre una base de 1.967 residentes en más de 20 países. Las personas habían respondido a un anuncio hecho durante las emisiones, 2.726 formularios habían sido expedidos, y la tasa de respuesta había sido excepcionalmente elevada: 72%.

En enero de 1994, la cadena europea había alcanzado 12'6 millones de hogares provistos de cable y de hogares SMATV en Europa y en la cuenca del Mediterráneo, que incluían casi 6 millones de hogares en Alemania y más de 23 millones en los países del Benelux. A ciertas horas del día, Euronews llegaba a más de 31 millones de hogares por distribución terrestre. Tenía una audiencia potencial de más de 80 millones de hogares que recibían el programa por satélite, cable y vía hertziana.

A finales de los años 80 se había comprobado cómo había ascendido el índice de audiencia por medio del cable. De hecho, el desarrollo del cable posibilitaba que Euronews fuera susceptible de ser recibido en más hogares. En pleno desarrollo de esta tecnología se preveía que la audiencia de Euronews creciera de forma progresiva.

En septiembre de 1994, Euronews había alcanzado 175 millones de hogares provistos de cable y de hogares SMATV en Europa y en la cuenca del Mediterráneo, que incluían casi 9 millones de hogares en Alemania y más de 2'6 millones en los países del Benelux. En octubre de 1995 el número de abonados al cable era de 20 millones de hogares. La noticia transmitida por la propia cadena apareció en diversos periódicos de forma sesgada ya que no se especificaba a primera vista si se trataba de abonados al cable o en el total de los sistemas <sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> Mostramos algunos ejemplos como: Euronews cuenta con 20 millones abonados, en *Diario de noticias*, Pamplona, 30 de julio de 1995. La noticia aparece sesgada en su titular puesto que se trataba del número de abonados al sistema de TV por cable. El número total de recepción era de 80 millones entre cable, satélite y vía hertziana. Lo mismo sucedía en otros medios que aparecía idéntico titular como: La cadena paneuropea Euronews cuenta con 20 millones de abonados”, en *El Correo*, Bilbao, 31 de julio de 1995, o este publicado por el *Diario de Avisos*, Tenerife. 29 de julio de 1995: Euronews asegura contar 20

El aumento de la recepción de televisión por cable ofrecía ventajas para la cadena europea. Así, desde finales de 1995 y acompañadas de la elaboración de la legislación para la regulación de este sistema de telecomunicaciones, comenzaban a desarrollarse las compañías de cable en España. En España veinte canales de televisión habían empezado a difundirse a través de la empresa Cable i Televisión de Catalunya, (CTC), estrenando así su red de telecomunicaciones en Barcelona. La oferta de CTC era la única de Europa que permitía a sus abonados las ventajas de la interactividad. CTC era un grupo empresarial integrado por una de las primeras compañías norteamericanas de telecomunicaciones, US West, por Tisa y por compañías de servicios y entidades financieras líderes en respectivos campos. La tecnología y experiencia mundial de US West hacían del proyecto el más competitivo de la Unión Europea y Euronews formaba parte de la oferta citada <sup>42</sup>.

También se señalaba en otro artículo que dieciséis ciudades españolas recibían la señal de Cablevisión, la sociedad constituida por Telefónica y Canal Plus que contaba en Barcelona con 2.600 hogares conectados y con un potencial cableado de 12.000 hogares <sup>43</sup>.

En 1995, 17'5 millones de hogares estaban conectados a Euronews a través del cable y 3 millones por satélite. Tenía una audiencia de 200 millones de personas en Europa y en los países árabes. La señal se distribuía a través de redes de cable conectadas a 175 millones de hogares a los que se añadía una cobertura del satélite para 3 millones de personas en Europa <sup>44</sup>. En total en la segunda mitad de 1995 y tras dos años de emisiones Euronews contaba con una audiencia de 20 millones de hogares <sup>45</sup>.

Según datos de Euronews, la cadena superaba a la CNN en la audiencia de cable

---

millones de abonados a la televisión por cable, en *Avui*: La cadena Euronews té vint milions d'abonats al cable" Barcelona. 31 de agosto de 1995, o este otro: Euronews cuenta con más de 20 millones de abonados al cable, en *Deia*, Bilbao. 18 de agosto de 1995, en la prensa francesa, por ejemplo: Euronews: 20 milions de foyers en Europe, en *L'argus de la Presse*, Paris. 2 de agosto de 1995.

Informaciones más precisas aparecían en otros medios como: Euronews llega al 80% de los hogares, en *Diario de Navarra*, Pamplona, 30 de julio de 1995, y también: Euronews llega a 80 millones de hogares, en *Heraldo de Aragón*: Zaragoza. 2 de agosto de 1995, Euronews en 80 millones de lares Euronews, en *Diario Económico* de Portugal. 1 de agosto de 1995.

<sup>42</sup> Información procedente de *La Vanguardia*, 2/12/1995.

<sup>43</sup> En *El País*, 15/12/1995.

<sup>44</sup> En: *El Mundo*, 14/3/1995.

<sup>45</sup> Según se citaba en *Expansión*, 31/7/1995.

alemana. Un estudio llevado a cabo en Frankfurt, Hamburgo y Colonia demostró que Euronews gozaba de mayor aceptación que CNN entre la audiencia de televisión por cable alemana según datos aportados por Euronews del estudio realizado por FORSA (Gesellschaft für Sozialforschung und Statistische Anaysen mbH, Dortmund/Berlin), sobre una muestra de 100 espectadores adultos de Frankfurt, Hamburgo y Colonia.

El nivel de conocimiento de la actividad de Euronews resultó similar al de CNN, a pesar de que ésta llevaba varios años funcionando con anterioridad. Los datos de audiencia resultaron favorables: el 39% de los telespectadores seguían Euronews, un 33% a CNN.

Respecto a la audiencia de las redes terrestres, Euronews en la RAI 1, por ejemplo, tenía una audiencia de casi 20% (esta cifra según indicaban datos de Euronews se basaba en el periodo entre el 15 y el 31 de marzo de 1994), lo que hacía que este programa fuera el de mayor audiencia en Italia en las primeras horas de la mañana. Euronews se difundía en France 3 a las 6:00 y las 7:00 de la mañana y ahí también se contaba con una audiencia media de aproximadamente el 20%. En España, el éxito de Euronews en TVE 2 entre las 6:00 y las 7:00 de la mañana había llevado a la RTVE a añadirlo en la escala de la TVE 1 entre las 7:00 y las 7:30 de la mañana. La Radio Televisión Pública Suiza, SSR y SRG distribuía Euronews en los cuatro programas terrestres hasta cinco horas por día (TSI de lunes a viernes). Euronews tenía una parte de audiencia entre el 7% y el 14% según un estudio realizado entre agosto y octubre de 1993 por SSR-SRC.

La televisión pública finlandesa YLE difundía Euronews entre diez minutos y media hora. Los datos referentes al público en YLE ponían de relieve que una parte de la audiencia se elevaba al 70% (domingo 24:00) y una media del 24'9%.

Como comentaba Madinaveitia (1995), las mayores audiencias se concentraban en lugares de media y alta población y por ello el televisor se mantenía encendido durante más tiempo sobre todo por la noche.

En términos generales, en el mundo televisivo y audiovisual, los grandes acontecimientos determinaban también en cierto modo el nivel de audiencia. Había que conseguir la mayor audiencia posible para recibir determinados ingresos en concepto de publicidad.

De igual manera, interesaba saber cuándo el televisor estaba encendido y de qué señal se nutría. Para el estudio de audiencias era clave saber quién estaba viendo la televisión y cuándo se marchaba. Para ello existía un mando a distancia con el que cada miembro de la familia tenía su pulsor que accionaba cada vez que veía la televisión; y

así los datos de cada hogar llegaban a un ordenador central, todo ello, con las deficiencias que conllevaba.

El auge de la Televisión por cable en España había sido progresivo <sup>46</sup>. Así, a comienzos de 1996 se reflejaba en la prensa esta expansión y auge que desde unos años atrás se había venido anunciando <sup>47</sup>.

Suiza era el país que más horas de retransmisión vía terrestre tenía. Distribuía Euronews en los 4 canales terrestres hasta 5 horas al día.

Ya en agosto de 1995, Euronews había anunciado el cambio de su programación de acuerdo con las perspectivas de la audiencia. *“En chiffres. On millions de fyers en Europe peuvent recevoir la chame européenne de télévision d’informations permanentes Euronews. En 1996, la grille sera renouvelée.”* <sup>48</sup> Esto, unido a la noticia del aumento en el número de abonados al cable, hacía prever buenas perspectivas para la cadena como se señalaba por Françoise Sampermans vicepresidente de Euronews que veía perspectivas optimistas con el plan de relanzamiento de la cadena. *“Euronews indique que elle mettra en place un egrille de programmes renouvelée en 1996, qui affirme-t-elle, répondra davantage p J’attente des téléspectateurs.”*(....) *A la suite d’une réunion de direction tenue jeudi, Euronews indique que la dirigeante de la Générale Occidentale , Mine Françoise Sampermans, maintenant vice -présidente de la chame, s’est dite très optimiste affirmant que le plan de relance pour 1996 est en nonne voie”* <sup>49</sup>

En 1996 se produjo un hecho de gran interés. Euronews junto a otras cadenas de difusiones paneuropeas formaron una nueva asociación con el objetivo de perfeccionar la

---

<sup>46</sup> En una información en *Expansión*, 28/12/1995, se hacía referencia al año 2002, fecha en que serían obtenidos los primeros beneficios que esperaba obtener la empresa de cable CTC, Cable y Televisión de Cataluña, consorcio liderado por US West. BARROSO, Javier (1995) Cablevisión anuncia una oferta de televisión por cable para Alcorcón.

*El País* también se hizo eco de estas novedades ver, por ejemplo: La oferta de Cablevisión incluye por supuesto a Euronews además de la BBC, CNN etc....En: *El País*, 30/12/1995.

<sup>47</sup> Ver, por ejemplo: El despliegue del cable en España, en *El País*, 9/2/1996.

<sup>48</sup> En: *L’Argus de la presse*, Paris, agosto de 1995

<sup>49</sup> Traducción libre del texto original: *“Euronews indique que elle mettra en place un egrille de programmes renouvelée en 1996, qui affirme-t-elle, répondra davantage p J’attente des téléspectateurs.”*(....) *A la suite d’une réunion de direction tenue jeudi, Euronews indique que la dirigeante de la Générale Occidentale , Mine Françoise Sampermans, maintenant vice -présidente de la chame, s’est dite très optimiste affirmant que le plan de relance pour 1996 est en nonne voie”*. En: *Al Bayane*, Casablanca Maroc, 2 de agosto de 1995.

medición de las audiencias de sus canales en su ámbito de cobertura. El presidente de la nueva asociación era Didier Mormesse, director de Marketing de Eurosport.

Dicha asociación era la *Pan-European Television Research Group*, formada por las cadenas MTV, EBN, CNNI, BBC World, UAP, Eurosport, TV 5, TNT Cartoon Network, TNT Classic Movies, NBC, Super channel y Euronews<sup>50</sup>.

Los estudios de audiencias se realizaban con la colaboración de especialistas de todos los sectores de la industria para asegurar la fiabilidad de los datos. Las principales cadenas paneuropeas contaban con audiencias potenciales que llegaban, como en el caso de MTV, a superar los 60 millones de suscriptores, con un incremento anual del 31% en 1996. Las cadenas de ámbito paneuropeo habían experimentado un incremento de la audiencia del 20 al 40% según estudios de esta asociación. Eurosport llegaba a los 58.675.000 suscriptores. CNNI obtenía en Europa 55 millones de espectadores potenciales. TV 5 31 millones de suscriptores. TNT Cartoon 253 millones y Euronews 18.595.000.<sup>51</sup>

En 1997, los datos ofrecidos por IP Network 15/5/98, en *EMS 97 Summary of the results*, revelaban algunas novedades como que en el marco general internacional del mundo de la televisión los canales de información eran los favoritos. Euronews se situaba entre los canales líderes detrás de: Eurosport, CNNI, y MTV Eur. El estudio de audiencia de 1997 revelaba que Euronews podía ser considerado como un verdadero canal alternativo europeo. Los datos obtenidos en el estudio de audiencia correspondiente a 1997, revelaban que “*Euronews now offers the powerful European alternative*”<sup>52</sup>.

El área central del estudio de audiencia de 1997 era el formado por Alemania, Francia, España e Italia en cuyo conjunto, la audiencia de Euronews se situaba por encima de la CNNI. El estudio por países revelaba que en Alemania era el canal más visto, así como en Francia y España, países en los cuales se superaba en audiencia a la CNNI. En Italia, las cuotas de audiencia estaban alcanzando de forma rápida al CNNI. Los datos de 1997 y 1998 señalaban que la audiencia en Europa era de 91 millones de hogares superando a la CNN. Los resultados eran los siguientes: Euronews 91 (millones), CNN 84, NBC 68, BBC WORLD 31 y EBN 23.

---

<sup>50</sup> Ver, por ejemplo: “Nace una empresa de audimetría de las TV por cable de Europa” (1996) en *ABC*, 2 de marzo. Según datos facilitados por Kagan World Media correspondientes.

<sup>51</sup> Datos obtenidos en la noticia: “Las TV europeas perfeccionarán la medición de sus audiencias” (1996) en *Levante*, 1 de marzo

<sup>52</sup> En *EMS 97. Summary of the results*, IP Network 15/5/98.

#### 8.4.2 - Una audiencia concreta, preparada y especializada

La audiencia media de Euronews según fuentes propias facilitadas por la cadena, tenía las siguientes características generales: predominaba el público masculino y se trataba de un telespectador medio joven. El estudio señalaba que se trataba también de personas atraídas por las nuevas tecnologías.

En el primer estudio de viabilidad de la cadena Euronews se concluía que, tanto si la difusión era exclusivamente por satélite como si a ello se unía la difusión por cable y la hertziana, la audiencia sería siempre relativamente minoritaria, pero “indiscutiblemente elitista”: los que deciden, las clases medias y superiores de la población y o intelectuales; en fin, todos aquellos que tenían interés en la información y la actividad internacional. Además, se tenía en cuenta que una cadena de estas características podía reclutar un público juvenil, por lo general abierto a las propuestas europeas en razón de su curiosidad universal, y, por otro lado, además, porque eran a menudo los primeros auditores-espectadores de los nuevos soportes de la comunicación (González Martín, 1995).

En términos generales se puede decir que el medio televisivo había popularizado y legitimado la representación política al propagar el discurso de los profesionales de la política y el espacio público a niveles extraordinarios. El consumo de la televisión además de haberse especializado se había individualizado. En los hogares cada vez existían más aparatos de televisión para cada miembro de la familia.

Respecto a la audiencia, se puede señalar que era el medio el que por su carácter seleccionaba a la misma. Se había hablado de la segmentación de la televisión; por tanto de la segmentación de las audiencias. Velázquez (1994) comentaba que de igual forma en que el medio organizaba sus contenidos, también decidía, en función de su programación, cuál era el público potencial al que se dirigía.

En resumen, estas eran las características de la audiencia de Euronews facilitadas por la propia cadena para nuestra investigación:

- Era predominantemente masculina: 84%.
- Constaba de personas que ocupaban puestos de responsabilidad: 64%.
- La edad de la audiencia era relativamente joven: el 50% tenía entre 25 y 44 años.
- Se trataba de un público que se sentía muy atraído por las nuevas tecnologías: el 84% poseía video; el 70% tenía dos o más televisores; el 70%, equipo HIFI; el 68%, un lector de discos compactos; el 26%, teléfono móvil; y el 62%, un ordenador personal.

Dentro de los estudios de audiencia por cable facilitados por Euronews se destacaba que el 82% de los telespectadores franceses del cable recibían Euronews

(diciembre 1994). Entre ellos, el 14% veía Euronews cada semana. Esta cifra alcanzaba el 21% en las personas de clase social y profesional superior. El estudio ponía también de manifiesto que, en comparación con el espectador corriente de televisión por cable, el tipo de audiencia de Euronews presentaba un porcentaje de hombres mayor, más joven y de clase socio-profesional más elevada.

En 1999, se destacaba un hecho significativo en cuanto a la audiencia y era que debido a los acuerdos con Eurosport y MTV, se conseguía llegar a un público juvenil. Desde luego, el espectador medio de Euronews, según su presidente entonces José Vila, era alguien que estaba pendiente y quería ser informado de la actualidad de forma rápida de lo que pasaba en su continente. En cuanto a las profesiones del espectador de Euronews eran de ámbito variado, pero, sobre todo, destacaban los políticos y funcionarios de la Comisión. Era también el canal más visto en Bruselas, centro neurálgico y burocrático de la UE <sup>53</sup>

Las cadenas de televisión temáticas iban conformándose de forma progresiva como las favoritas ya que estaban orientadas a un tipo de espectador que las elegía a propósito y que respondían así a una demanda muy determinada.

La década de los 90 marcó una mayor expansión de este tipo de canales. En un principio, los canales temáticos deportivos gozaban de mayor éxito ya que era pequeña la oferta que se ofrecía en los informativos diarios para un espectador interesado en ese ámbito.

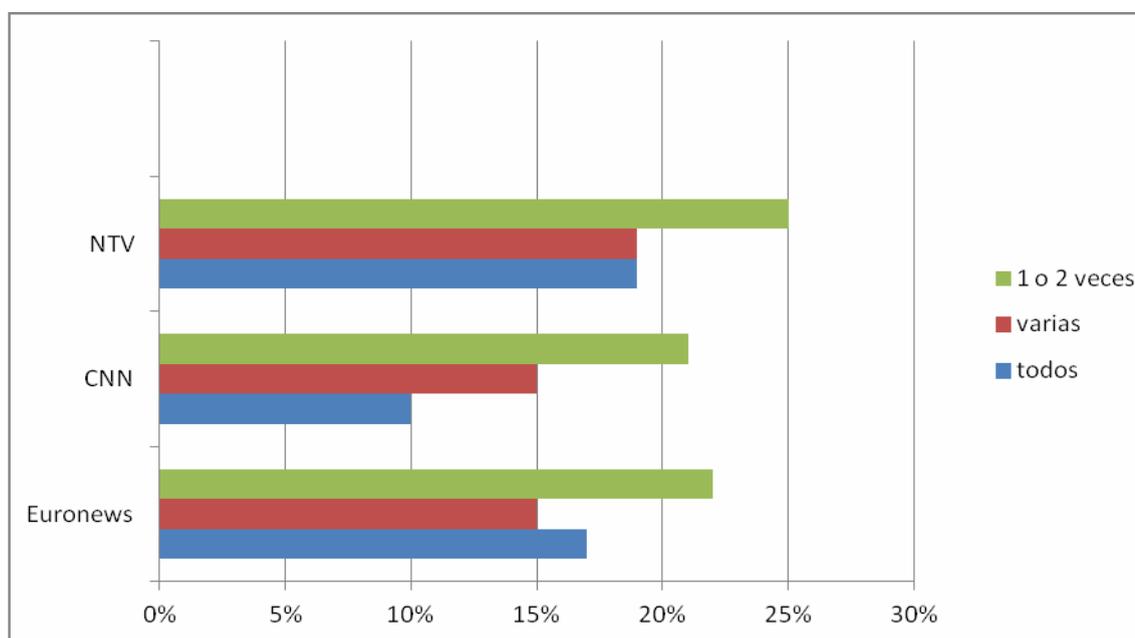
Eurosport contaba con un 20,75% de la audiencia en España; la cadena musical MTV era vista por el 17'28%; y las cadenas de información como Euronews ya contaban con el 15'56%. Hay que señalar que cuando tuvo lugar esta encuesta Euronews apenas contaba con un año y medio de emisión, a diferencia de Eurosport o CNN <sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> Datos que se recogen en Romero (1999)

<sup>54</sup> Ver en *El Mundo*, 30/9/1994. En esta información se ofrecen datos de audiencia ofrecidos por la revista especializada Infosatel.

En la Bélgica francófona, un estudio realizado por *Audimétrie CJM* en 1995 ponía de manifiesto que Euronews tenía una cuota de mercado del 31 % comparado con el 1'2% de CNN y 0'4 5 de Super Channel. Este estudio mostraba también un crecimiento permanente de la audiencia de Euronews en comparación con otros canales. Otros datos como que el 76% de las personas que habían respondido veían Euronews al menos cinco días por semana; el 64% de ellas veía Euronews dos o más veces por día; el 72% de las personas encuestadas veían Euronews media hora por día o más; y el 11% declaraba ver los informativos más de dos horas (34% en Alemania), o que el 35% de las personas encuestadas no veía ningún otro programa de información.



Gráfica 3.- Gráfica de elaboración propia sobre el visionado de los canales en Europa a partir de datos facilitados por Euronews del 18 de enero de 1995

Un 17% veía todos los días Euronews; un 15% varias veces por semana; y un 22%, una o dos veces por semana en comparación con las cifras que tenía CNN y N-TV, ambas ligeramente por encima de Euronews.

A través de los datos de un estudio llevado a cabo por *Audimetri CIM* (Investigación efectuada sobre una muestra de 607 hogares en enero de 1994) facilitados por la sección de Relaciones Externas de Euronews, se señalaba que en Bélgica se había mostrado que la audiencia de Euronews (27%) era considerablemente mayor que aquella de CNN (0,3%) y de *Super Channel* (0'6%). Respecto a TBK de Noruega, la audiencia era de más de la mitad de los telespectadores. Entre los programas que habían obtenido menos de 50% de los votos se encontraban: *Deutsche Welle* (36'74%) y *TV 5* (31'73%).

Euronews llevó a cabo en 1994, un análisis sobre los datos de audiencia en Francia. Este estudio demostraba también el éxito del cable en ciudades como París. Un estudio realizado en la red Ci de Paris había demostrado que Euronews era uno de los programas temáticos más populares. Era más visto que cualquier otro programa paneuropeo: CNN, BBC o TV5

Igualmente, los informes de 1994 realizados por SOFRES en 3.713 hogares franceses provistos de cable demostraban que el 10% de las personas mayores de 15 años en hogares con cable habían visto Euronews al menos 15 minutos durante la semana del sondeo.

En los hogares donde estaba disponible Euronews, la cifra era de 12%. CNN obtenía en los dos casos 1%. Respecto a las personas PCS (profesiones de categoría superior), la cifra era del 13% para Euronews y de 1% para CNN. La cuota de mercado de Euronews era del 0.6% mientras que CNN recogía el 0,1%, según datos recogidos en un Estudio realizado por SOFRES entre el 5 de marzo y el 1 de abril de 1994.

Hemos apreciado que, según los datos ofrecidos por la cadena, los resultados en cuanto a la audiencia de Euronews en los diferentes estudios eran a menudo comparados con la CNN, su principal competidor, aunque no era el único.

Se subrayaba en el dossier de audiencia de 1996 que Euronews solía contemplarse con más frecuencia que CNN. El 54% veían como mínimo una vez a la semana y el 17% cada día. Sólo el 10% de los telespectadores veían CNN cada día según datos facilitados por Euronews en febrero de 1996. Queremos señalar que en los datos sobre la audiencia que ofrecía Euronews, se subrayaban los índices comparativos con la CNN y, por otro lado, se priorizaban los resultados de la audiencia en Alemania en comparación con la CNN. Es quizá uno de los aspectos de la información facilitada por la cadena que más llaman la atención ya que hasta el momento Alemania no participaba como socio accionista. Podía ser esta una manera de mantener en alerta a este país sobre los resultados positivos de Euronews de cara a que decidiera plantearse un apoyo más sólido a Euronews.

El 73% de las personas encuestadas indicaban en el mismo dossier de 1996 que Euronews era muy/extremadamente interesante (entre 8 y 10 en una escala de 1 a 10). El 69% de las personas encuestadas afirmaban que era un programa muy/extremadamente informativo. El 66% de los encuestados señalaban que Euronews era muy/extremadamente actualizado.

Más de la mitad de los telespectadores del cable de Noruega TBK deseaban ver Euronews. Así, en noviembre de 1993 TBK Kable TV consultó a 45.000 telespectadores

acerca de los programas que deseaban ver. Para estar presente en las redes del cable cada programa debía obtener más del 50% de los votos. Euronews obtuvo un voto medio de 53'51% y fue seleccionado en 16 redes del país, incluyendo Oslo, Trondheim, Maloy, Bodo y Lillehammer.

La BBC fue seleccionada únicamente por seis redes y Sky News solamente por una. Un estudio realizado en la red Ci de París demostró que Euronews era uno de los programas temáticos más populares. Resultaba que Euronews, con el 1,82 de la audiencia, era más vista que cualquier otro programa paneuropeo: CNN (0,86); BBC (0,75); y TV5 (1,4). En Suiza, SSR-SRG distribuía Euronews en los cuatro programas terrestres hasta 5 horas por día (TSI de lunes a viernes). Por otro lado, era el programa de información más popular en Bélgica francófona. Un estudio realizado por Audimétrie CIM en Bélgica mostró que la audiencia de Euronews (2'7%) era considerablemente mayor que la de CNN (1'3%) y de Super Channel (0'6%) de octubre de 1993 a enero de 1994.

Parecía existir una verdadera rivalidad entre CNN y Euronews a propósito de la audiencia. No por el enfrentamiento o competitividad directa de las cadenas, sino por parte, sobre todo, de los medios de comunicación que desde un principio habían querido subrayar esta oposición / comparación; y del modo en que se había ido reflejando en la prensa. Lo que sí era cierto es que CNN emitía un canal especial destinado a Europa y que Euronews no parecía suponer un potente enemigo. Hemos constatado los numerosos artículos de prensa tanto diarios como en prensa especializada en los cuales se comparaba a Euronews con la CNN <sup>55</sup>.

Desde la prensa surgieron como habituales las deficiencias de la cadena Euronews. La mayor parte de las noticias a lo largo de sus primeros tres años se referían a las pérdidas económicas y a la búsqueda de una salida de viabilidad para su mantenimiento. Por ejemplo, en un artículo publicado en *The Economist* en 1995, se hacía referencia a las deficiencias de la cadena y a la que se le denominaba “curiosa criatura”. En este análisis se decía que el principal rival de CNN era la *BBC World*. Se comparaba en el artículo las ganancias de *BBC World* con las de Euronews.

En un país como Estados Unidos donde el cable había tocado techo, la CNN

---

<sup>55</sup> Por ejemplo: “Cambia faccia Euronews il consorzio che da tre anni raggruppa le principali televisioni pubbliche europee, definito “la CNN europea” del Vecchio continente.” En: *Panorama Italia*, 18/8/1995

esperaba obtener suculentos beneficios en Europa, aunque no sólo en Europa <sup>56</sup>.

## 8.5- El sentido del éxito de Euronews fuera de Europa

La demanda de Euronews en América Latina y en la Federación Rusa empezaba a ser creciente. Tanto al otro lado del Atlántico como al Este de Europa, interesaba la percepción europea de los acontecimientos de carácter internacional y los desarrollos políticos que se estaban dando dentro de la Unión Europea como la ampliación hacia los países del Este, el acercamiento hacia el Mercosur, entre otros.

La televisión ofrecía la posibilidad de publicitar y promocionar no sólo productos de consumo o actividades, sino países, culturas, y valores (González Martín,1995). Un ejemplo lo podemos encontrar en el origen mismo de la cadena puesto que ya en los albores del proyecto ya Alemania, Francia y Gran Bretaña habían mostrado su interés por aprovechar su potencial audiovisual para exportar al Este su civilización. Luego pudo comprobarse que cada uno de estos tres países, mediante sus televisiones públicas, llegó a considerar el proyecto Euronews como un medio ideal para hacer llegar la cultura, las formas de vida, etc. de occidente. Estaba claro que el proyecto, aunque sería de índole europea en su conjunto, albergaba la consideración de servir preferentemente a los países mencionados.

Esta pugna se dejaba sentir de igual manera en el posterior combate por conseguir la sede para la cadena. Todos estos acontecimientos nos hacen constatar una vez más que la televisión tenía un poder inconmensurable como transmisor de valores y que constituía el medio de ocio más accesible y que cada ciudadano poseía en su hogar. Además, se había instalado cómodamente en la sociedad de consumo (Zorrilla Castresana,1990)

Además de instrumento de ocio, la televisión era al mismo tiempo la cara visible de la publicidad, el vehículo más eficaz de los mensajes publicitarios, el soporte imprescindible del consumo, y, por ende, de la economía. Más de una tercera parte de los programas infantiles se importaban del exterior, de los cuales casi la mitad provenía de EEUU. Zorrilla Castresana (1990), sobre los hábitos del ocio relacionados con el consumo ya apuntaba sobre este aspecto que: “Sin televisión, la civilización capitalista correría el riesgo de desaparecer” (Zorrilla Castresana,1990:114). Según explicaba el

---

<sup>56</sup> “The growth of cable television audiences has slowed in the United States. But CNN expect audiences in Europe, Asia and Latin America expand by 15-20% a year over the next five years”. En: *The Economist*. Septiembre, 1995

mismo autor, esta afirmación tal vez podía parecer exagerada. Sin embargo, señalaba que algo debía haber de cierto cuando EEUU se oponía a las pretensiones de la entonces Comunidad Europea de restringir la importación de productos de televisión extranjeros en la futura televisión europea. La dependencia de las importaciones por parte de las televisiones europeas hasta los años 80 del siglo XX era notable, como ya hemos señalado en anteriores ocasiones. Solamente EEUU producía casi la mitad de todas las películas y series emitidas por todas las televisiones europeas. Lo mismo sucedía en los países del Mercosur. El mismo autor señalaba que el 70% de los programas de entretenimiento que veían los espectadores europeos correspondía a producciones ajenas, principalmente norteamericanas y británicas que representaban sólo ellas la mitad de este género de programas. En España hasta el 87% de las películas eran de importación: Películas 87%, documentales 86%, programas Infantiles 51% y musicales y deportivos 26%. (Ver en Anexo gráfico nº 1)

Afirmaba que esta dependencia de los productos audiovisuales americanos trascendía al campo del simple entretenimiento e incidía directamente en el ámbito del consumo: “El cine americano nos ha impuesto, no sólo un gusto por unas formas de relatos, sino las necesidades americanas y su consumo” (Zorrilla Castresana,1990:115)

Según Mc Luhan (1968), en cuanto al cine, la totalidad del modo de vida americano se transformaba en la pantalla en un interminable anuncio. Señalaba que todo lo que los actores o actrices llevaban se transformaba en un anuncio como jamás se hubiera podido inventar. El cuarto de baño, la cocina, el automóvil americano se transformaban, como todo lo demás, en un decorado de las mil y una noches. De ello, resultaba que todos los anuncios publicados en la prensa y magazines deberían parecerse necesariamente a escenas de una película. Seguía sucediendo así, aunque, desde que existía la televisión, la puesta a punto debía ser más flexible.

La televisión era por tanto un poderoso medio para, a través de la imagen, producir hábitos de consumo. La publicidad televisiva era un eficaz medio de persuasión. La publicidad más que presentarnos productos lo que representaba eran modos de vida. Era obvio que los más indefensos ante esta culturización consumista eran los niños, que a su vez eran el sector de población más adictos a ver la programación de televisión. Cuando se estaba viendo una película, pensando pasar unos momentos de ocio o entretenimiento, se estaban en realidad asimilando las formas de consumo que presentaban los relatos. La televisión había logrado un notable éxito para inducir hábitos de consumo según Mc Luhan (1968) y la publicidad comercial se había transformado, gracias a la televisión,

en la más sutil y refinada forma de persuasión.

En este sentido, en el caso de la televisión en América Latina se asistía a la constante norteamericanización de los productos culturales. Desde hacía varias décadas se venía insistiendo en ese problema en América Latina, como se apuntaba en (AAVV,1994) “Comunicación, Identidad e Integración latinoamericana”. La constante y avasalladora industria cultural norteamericana había dado lugar a que existiera un amplio campo de debate en torno al tema audiovisual. Los modelos de televisión en América Latina habían mimetizado el modelo norteamericano por lo que existía una tradición cultural, un modo de hacer típicamente comercial. Lo que sí era exclusivamente autóctono eran las telenovelas (caso sobre todo en el caso de Brasil y México,) aunque en éstas los modos de vida, hábitos y costumbres eran un reflejo del “american way of life” en muchas ocasiones (AAVV,1994).

La importación de productos audiovisuales norteamericanos era constante. Pero no sólo eso. Se copiaban los formatos a la hora de realizar producción propia, se masificaba la imitación y se ajustaban los programas al ideal de un público. En Europa, con los géneros de ficción sucedía lo mismo y en el caso del cine era aún más acusado, ya que la mayor parte de las películas que se exhibían eran norteamericanas. Se llegó a decir lo siguiente: “Esto sucede al magnificarse la creencia en la tecnología norteamericana y al perderse la fe en la originalidad nacionalista”

Las industrias de los medios (Tyner, 1993) hacían que aumentaran en miles de millones las economías y constituían una de las mayores exportaciones de los Estados Unidos. Además de los negocios que generaban los productos audiovisuales, los subproductos y servicios que dependían de las industrias de la media generaban miles de millones más.

Los factores comerciales como la distribución, los costes técnicos, los costes laborales, la propiedad y las ventas potenciales publicitarias influían en el contenido.

La televisión comercial era el nuevo canon de vida, donde la publicidad era el centro de la ideología dominante. Se garantizaba a los anunciantes que un cierto número de consumidores verían sus anuncios y serían su objetivo para la venta de productos según Tyner (1993). La publicidad dirigía la industria de los medios. El artículo que se compraba y se vendía, constataba la autora era la audiencia.

## 8.6- Resumen

Después de los datos expuestos sobre la audiencia de Euronews y su tipología, queremos señalar que las audiencias no son entidades pasivas. Podemos parecer pasivos cuando estamos inmóviles ante un libro o un televisor, pero nuestras mentes están trabajando para darle sentido a la información que estamos recibiendo. De esta manera, aprendemos a averiguar los códigos y los convencionalismos de los medios y a ‘leer’ de alguna manera el mensaje o darle un significado. Lo hacemos como individuos y, en formas predecibles, como grupos (Tyner,1993)

Nuestros gustos sobre los contenidos y las formas de los documentos audiovisuales cambian con la edad, los anunciantes lo saben y tratan de llegar a nosotros como individuos y como audiencia. Muchos estudiosos en temas de comunicación hacían hincapié en la importancia de alfabetizarse audiovisualmente para poder entender y manejar los medios como por ejemplo Kathleen Tyner, profesora de periodismo y productora de televisión. Era entonces directora fundadora de “Strategies for Media Literacy” organización de San Francisco que promocionaba la educación audiovisual en Estados Unidos.

El objetivo de Euronews era complementar los telediarios de las cadenas de televisión nacionales, al facilitar a los espectadores una perspectiva europea de los acontecimientos internacionales. Los telediarios se alternaban con programas temáticos para cada público, informaciones económicas y financieras dirigidas al mundo de los negocios, espacios para las familias, y programas específicos para jóvenes.

La propia cadena señalaba que los objetivos que se trazaron en su origen se habían cumplido. Así lo refutaban los estudios realizados por la firma británica *Numbers* de Londres a finales de 1993<sup>57</sup>.

Además, con la incorporación de nuevos idiomas, se abrían grandes posibilidades de conseguir mejores cuotas de audiencia y como consecuencia, mayores ingresos por publicidad. Las posibilidades en general eran enormes teniendo en cuenta los cambios tecnológicos que se derivaban de la emisión en tecnología digital a partir desde el 1 de enero de 1999.

Como hemos señalado, las emisiones de Euronews llegaban también a América Latina. Estratégicamente, la puesta en marcha del sistema Hispasat se producía poco antes de la presidencia española del Consejo de la Unión Europea que tuvo lugar durante

---

<sup>57</sup> Documentos recibidos desde Euronews en septiembre de 1994

la segunda mitad de 1995. Precisamente uno de los logros de esa presidencia fue la firma del acuerdo de la UE con el Mercosur que constituía uno de los objetivos en materia económica y cultural que fueron trazados en relación con el otro lado del Atlántico. Parecía que existía una cierta demanda de temas europeos, y las emisiones de Euronews a través de la difusión del canal internacional de TVE comenzaron a cubrirla.

Concluimos que desde otros procesos de integración se asistía con verdadero interés a todo lo que acontecía en Europa. En el caso del Mercosur, el canal Euronews causó gran interés, de la misma manera que se interesaron en su momento por la puesta en marcha de la moneda única europea y en general por la evolución del proceso de integración europeo que suponía un fenómeno de integración único en el mundo y en la Historia <sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> Bouzas (1993); Bouzas y Lustig (1992); Mangas (1995); Gratius (1993); Grandi (1995)



## 9- LA BÚSQUEDA DE UN LUGAR PARA EURONEWS EN LA POLÍTICA AUDIOVISUAL EUROPEA: LA BASE PARA LA FORMACIÓN DE UNA RED INFORMATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

“Cuando en 1984, Etienne Davignon presentó el programa Esprit sobre las tecnologías de la Información en nombre de la Comisión, se refirió a dichas tecnologías como el fermento y catalizador de la Tercera Revolución Industrial que cambiará profundamente nuestra sociedad y determinará el éxito de Europa frente al mundo”.

**Pascal Fontaine**



## 9.1- Introducción

La política Audiovisual de la UE se ha cimentado hasta 2020 en las siguientes Directivas:

-Directiva “Televisión sin fronteras” 89/552/CEE del Consejo del 3 de octubre de 1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DO L 298 de 17.10.1989 .p.23)

-Directiva de “Servicios de comunicación audiovisual” 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

-Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual DO L 95 de 15.4.2010, p.1)

Y,

-Directiva UE 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo del 14 de noviembre de 2018 por la que se modifica la directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

Se examinan en este capítulo las medidas y los programas orientados hacia el desarrollo de lo audiovisual que se habían puesto en marcha en la Unión Europea en los años 90 del s.XX y hasta 2003 (nuestro periodo de investigación) y en qué medida Euronews participaba de ellos. Se verá qué es lo que se había establecido hasta nuestro periodo de análisis investigado y la necesidad que demandaba el contexto internacional. Se concluirá con una observación de interés que es precisamente el resaltar algunas posibilidades que ofrecía Euronews como primer germen de una red informativa en la Unión Europea en el nuevo contexto de la sociedad de la información y donde la industria del conocimiento cobraba un especial relieve.

Hay que señalar que, desde mediados de los años 80 del siglo XX, los problemas

del sector audiovisual ocupaban el primer plano de la actualidad europea, como habían subrayado en repetidas ocasiones, las resoluciones adoptadas por los jefes de Estado o de Gobierno de los países comunitarios. Sin embargo, y a pesar de esta preocupación, los pasos que se habían ido dando habían sido cortos en su alcance y muchos los obstáculos para conseguir un verdadero desarrollo de lo audiovisual en Europa.

El proceso de formación de una política específica comunitaria tuvo sus inicios en una Resolución del Parlamento Europeo de 12 de marzo de 1982 relativa a la Televisión y a la radiodifusión en la Comunidad Económica Europea (según se citaba en El documento DOC 87 de 5 de abril de 1982, pg. 10 y ss). Esta Resolución surgió como resultado de la aparición del debate sobre los proyectos de Televisión Vía Satélite que empezaban a surgir en aquel momento. Lo que se echaba en falta era una verdadera política audiovisual a nivel europeo que debía basarse en varios niveles tanto estatales como subestatales. Esta preocupación queda patente dos años después, en mayo de 1984, cuando la Comisión publicó el Libro Verde sobre la Televisión sin Fronteras. Con este documento se observaba ya un creciente interés por el tema audiovisual. Posteriormente, en 1986, apareció el programa MEDIA. En 1988, el Parlamento Europeo expresó por vez primera la necesidad de establecer una política europea en materia Audiovisual. Otro hito quedó marcado por el libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo, adoptado por el Consejo Europeo en diciembre de 1993, que abrió el debate sobre los grandes cambios que se habían producido en la sociedad hasta perfilarse el final del siglo XX. En particular, el sector audiovisual era el que se presentaba en el documento como un campo que abría posibilidades para el crecimiento y para la creación de empleo. Sin embargo, las referencias en torno a Euronews habían sido escasas y las alusiones hacia sus posibilidades casi inexistentes.

En este contexto, los programas televisivos merecían por sus características una particular atención. Por ello, surgió en 1994 el Libro Verde de la Comisión Europea “Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea” en el que se ponía de manifiesto que los programas televisivos eran vectores privilegiados de las culturas europeas y testigos vivos de las tradiciones de cada país y que por ello merecían especial atención. Constituían el pilar de la diversificación futura de este sector.

Respecto a la normativa existente de la época, cabe hacer referencia también a la Directiva “Cable satélite” (Directiva 93/83/CEE sobre coordinación de determinadas disposiciones relativas a los derechos de autor y derechos afines en el ámbito de la

radiodifusión vía satélite y la distribución por cable), que estableció las normas que permitían el ejercicio de los derechos de autor y derechos afines en el contexto de la radiodifusión por satélite y por cable. Y otras dos directivas: la Directiva 92/100/CEE sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines; y la Directiva 93/89/CEE relativa a la armonización del plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos afines de manera general, de aplicación más amplia que el sector exclusivamente audiovisual, que facilitaban algunas actividades transnacionales.

## 9.2- Un complejo marco regulador de la radiodifusión transfronteriza en Europa

Las iniciativas señaladas y otras <sup>1</sup> se habían centrado en la supresión de restricciones jurídicas y técnicas a la libertad de los servicios de radiodifusión transfronterizos de los Estados miembros.

Dado que las divergencias entre las distintas legislaciones nacionales podían constituir un obstáculo para la radiodifusión transfronteriza, el Consejo adoptó la Directiva Televisión sin Fronteras TSF, 89/552, de 3 de octubre de 1989. Dicha directiva se aprobó en el marco del procedimiento de cooperación con el Parlamento Europeo y se sometió a votación por mayoría cualificada en el Consejo y entró en vigor el 3 de octubre de 1991.

Se puede afirmar que aquel 3 de octubre de 1989, el Consejo de ministros de la UE sentaba las bases del marco normativo europeo adoptando dicha Directiva <sup>2</sup>eliminando los obstáculos a la libre circulación de programas de radiodifusión televisiva en la entonces Comunidad Europea. Esta Directiva constituía, por lo tanto, el marco jurídico de referencia para la radiodifusión en la UE y que ha sido analizado por diversos autores <sup>3</sup>.

En mayo de 1996, el Consejo de la UE aprobó su revisión. Así, adoptó una posición común el 8 de julio de 1996 y el Parlamento Europeo en segunda lectura lo aprobó el

---

<sup>1</sup> Tenemos que señalar que existe un preciso historial sobre lo audiovisual en la UE interesante para obtener una información a modo de consulta en: *Fichas Técnicas sobre el Parlamento Europeo y las actividades de la Unión Europea* (1994), Parlamento Europeo, Dirección General de Estudios, pg. 247. Sobre la directiva TSF ver: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM:I24101>

<sup>2</sup> Directiva del Consejo de 3/10/1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (89/522/CEE) publicada en el DOCE n° L298 del 17. 10. 1989

<sup>3</sup> Como literatura de referencia del momento para ver un estudio exhaustivo de análisis jurídico en cuanto a la directiva Televisión Sin Fronteras ver entre otros: Martín Y Pérez De Nancalres (1995); Malanczuk (1996); Schwarz (1996); Wilkins (1991); Dietz (1989); Diez-Hochleitner Rodríguez (1990).

12 de noviembre de ese mismo año. Finalmente, el 16 de abril de 1997 el Comité de Conciliación del Parlamento Europeo y el Consejo acordaron aprobar la nueva Directiva Televisión sin Fronteras. El principio que lo sustentaba era que, dentro del ámbito de la Directiva, las cadenas de televisión solo estaban sujetas a la ley de su país de origen y que el país receptor no podía obstaculizar la retransmisión de sus programas.

Esta directiva creó así el marco de referencia para la libre circulación de servicios de radiodifusión televisiva. En este sentido, y como señalaba el Libro Verde sobre política audiovisual en la Unión Europea de abril de 1994, establecía unas normas comunes en materia de publicidad. Al tratarse de uno de los servicios de radiodifusión, el alcance de estas normas transcendía ampliamente las consideraciones de interés general, como por ejemplo la protección de los consumidores.

La limitación de los tiempos de emisión que los organismos de radiodifusión podían dedicar a la publicidad y las normas relativas al número y momento de las interrupciones publicitarias autorizadas determinaban en parte los ingresos de los organismos de radiodifusión, y, por consiguiente, su capacidad para invertir en la producción o compra de programas audiovisuales. Respecto a esto, debía tenerse en cuenta la totalidad del marco normativo a la hora de determinar los equilibrios necesarios para el desarrollo de la industria de programas <sup>4</sup>.

Para garantizar esta libertad de circulación, la Directiva “Televisión sin Fronteras” establecía una armonización de normas sobre los siguientes aspectos:

#### 1- Publicidad y patrocinio

El volumen publicitario quedaba limitado al 15% del total del tiempo diario de antena y al 20% del tiempo por hora. Por norma general debía insertarse entre los programas o partes independientes de los mismos. Además, la Directiva prohibía la publicidad sobre el tabaco y determinadas clases de medicamentos y limitaba la publicidad de bebidas alcohólicas.

#### 2- Protección de menores

Los programas debían respetar el desarrollo personal de los jóvenes y no causarles perjuicios graves. Por tanto, debía excluirse cualquier incitación a la violencia, la pornografía o el racismo entre otras cuestiones. Este respeto de los menores se aplicaba a los mensajes publicitarios que, por otra parte, no podían ni incitarlos directamente a la

---

<sup>4</sup> COMISIÓN EUROPEA(1994), *Libro Verde sobre Política Audiovisual en la Unión Europea*, Abril, pg.26

compra, ni explotar la inexperiencia o credulidad de los niños y adolescentes.

### 3- Derecho de réplica

Este derecho y la posibilidad de recurso legal debían estar garantizados por todos los organismos de radiodifusión de los Estados Miembros.

Por otra parte, la Directiva perseguía también un objetivo cultural con el fomento de la distribución de las producciones audiovisuales europeas. Para ello, exigía que las cadenas reservaran un mínimo del 10% de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes de los organismos de radiodifusión.

Además, las cadenas debían incluir una proporción mayoritaria de obras europeas en su tiempo de programación. Este marco normativo se estaba complementando con medidas relativas a los derechos de autor y derechos afines. La Comisión europea había elaborado una Propuesta de Directiva que regulaba estos derechos en el contexto de la radiodifusión por satélite y la retransmisión por cable.

La radiodifusión por satélite era, por definición, “transnacional” y las legislaciones nacionales sobre los derechos de autor solían estar mal adaptadas a las nuevas tecnologías. La inseguridad jurídica no solo perjudicaba a las entidades de radiodifusión que querían difundir programas vía satélite, sino también a los autores, intérpretes, productores de grabaciones etc...que querían explotar sus derechos a través de la radiodifusión por satélite.

Se intentaba colmar este vacío presentando una solución articulada en dos partes:

- 1- En primer lugar, se definía a nivel comunitario en qué consistía la radiodifusión vía satélite y exigía una autorización contractual de los titulares de derechos.
- 2- El segundo aspecto del proyecto establecía un nivel de protección común para los autores, intérpretes, productores de grabaciones y empresas de radiodifusión en toda la Comunidad Europea.

En cuanto a la retransmisión simultánea e íntegra por cable, la propuesta recomendaba, por último, la adquisición contractual y colectiva de derechos de retransmisión. Se adoptaron otros textos importantes que trataban aspectos más generales de los derechos de autor, pero que repercutían directamente en el sector audiovisual. Así, se constata en el cuaderno Documentos Europeos n° 9/1991, “El derecho de autor y los derechos afines en la Comunidad Europea”. Entre las principales adopciones tomadas con posterioridad a esta publicación, caben citar también: 1)- La adopción por el Consejo en junio de 1992, 2)- Una posición común sobre la Directiva relativa al derecho de alquiler y préstamo y determinados derechos afines, 3)- La presentación de dos propuestas de

directiva relativas, por una parte, a la armonización del tiempo de protección del derecho de autor y determinados derechos afines y, por otra parte, a la protección jurídica de las bases de datos.

El marco reglamentario aplicable al contenido de los servicios audiovisuales debía contribuir a la libre circulación de dichos servicios entre los países miembros y facilitar el aprovechamiento de las oportunidades de crecimiento ofrecidas en el sector por las nuevas tecnologías.

Las medidas correspondientes debían tener en cuenta el carácter específico de los programas audiovisuales, en especial sus repercusiones culturales y sociológicas, cualquiera que fuera su modo de transmisión. A principios de los 90 se observaba que “deberá revisarse la Directiva Televisión sin Fronteras”<sup>5</sup> según se señalaba en el documento “Europa en marcha hacia la Sociedad de la Información” en su plan de actuación de 1994, así como en una Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento y al Comité Económico y Social y al Comité de Regiones de 1994. En el mismo documento quedaba claro que la televisión tradicional seguía siendo un servicio importante respecto a la ampliación de la sociedad de la información a los hogares.

Respecto a la revisión que se realizó en 1995 y en relación al sistema de cuotas de pantalla existían en Europa dos posiciones: Por una parte, Francia, que reclamaba normas estrictas para asegurar que la mayoría del tiempo de emisión fuera consagrado a obras obligatoriamente europeas. Por otro lado, Gran Bretaña y Alemania exigían la supresión futura de las cuotas y una liberalización para que las cadenas programaran lo que quisieran, sin mirar que el producto audiovisual fuera europeo o no.

Marcelino Oreja, entonces Comisario de Política Audiovisual en 1995, preparó un texto que trataba de contemplar ambas posturas. La propuesta de Oreja daba diez años más de vigencia a la obligación ya prevista en la normativa anterior de 1989 de dedicar un 51% del tiempo de pantalla a programas europeos. Francia y los directores europeos de cine habían reclamado que este sistema no tuviera límite temporal.

A cambio, Marcelino Oreja ofrecía que las cuotas fueran respetadas con más seriedad, frente a lo sucedido en países como España e Italia. Para ello, se suprimió una ambigua frase del artículo 4 de la Directiva de 1989: “Los Estados miembros velarán siempre que sea posible que los organismos de radiodifusión televisual reserven a obras europeas una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión”. De esta frase desaparecía

---

<sup>5</sup> Tal y como se señala en COM (94) 347 final. Bruselas, 19.07.1994.

el “siempre que sea posible”, lo que suponía en la práctica endurecer la nueva directiva y llevarla demasiado lejos. Así lo habían manifestado los canales privados como Antena 3, Tele 5 y Canal Plus <sup>6</sup>.

El apartado de las cuotas de pantalla había sido sin duda el más polémico de la Directiva. De hecho, con anterioridad a la aparición de la Directiva, había sistemas de cuotas muy diversos en cada país miembro. En algunos países europeos, por ejemplo, era de hasta el 60% de producción nacional y se había tenido que homogeneizar de alguna manera estableciendo un sistema de cuotas general medio para todos.

El marco reglamentario aplicable al contenido de los servicios audiovisuales debía contribuir a la libre circulación de dichos servicios en la Unión y facilitar el aprovechamiento de las oportunidades de crecimiento ofrecidas en el sector por las nuevas tecnologías <sup>7</sup>. Las medidas correspondientes debían tener en cuenta el carácter específico de los programas audiovisuales, en especial sus repercusiones culturales y sociológicas cualquiera que fuera su modo de transmisión. La Directiva no acababa de ser una legislación completa por ello y se llevó a cabo su revisión, como ya hemos señalado <sup>8</sup>.

Para cumplir el porcentaje del 51% no se podían incluir los informativos, los deportes, la publicidad y el teletexto; pero sí los programas de variedades lo que era criticado por los cineastas, que consideraban que las cadenas aprovecharían este agujero para cumplir fácilmente con su cuota europea de emisión.

Esta nueva propuesta de Directiva distinguía las cadenas llamadas generalistas de las especializadas. Para estas últimas, Oreja proponía un sistema diferente. En vez de estar obligadas a emitir el 51% de su tiempo a programas europeos, podían optar por dedicar un 25% de su presupuesto de programación a inversiones en producciones de países de la Unión Europea.

De este modo, Ted Turner podría lanzar en todos los estados su cadena TNT/Cartoon especializada en películas y dibujos animados de Hollywood, pero tendría a cambio que invertir en producciones de este lado del Atlántico.

Alvarez Monzonillo (1992) había analizado, entre otros autores, las implicaciones

---

<sup>6</sup> Según señalaba Segovia, C (1995) La Unión Europea se da un plazo de 10 años para frenar a Hollywood, *El Mundo*, miércoles 22 de marzo, pg.69

<sup>7</sup> En COM (94) 347 final. Bruselas, 19.07.1994

<sup>8</sup> Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DOL 298 de 1.10.1989, p.23)

de la Directiva y del Convenio del Consejo de Europa adoptado en mayo de 1989. El autor comentaba que tanto la Directiva como el Convenio determinaban que un Estado no podía oponerse a la difusión de los canales transfronterizos por cable o por satélite, en la medida en que estos respetaran las disposiciones nacionales en materia de publicidad, derechos de autor, protección de la juventud, etc... Monzoncillo analizaba lo que había ocurrido en Holanda donde el gobierno se opuso, a principios de 1989, a la difusión por redes de cable de nuevos canales privados que emitían en holandés desde Luxemburgo. La sentencia del Consejo del Estado, del 4 de octubre del mismo año, abogaba por la libertad de difusión apoyándose en esta normativa europea <sup>9</sup>. Esta sentencia suponía que la ley holandesa sobre el audiovisual estaba subordinada a la legislación europea y, en este sentido, no podía oponerse a la difusión sobre el cable de canales comerciales; sobre todo, si eran difundidos desde países ajenos. En octubre de 1990, RTL 4 (el 35% de capital de RTL 4 pertenecía a la Compagnie Luxembourgeoise de Télévision CTL había alcanzado el 27 % de la audiencia en Holanda <sup>10</sup>.

En Bélgica, por otro lado, las autoridades regionales que tenían la política audiovisual entre sus atribuciones habían negociado con los canales extranjeros la obligación de invertir una cierta cantidad en la producción audiovisual belga en función del nivel de audiencia alcanzado. Después de 1991, fecha de entrada en vigor de la directiva europea, Bélgica no podía aprobar más acuerdos de este tipo, lo que añadiría más dificultades para el sector audiovisual de este pequeño país e indirectamente para su televisión pública <sup>11</sup>.

Como hemos visto, la Directiva defendía una cuota de emisión mayoritaria de obras europeas en las cadenas de la UE. Estas medidas de protección, que causaron la “excepción cultural” del GATS <sup>12</sup>, no conseguían su objetivo de frenar la invasión de obras

---

<sup>9</sup> Como se señalaba en *Le Monde*, 11 de octubre de 1989.

<sup>10</sup> Según datos obtenidos en *Media Bulletin*, diciembre de 1990

<sup>11</sup> Según se detallaba en *Le Soir*, 4 de octubre de 1989.

<sup>12</sup> Sobre la explicación sobre lo que supone la excepción cultural ver: Bonet Agustí, (2004), Lluís La excepción cultural (2004), ARI nº 94/2004. “Con el objetivo de salvaguardar su industria cultural, la Unión Europea se enfrentó a Estados Unidos durante las negociaciones del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), que entró en vigor en 1995. El conflicto se saldó de forma ambivalente: la cultura quedó incluida en el mismo, pero se mantuvo el proteccionismo interno y una excepción temporal de la cláusula de no discriminación entre extranjeros. Estas excepciones deben, en principio, concluir a los diez años con lo que Estados Unidos utiliza la actual Ronda del Milenio para reabrir la negociación. Europa ha dado un mandato proteccionista a sus negociadores, pero no todos los países comparten la misma visión e

precedentes de EEUU, porque, en la práctica, la falta de material europeo impedía su cumplimiento.

La interrelación entre comercio y cultura era desde los años 90 una de las materias políticamente más sensibles y técnicamente más complejas de la agenda de la Organización Mundial del Comercio (OMC), según BONET (2004). El compromiso entre las dos grandes potencias comerciales incluyó el audiovisual y la cultura en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), con todo lo que ello implicaba, dejando abierta la liberalización futura del comercio de servicios culturales.

En los primeros meses de 1995, se avivó el debate que suscitaba la revisión de esta Directiva. La Comisión estudió las posibilidades de ayuda a la industria audiovisual europea. Frente al sistema de cuotas que defendía la presidencia francesa, se presentaba como alternativa no coercitiva el apoyo a la producción. Se abrió paso a la tesis de que los Estados miembros pudieran elegir entre cuotas de emisión y de inversión. Quedaba por establecer si las medidas coercitivas establecerían cuotas temporales, permanentes o de eliminación gradual.

La Directiva incluía unas reglas mínimas respecto a la publicidad, la protección de la infancia y la programación, que habían sido traspuestas a la legislación española. Se necesitaban medios más innovadores para el estímulo de la producción cinematográfica y en la distribución de las obras dentro y fuera de nuestro continente. La doble faceta de actividad industrial y de vehículo de la cultura y la lengua hacían del sector audiovisual un tema en el que era difícil acordar posiciones comunes.

El sector audiovisual español había acogido de forma desigual la última posición acordada por la Comisión de la Unión Europea de mantener las cuotas de producción y de emisión de productos europeos en las televisiones. La mayor parte de las cadenas y de los sectores de producción del cine y la propia Administración mostraban una cierta satisfacción, aunque no de forma uniforme.

Tele 5 se mantenía firme en su posición inicial contraria a cualquier tipo de cuotas, según anunciaba su portavoz. Para esta cadena, el aumento de emisión de productos europeos tenía que ceñirse a exigencias del mercado exclusivamente. En un informe enviado a Bruselas la cadena Tele 5 aseguraba que la norma era de “imposible

---

intereses. España y Francia, con amplias áreas lingüísticas extracomunitarias, son contrarias a la liberalización, pero nuestro país debe estudiar a fondo sus necesidades reales y la mejor forma de defenderlas junto a sus socios internacionales”

cumplimiento” por la escasez de producciones audiovisuales europeas “con la suficiente audiencia como para ser emitidas”. Los productores reclamaban también protección ante las “prácticas perversas de la industria estadounidense”.<sup>13</sup>

*Canal Plus* se situaba en una posición de respeto: “Defendemos la máxima libertad posible porque como cadena de pago nos debemos a nuestros abonados y lo más correcto sería que no hubiera cuotas, no obstante, entendemos la lógica de algunos mecanismos de protección” (Beaumont, 1995:29) A Canal Plus no le asustaba el sistema de cuotas porque de hecho la cadena había destinado un 50% de su presupuesto de inversión para obras españolas, según se citaba en la nota de prensa mencionada.

Los productores de obras audiovisuales españoles se habían mostrado satisfechos por la decisión de la Comisión, aunque dejaban claro que se recogía con mayor flexibilidad la doble fórmula de cuotas y de tantos por ciento de financiación. Lo primero resultaba más tranquilizador para mantener la producción de las cadenas generalistas; y lo segundo tenía más sentido para los canales temáticos. El ranking de las 50 películas más vistas en la televisión en España durante 1994 dejaba ver el peso de los films procedentes de EEUU, puesto que el 10% de las películas era de procedencia europea; el 8% eran coproducciones de EEUU y la UE; y el 80% fueron estadounidenses <sup>14</sup>.

### 9.3- Una política audiovisual europea de pequeños pasos en un mundo de grandes cambios

El desarrollo del mercado europeo de servicios proporcionaba potencialmente unas salidas europeas a los programas cinematográficos y televisivos europeos. Según el Libro Verde de Política Audiovisual de la Unión Europea, el reto consistía en transformar ese potencial en realidad.

De Miguel (1992) hablaba de las diferencias de filosofía que tenían el Consejo de Europa y la entonces Comunidad Europea. La diferencia entre la Convención del Consejo de Europa y la Directiva comunitaria (ambas de 1989) era que la Comunidad intentaba establecer el mercado interior del audiovisual mientras que el Consejo de Europa se contentaba con una apertura limitada de los mercados nacionales y de una cierta cooperación entre los países miembros. DE MIGUEL destacaba que era necesaria una

---

<sup>13</sup> Beaumont, J.F (1995) El sector audiovisual español acoge con reservas las cuotas de producción, *El País*, viernes 24 de marzo, pg.29.

<sup>14</sup> Según datos de Sofres recogidos en: *El País*, viernes 24 de marzo de 1995, pg 29.

mayor coordinación entre ambas instancias.

En cuanto a la legislación comunitaria sobre televisión, la Directiva Televisión Sin Fronteras dejaba un margen de libertad a los países miembros para su ejecución. Parecía que, en España, por ejemplo, la restricción publicitaria que imponía la Comunidad no tuvo buena acogida, sobre todo porque había coincidido con la puesta en marcha de las cadenas de televisión privadas que gracias a la publicidad obtenían gran parte de su beneficio. Además, las cadenas privadas y la estatal competían en publicidad con lo que el problema se agravaba. El anteproyecto de ley preparado por el Gobierno para desarrollar la Directiva de la Comunidad Europea sobre Televisión se convirtió en una nueva fuente de polémica en el agitado panorama de los medios de comunicación.

Al amparo de las normas comunitarias, el Gobierno se propuso regular las emisiones televisivas en dos aspectos: el volumen y modalidad de la publicidad; y el origen de las producciones, mediante el establecimiento de cuotas reservadas a producciones europeas, y dentro de ellas, específicamente españolas.

### 9.3.1- Una polémica directiva que ignoraba la existencia de Euronews

El porqué de la polémica sobre la Directiva Televisión Sin fronteras (TSF), se debía a la forma de la misma <sup>15</sup>.

Se ha criticado que no constituía una regulación en detalle de la materia que trataba. Esta circunstancia ponía de relieve la sinrazón de una directiva comunitaria que daba lugar a leyes nacionales, estableciendo los mismos criterios para Gran Bretaña, donde la BBC seguía un modelo puro de televisión pública no comercial, y para España, por ejemplo, donde TVE y las autonómicas competían en el mercado publicitario.

Se tenía la sensación de que estas regulaciones eran incompatibles con la libertad del mercado audiovisual y con la pluralidad de la oferta televisiva a la que los ciudadanos tenían derecho hasta el límite de las posibilidades técnicas. Respecto a las cuotas impuestas para la emisión de programas europeos, el 50% era el acordado por Bruselas. Algunas voces habían señalado que el consumo forzoso que se quería imponer era una forma de proteccionismo audiovisual que, como todo proteccionismo, estaba condenado tarde o temprano al fracaso.

Otro de los peligros que se preveían con el establecimiento de sistema de cuotas

---

<sup>15</sup> Para ver un análisis crítico ver los puntos de vista interesantes que se plantean ver: Martín Y Pérez De Nanclares (1995)

era que de la misma manera que las producciones europeas de éxito vendían y se emitían sin necesidad de cuotas, el sistema de cuotas mismo podía llegar a constituir en el fondo una protección a la mediocridad. Y así, al amparo de este proteccionismo existía el peligro de que pudieran proliferar las producciones de bajo coste y menor calidad, en la confianza de que su origen europeo les aseguraba la venta a todas las televisiones que tenían que reservar ese 50% de su tiempo de emisión anual. La industria norteamericana, por su parte, producía su cine pensando, en gran parte, en los gustos europeos, que eran los grandes consumidores de su mercado (López Escobar,1993).

Respecto a la transposición de la Directiva, las tres televisiones privadas en España la valoraron muy duramente. En torno a las Directivas Comunitarias se formó una importante polémica. Ésta trascendió el plano estatal y así, siete cadenas europeas se reunieron el 27 de abril de 1992 en Madrid para criticar las limitaciones para la emisión de publicidad que exigía la Comunidad. Los representantes de la Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT) debatieron el régimen jurídico y los recursos financieros de las cadenas privadas. Destacaron el papel restrictivo de la Directiva Comunitaria.

Esta norma, según López Escobar (1993), atentaba contra los intereses de los canales comerciales. Se reclamó una acción política para redefinir tanto la emisión de los canales públicos como privados; y reorganizar al mismo tiempo los recursos financieros de ambas partes. Se consideraba que ponía en un grave riesgo la existencia de los canales privados defendiendo el mantenimiento de la cantidad de publicidad que emitían. La aplicación de la normativa europea, cuyo punto más conflictivo era el que situaba los cortes publicitarios de las películas cada 45 minutos, alteraría el régimen financiero de las televisiones privadas y el contrato que los canales firmaron con el Estado a la hora de otorgarse las concesiones.

Las cadenas privadas observaban que la imposición de cuotas de producción europea contemplada en la Directiva TSF fomentaría la reaparición de oligopolios y monopolios, ya que los operadores aparecidos a partir de los años 80, como era el caso de las cadenas privadas, no podrían hacer frente a la reglamentación.

En julio de 1994 entró en vigor la Directiva Comunitaria TSF y, mientras tanto, las cadenas de televisión esperaban vencer los plazos permitidos. Con la nueva ley, los cinéfilos salían beneficiados. Las películas cuya duración fuera superior a los tres cuartos de hora solo tendrían un corte publicitario cada 45 minutos. Sin embargo, se

exceptuaban las series y emisiones de entretenimiento, fueran o no infantiles, cualquiera que fuera su duración, que podrían ser interrumpidas una o más veces.

Los informativos, documentales, programas religiosos o infantiles no podrían ser interrumpidos por la publicidad, salvo cuando su duración fuera superior a 30 minutos. La nueva ley controlaba también el tiempo de transmisión publicitaria, que no podría ser superior a los doce minutos por cada hora de programación. Y el tiempo de transmisión dedicado a la publicidad no sería superior al 15% del tiempo diario de emisión. En España, la adaptación a la normativa comunitaria sobre los contenidos de los programas y la emisión de publicidad se estaba llevando a cabo de manera ralentizada y con ciertas reticencias, sobre todo por parte, como hemos visto, de los canales privados. Esto se debía en parte a que en España no había habido tradición de este tipo de normativas. López Escobar (1993) aseguraba que existía una ausencia de una maquinaria reguladora de la televisión: “En general los legisladores españoles mostraron un gran interés en cuestiones de tecnología de televisión y administración, pero muy poco en asuntos de programación”<sup>16</sup>.

Así, se decía que el Consejo de administración de RTVE tenía una amplia autoridad sobre las políticas de RTVE. “Debido a su composición partidista, muestra más interés en las políticas de televisión que en los criterios de programación” (López Escobar, 1993:217).

Respecto a la televisión privada, no se creó tampoco un ente de supervisión. En España aún no se había desarrollado un marco efectivo de control normativo para regular los contenidos de los programas televisivos. Sin embargo, sí podemos destacar, y este sería un primer paso en este campo, la creación de una Comisión especial para regular el contenido de los programas de televisión.

Debido a todo lo dicho tanto, los canales públicos como los privados se habían ido apoyando cada vez más en temas referidos a la violencia o a aspectos poco recomendables para un público infantil o juvenil, tanto en programas de información como en programas de entretenimiento. Todo ello, por seguir criterios exclusivamente económicos.”La ley que instituyó la televisión privada no previó la necesidad de una autoridad independiente de control normativo”. López Escobar (1993) señalaba que se estaba produciendo un cambio en la supuesta pasividad de los televidentes y que ya empezaban a tomar fuerza algunas asociaciones que demostraban que determinados programas

---

<sup>16</sup> En: Lopez Escobar (1993) y Blumler (1993)

atacaban valores sociales importantes. Tales impulsos públicos, dice López Escobar, influirían finalmente en los políticos y en las autoridades de televisión para que estos modificaran sus políticas. Terminaba diciendo que, tal y como estaban las cosas, se podía decir que los sistemas políticos y de televisión españoles habían dado poca prioridad en la práctica a la tarea de preservar aquellos valores de los que tanto se había hablado.

La industria audiovisual española no había asumido un papel beligerante en la batalla de las cuotas televisivas, y, a excepción de los productores, no había mostrado entusiasmo por mantenerlas. La mayor parte de las instituciones y grupos implicados en este sector (administración, difusores y productores) creyeron conveniente contar con ayudas a la producción propia e insistieron especialmente en la necesidad de volcarse hacia el mercado de habla española, desde EEUU a Suramérica. El entonces secretario general de TVE, Jordi Bosch, comentaba que “en las cadenas generalistas deben mantenerse las cuotas a no ser que sean sustituidas por otras ayudas a la producción. Las cadenas temáticas, por el contrario, debían quedar liberadas de ello”<sup>17</sup>.

La oposición de Tele 5 era más explícita. En un documento presentado a la Comisión en nombre de dicha cadena, se señalaba que establecer cuotas de emisión obligatoria iba en contra de la libertad de información y de empresa y podría suponer la desaparición de muchas operadoras de televisión. Antena 3, por su parte, opinaba que, desde el punto de vista de una televisión generalista, no podía mantenerse la cuota del 51% de obras europeas y hacía hincapié en potenciar otros tipos de ayudas a la producción y sobre todo volcarse en el mercado hispanoamericano.

Los productores apoyaban la existencia de cuotas de programación, entre otras razones, porque se habían revelado como un instrumento para consolidar la producción audiovisual.

La adopción definitiva de la nueva Directiva TSF fue adoptada por el Parlamento Europeo el 10 de junio de 1997, y, como conclusión, podemos señalar que su principal novedad respecto a la anterior de 1989 era sobre todo en lo que se refería a la transmisión en abierto de aquellos acontecimientos más importantes, sobre todo los deportivos, como por ejemplo los Juegos Olímpicos. Establecía también el reconocimiento mutuo entre Estados de una lista elaborada en “tiempo oportuno y útil” de una serie de acontecimientos nacionales que debían transmitirse en abierto por considerarse de gran importancia e

---

<sup>17</sup> Según Bosch, J en: Beamont, J.F (1995) A España no le entusiasman las cuotas, en: *El País*, viernes 24 de febrero, pg 32.

interés para la sociedad.

La nueva Directiva, en resumen, respecto a la cuestión de las cuotas, dejaba la decisión a las televisiones puesto que se indicaba que debía de ser la mayoría, pero siempre que fuera posible. Por último, se confirmaba la exclusión de interrupciones publicitarias en los espacios televisivos de noticias, documentales y programas infantiles de duración inferior a los 30 minutos. En el caso de los largometrajes, se permitían las pausas publicitarias cada 45 minutos.

Por último, se prohibía la publicidad de tabaco. La confirmación de la adopción de la nueva Directiva TSF fue recogida en todos los diarios<sup>18</sup>.

Sin embargo, y aunque se citaba que se establecía el reconocimiento mutuo entre estados de una serie de acontecimientos nacionales que debían emitirse en abierto por ser de interés para la sociedad, no se hacía ninguna referencia a Euronews (ni en la primera versión de la directiva ni en su revisión).

Euronews, por sus características, podría haber funcionado como un sistema de cooperación audiovisual para determinados acontecimientos.

### 9.3.2- Los factores del desequilibrio audiovisual en Europa

En relación a las políticas de fomento para la producción audiovisual, según los expertos, éstas estaban pensadas a nivel nacional y, en cuanto a la Unión Europea, eran casi inexistentes. A modo de diagnóstico se señalará por ello que existían en Europa varios factores o causas de ese desequilibrio en el audiovisual.

La mayor parte de los recursos públicos que se habían venido otorgando habían sido de carácter nacional. Las televisiones públicas en Europa a mediados de los años 90 tenían anualmente una financiación pública que superaba (en la moneda española de entonces) los casi 2 billones de pesetas, mientras que el programa MEDIA destinaba anualmente unos 6.000 millones de pesetas, según datos recogidos en Balmaseda (1994).

Existía también un claro desequilibrio en la producción, que era muy elevada a nivel local y escasa a nivel transnacional y una falta de estabilidad también en las estructuras de distribución a escala europea.

Otro aspecto que había sido determinante era que el debate sobre la política

---

<sup>18</sup> Nosotros hemos seleccionado la información de *El País* en su versión electrónica.” El Parlamento Europeo aprueba la directiva sobre ‘Televisión sin Fronteras’, [Http://www.elpais.es](http://www.elpais.es), de 11 de junio de 1997, n°404.

audiovisual en Europa había estado extraordinariamente centrado en factores ideológicos. Desde la izquierda se había defendido el sector público. La derecha o los intereses empresariales de carácter privado habían defendido que funcionaran las leyes del mercado.

La crisis del audiovisual en Europa era de todos modos, en cierta manera, relativa ya que a nivel local la producción era muy rica. Solamente las televisiones públicas producían una gran cantidad de programas. Un claro ejemplo había sido el surgimiento de Euronews, que se abastecía de toda esa riqueza que resultaba de la aportación de cada una de las televisiones públicas europeas que conformaban la UER. La riqueza de esta producción era enorme; contaba con una gran variedad de programas. De hecho, Europa conformaba una región mundial de gran nivel cultural y alto nivel de desarrollo con profesionales bien cualificados con una gran tradición cinematográfica. Sin embargo, en cada país europeo, la industria audiovisual estaba perdiendo cuotas de mercado y era cada vez más incapaz de competir con la industria extraeuropea, según el análisis de Balmaseda (1994). Este autor ponía énfasis en los diferentes tipos de carencias de la industria audiovisual europea. Se subrayaba de forma especial la poca capacidad de englobar a una audiencia paneuropea.

Además, los constantes incrementos de los costes de producción de programas de ficción para televisión y la escasez de recursos financieros de la mayoría de las cadenas de televisión europeas obligaban a los productores a buscar financiación adicional y/o las pre-ventas internacionales fuera de sus países de origen.

### **9.3.3- Lo audiovisual como protagonista de una nueva era y su difuminada presencia en el TUE**

En el Tratado de Roma de 1957 no estaba previsto en el objetivo de los firmantes su aplicación a los medios de comunicación. La tarea prioritaria de los países firmantes era hacer posible la integración económica, de manera que la televisión había sido considerada por la entonces Comunidad Europea en su aspecto cultural y político, y por ello había tenido un trato diferente del que regía a otras materias económicas. En efecto, desde un principio se cuestionó la competencia de las instituciones comunitarias para regular la televisión. Esto se debía fundamentalmente a que el fenómeno de la televisión se apreciaba sólo en su faceta cultural y no se contemplaba su aspecto económico, entendiendo la televisión como una industria <sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Ver por ejemplo en este sentido las apreciaciones de Martin Y Pérez De Nanclares, (1995) (Competencias

Además, en aquel momento, no existía la posibilidad de que la televisión, debido a su escaso desarrollo técnico y económico, pudiera llegar a plantear cuestiones de orden internacional (Gay Fuentes,1994).

Desde entonces, la situación había cambiado de forma notable y, en las posteriores décadas, lo audiovisual había ido adquiriendo en todos los niveles: (local, regional, nacional e internacional) un indudable papel y una dimensión desconocida hasta el momento.

Respecto a las actividades del Parlamento Europeo en temas culturales, en enero de 1993, se debatieron cuatro informes sobre temas educativos y culturales. Así, se subrayó cómo la dimensión cultural desempeñaba un papel cada vez más importante en la aplicación de las políticas que tendían a promover la unión de los pueblos europeos fundada sobre la conciencia de una herencia común de ideas y valores.

Se destacaba la importancia del entonces artículo 128 del Tratado de Maastricht. En el informe sobre temas educativos y culturales, se citaba que el conocimiento de las raíces culturales de Europa contribuía a crear una conciencia europea promoviendo así el concepto de ciudadanía europea. Otros informes y las correspondientes resoluciones parlamentarias habían destacado la importancia de la cultura como base de la Unión Europea que ya estaba recogida en el Tratado de Maastricht.

Según Martin Y Pérez De Nanclares (1995), la competencia en materia cultural quedaba en manos de los Estados, y la Comunidad Europea tan sólo podía actuar de modo complementario; es decir, que las intervenciones comunitarias en materia cultural - en principio una política no económica- eran en todo momento subsidiarias de la actuación estatal. En definitiva, el autor decía que el entonces recién estrenado artículo 128 Tratado de la Comunidad Europea, como supuesta inclusión en materia cultural en general y audiovisual en particular, no aportaba avance ninguno.

El Tratado de la Unión Europea, firmado el 7 de febrero de 1992 en Maastricht había ampliado las competencias de la Comunidad Europea, estableciendo nuevas políticas en materia de educación, formación profesional, de protección de los consumidores, de industria, en materia social y de cooperación al desarrollo. Dos de las políticas recogidas en el Tratado incidían en el ámbito de la televisión: la política cultural y las redes transeuropeas. El desarrollo de ambas políticas se vería influido por el principio de subsidiariedad, incorporado al artículo 3 B del Tratado de la UE.

---

comunitarias en el sector audiovisual).

Según esto, la Unión Europea solo debía intervenir en materias que no fueran de su competencia exclusiva en la medida en que los objetivos de la acción pretendida no pudieran ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros. Como apuntaba Gay Fuentes (1994), el Tratado incluía también un estatuto de ciudadanía de la Unión que hacía referencia a algunos derechos, pero que no hacía mención de la libertad de expresión o de información (Gay Fuentes, 1994), que, desde el punto de vista de la autora, era una libertad de naturaleza y características diferentes a las libertades económicas comunitarias. Tanto el Parlamento como la Comisión europeos habían venido propugnando la asimilación entre ambos tipos de libertades.

En cambio, el Tratado sí recogía la libertad de información en el proyecto sobre la Constitución de la Unión Europea presentado en la comisión de Asuntos Institucionales. Este proyecto contenía una declaración de derechos entre los que se incluía la libertad de opinión y de información. Pero esta declaración se hacía en términos tradicionales y con una formulación incompleta. Esto se debía, según Gay Fuentes (1994), a que no se recuperaba en el texto otra serie de derechos derivados de la libertad de expresión que tenían su respaldo en alguna de las Constituciones europeas como la española y la portuguesa, desaprovechando la ocasión de introducir criterios comunitarios para la actuación en aquellos sectores en que se vieran afectados las libertades de la comunicación.

En el Tratado de Maastricht aparecían nuevos artículos. Algunos ampliaban el ámbito de cooperación de la Comunidad y otros reforzaban las políticas comunes ya establecidas. En el área de la cultura, la UE tenía como fin contribuir al desarrollo de las culturas de los Estados miembros, respetando su diversidad nacional y regional, pero haciendo hincapié en el patrimonio cultural común. La legislación comunitaria relativa a la política cultural se adoptaría por el procedimiento de “codecisión”. No obstante, se debe subrayar que era la forma de la unanimidad en el Consejo de ministros la que se aplicaba.

A continuación, se verá más detenidamente el artículo 128 sobre cultura que obligaba a la Comunidad a tener en cuenta los aspectos culturales en su actuación en virtud de las disposiciones del Tratado. Señalaba lo siguiente:

1-La Comunidad Europea contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común.

2- En segundo lugar, se decía que la acción de la Comunidad Europea favorecería la cooperación entre Estados miembros y, si fuese necesario, apoyaría y completaría la

acción de estos en los siguientes ámbitos: la mejora del conocimiento; la difusión de la cultura y la historia de los pueblos europeos; la conservación y protección del patrimonio cultural de importancia europea; los intercambios culturales no comerciales; y la creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual.

En el Tratado existía un claro interés por preservar la identidad cultural europea. Se observa de forma clara que la Comunidad y los Estados miembros europeos fomentarían la cooperación con los terceros países y con las organizaciones internacionales competentes en ámbito de la cultura, especialmente con el Consejo de Europa.

La Comunidad tendría en cuenta los aspectos culturales en su actuación en virtud de otras disposiciones presentes en el Tratado. Para contribuir a la consecución de los objetivos del presente artículo, el Consejo adoptaría, por unanimidad, con arreglo al procedimiento previsto en el artículo 189 B y previa consulta al Comité de las Regiones, medidas de fomento, con exclusión de toda armonización de las disposiciones legales y reglamentarias de los Estados miembros. El Consejo se pronunciaría por unanimidad durante todo el procedimiento previsto en el artículo 189 B.

El 29 de abril de 1992 la Comisión adoptó al efecto una comunicación (en D0C(92) 149 y Bol. CE 4-1992, punto 1.3.186.) sobre las nuevas orientaciones para la acción de la Comunidad en el ámbito cultural, que recogió una favorable acogida por parte de Comité Económico y Social. En dicha comunicación, la Comisión expone un nuevo enfoque para la aplicación de las disposiciones del artículo 128 del Tratado de la Unión Europea, basado en el respeto de la diversidad cultural y en el principio de subsidiariedad. El aspecto cultural debía de estar presente en todas las políticas y actuaciones de la Unión Europea.

Europa había fijado su atención en la televisión como instrumento de salvaguarda cultural y como elemento en el que poner en marcha el respeto a la pluralidad. Con anterioridad, y explorando en el pasado, el Consejo de Gobernadores de la Fundación Europea para la Cultura ya propuso en los años 80 apoyar la protección de la diversidad de las fuentes de información, al igual que la diversidad de lenguas a nivel europeo y nacional. Así mismo, también se propuso promover una educación crítica en el público ante el uso de los medios <sup>20</sup>.

Desde entonces, el nuevo contexto con la incursión de las nuevas tecnologías ponía de manifiesto la urgente necesidad de establecer una normativa europea común en materia

---

<sup>20</sup> Novena Declaración del Consejo de Gobernadores de la Fundación Europea para la Cultura. Aprobada en Amsterdam el 30 de mayo de 1986

de televisión, tanto por el interés económico, (ya que el campo de la Información es hacia donde se dirigía la economía venidera), como por el interés cultural (teniendo en cuenta que la televisión se configuraba como el más poderoso medio de comunicación de masas y como vehículo transmisor y mantenedor de valores culturales). En realidad, ambos aspectos, el económico y cultural, iban estrechamente unidos y ambos eran indisolubles en el campo comunicativo.

Las novedades en el ámbito audiovisual en el Tratado de Amsterdam (que entró en vigor el de junio de 1999) no fueron muchas. No obstante, como ya hemos mencionado, el art. 128 del Tratado de Maastricht se convertía en el art 151 (sección de cultura del Capítulo 12).

La novedad residía en que en el punto 4 se enfatizaba el objetivo de respetar y fomentar la diversidad cultural europea: “La Comunidad tendrá en cuenta los aspectos culturales en su actuación en virtud de otras disposiciones del presente Tratado, en particular a fin de respetar y fomentar la diversidad de sus culturas”.

Además de esto, en el Tratado de Amsterdam se añadía un protocolo “Protocolo nº9” sobre el sistema de radiodifusión pública de los estados miembros.

La interpretación de este protocolo parecía querer limitar la financiación pública de las cadenas de televisión <sup>21</sup>. La limitación en la financiación de las televisiones públicas se notaría en Euronews ya que la Sociedad Editora del canal, SECEMIE, estaba formada por las televisiones miembros que eran cadenas públicas. En momentos de evolución, debido a la competencia de las cadenas temáticas y las privadas, las diferentes televisiones públicas intentarían reducir o verían con reticencias la aportación destinada a Euronews.

Se puede señalar también que el sector audiovisual, aunque se trataba de un sector económico con enorme proyección en la sociedad de la información, no aparecía explicitado como tal y su presencia en el Tratado de la Unión Europea había sido difusa.

Se ha de subrayar que el sector audiovisual era un sector ligado a las telecomunicaciones y por ello se trataba de una época de transición hacia lo que luego

---

<sup>21</sup> Protocolo nº 9 del Tratado de Amsterdam: “Las disposiciones del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea se entenderán sin perjuicio de la facultad de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público tal y como haya sido atribuida, definida y organizada por cada Estado miembro, y en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la Comunidad en un grado que sea contrario al interés común, debiendo tenerse en cuenta la realización de la función de dicho servicio público”.

denominaría sociedad de la información. Hubiera sido pertinente adelantarse a lo que habría de ser la industria sobre la que se vertebraría la sociedad de la información característica de los años venideros y la proyección de una articulación de las redes transeuropeas.

La Sociedad de la Información, basada técnicamente en las redes de telecomunicaciones terrestres y por satélites, era el contexto adecuado para relanzar y poner de relieve la diversidad europea, ya que permitía la convivencia de todo tipo de representaciones y expresiones culturales más que en ninguna otra época hasta entonces.

#### 9.3.4- La escasa presencia de Euronews en los programas audiovisuales comunitarios: El caso del programa Media

Respecto a los avances que se habían dado en el marco de la política audiovisual europea, la Comisión Europea aprobó la propuesta de decisión de un Fondo de Garantía para estimular la producción audiovisual de cine y televisión. Este instrumento financiero contaba en 1990 con 200 millones de ecus y permitía la realización de proyectos de un coste global de 1.000 millones de ecus.

Esta propuesta interesante se complementaba con la revisión de la Directiva “Televisión sin fronteras” y el programa MEDIA. Parecía que se empezaba a impulsar en los años 90 de forma más decidida todo lo relacionado con el mundo del audiovisual que durante años había permanecido relegado al ámbito de lo cultural y escasamente tenido en cuenta dentro del proceso de integración europeo. El Fondo de Garantía, los bancos y las entidades crediticias garantizaban una parte de los créditos y préstamos que concedían a la industria de programas. Esta diversificación del riesgo quería incitar a las instituciones financieras a implicarse más en operaciones del campo audiovisual. Este fondo se dirigía sobre todo a la producción de obras audiovisuales de ficción para cine y televisión y a proyectos dirigidos a audiencias transnacionales, para hacer realidad el mercado interior audiovisual <sup>22</sup>.

El programa MEDIA <sup>23</sup> establecido para el periodo 1991-1995 fue sometido a un análisis de evaluación en 1993. Este programa fue objeto de conformidad de una evaluación realizada por la Comisión a partir de un informe presentado por una sociedad

---

<sup>22</sup> Según aparece en *Europa 15*, Comisión Europea, Representación en España, noviembre 1995/2, pg.6.

<sup>23</sup> 42 90/685/ CEE. Decisión del Consejo de 21 de diciembre de 1990, relativa a la aplicación de un programa de fomento de la industria audiovisual europea. MEDIA 1991-1995

independiente <sup>24</sup>. La Comisión extrajo las debidas conclusiones de este ejercicio, presentando una propuesta de modificación <sup>25</sup>.

Teniendo en cuenta el enfoque económico del programa que operaba en todos los sectores de la cadena audiovisual, los resultados solo podían ser apreciados en un plazo de cinco a diez años. Uno de sus logros fue la cooperación transfronteriza y la agrupación de empresas. Por otro lado, el presupuesto resultaba insuficiente para realizar las reestructuraciones necesarias dada su función de estimular la producción europea, mejorar su calidad y competencia y aumentar su difusión.

Con MEDIA se quería aprovechar el “efecto dimensión” de la nueva área económica promocionando las industrias nacionales a nivel europeo. Después de todo, la viabilidad económica de una serie de actividades audiovisuales llevadas a cabo en toda la Comunidad Europea era superior a la que posibilitan los distintos países a nivel individual.

El éxito en el mercado comunitario y fuera de él demostraron que las barreras nacionales desaparecerían cuando existieran los incentivos económicos adecuados y que los productos europeos tendrían acceso a su propio mercado en tanto en cuanto se beneficiaran de un entorno favorable para su desarrollo en un espacio económico más amplio <sup>26</sup>.

MEDIA, además, buscaba el mismo tipo de equilibrio entre los países “grandes” y “pequeños”, a favor de las culturas e idiomas menos extendidas en Europa.

El deseo de asegurar este equilibrio estaba presente en todos los proyectos de MEDIA a través de mecanismos de estímulo concretos que permitía a los países “pequeños” penetrar en el mercado de los “grandes”.

Dentro del programa MEDIA se distinguían diferentes campos de acción:

- 1- Formación de profesionales: EAVE, MEDIA BUSINESS SCHOOL.
- 2- Mejora de las condiciones de producción: EUROPEAN SCRIPT FOUND, DOCUMENTARY, CARTOON, MEDIA INVESTMENT CLUB, SCALE.
- 3- Mecanismos de distribución: EFDO, EVE, GRECO, EURO AIM, BABEL.

---

<sup>24</sup> Según se cita en una Comunicación de la Comisión relativa a la evaluación del programa de acción para el fomento del desarrollo de la industria audiovisual europea MEDIA 1991-1995, DOC COM (93) 364 final de 23.07.1993.

<sup>25</sup> Propuesta de Decisión del Consejo por la que se modifica la Decisión 90/685/CEE, DOC COM (93) final de 29.10.1993 de alcance fundamentalmente técnico.

<sup>26</sup> Según se señalaba en: Comisión de las Comunidades Europeas, *Programa MEDIA* Fundesco, 1992.

4- Explotación: MEDIA SALLES, EUROPA CINEMAS, EUROPA FILM.

5-Contribución a la creación de un “segundo mercado” MAP-TV, Asociación PROYECTO LUMIERE.

Europa constituía en 1990 un gran mercado de 500 millones de telespectadores que pasaban delante de la televisión una media de tres horas diarias según datos del propio programa MEDIA en aquel entonces. Sin embargo, los 300 canales de TV del continente europeo competían en un entorno muy fragmentado debido a las barreras lingüísticas y culturales. MEDIA había concentrado su intervención en los programas de animación (el 60% de los que se emitían en 1989 eran japoneses) y en los documentales. La formación de 3.000 profesionales y las coproducciones incentivadas por este programa habían creado un catálogo de 2.000 horas de programas que habían elevado al 45% la cuota de emisión de dibujos animados en 1990 (frente al 38% americano y el 17% japonés)<sup>27</sup>.

Después de cuatro años de ejecución, el programa había desempeñado una importante función motora en la industria audiovisual de los programas. Más de 5.000 iniciativas habían recibido ayuda lo que permitió crear redes de empresas y profesionales a nivel europeo, lo que constituía un importante potencial de desarrollo para los siguientes años. Los 3.200 profesionales que habían participado en las acciones de formación organizadas en el marco del programa recibieron ayuda y había más de 1.500 proyectos de producción en fase de desarrollo. Estos eran: 781 de ficción, 355 documentales, 178 películas de animación y 210 programas con nuevas tecnologías de la imagen.

Además, se habían apoyado 1.035 campañas de distribución (relativas a 200 películas europeas), así como el lanzamiento en el mercado del vídeo de 754 películas. La producción para televisión se había visto compensada con 44 programas dramáticos.

Por último, destacamos que 362 producciones se habían beneficiado de una ayuda para el doblaje y/o subtulado. Y, además, se habían restaurado 124 películas del patrimonio fílmico europeo.

El balance positivo del MEDIA I fue definitivo para dar paso a MEDIA II y a financiar los proyectos para darles una visión no ya de tipo experimental, sino que respondiera a una verdadera demanda.

Respecto a las nuevas tecnologías, la colaboración entre empresas europeas para

---

<sup>27</sup> Ver en: *Media*, Trimestral N° 14, noviembre 1996.

investigar, producir e intercambiar información era esencial para ganar terreno a la potente industria norteamericana. El *Media Investment Club*, integrado por BBC, Canal Plus, Philips, RAI, PRISA, Havas y, Bertelsman, entre otros, había tenido un papel clave en este terreno. En este sentido, habían aparecido obras culturales (*Le trésor du San Diego*), efectos especiales de películas (*Sherezade, La Cité des enfants perdus*), dibujos animados en tres dimensiones (*Los Quarxs o Insektors*), programas en alta definición (*Pelleas et Mélisande*), ensayos de televisión interactiva (*Mission Galaxia*), etc.

Así que la Comisión Europea adoptó en 1995 el programa MEDIA II, destinado a fomentar y desarrollar la industria de los programas audiovisuales en Europa <sup>28</sup>.

Los medios destinados ascendían a 400 millones de ecus para el periodo entre 1996 y 2000, divididos entre los tres sectores que correspondían a las necesidades de un mercado único del sector audiovisual:

- 1- La ayuda a la formación de profesionales. (58 mecus).
- 2- El desarrollo de los programas de dimensión europea. (77 mecus).
- 3- La distribución transnacional de los programas europeos. (260 mecus).

En los proyectos de formación, la subvención comunitaria podía llegar al 75% del coste total. Con esta dotación duplicada, MEDIA fomentaba la distribución en el mercado comunitario de un centenar de películas por año, incentivando la constitución de redes de distribución.

Con ocasión de las consultas realizadas tras la publicación del Libro Verde de abril de 1994, la Comisión observó que existía una voluntad general en los medios profesionales de acentuar el esfuerzo iniciado por MEDIA, concentrándose en los sectores prioritarios, con el fin de obtener efectos estructurales a medio y largo plazo en dicho sector. Este esfuerzo resultaba tanto más urgente cuanto que la industria europea de los programas seguía siendo ampliamente deficitaria en su propio mercado. Más del 80% del mercado del cine y del 55% al 60% del mercado de la televisión en Europa estaban ocupados por películas y programas no europeos.

Por otro lado, la industria audiovisual debía hacer frente a los nuevos retos planteados por la sociedad de la información: elaboración de nuevos tipos de programas audiovisuales que exigían nuevas formas de distribución y requerían una mayor competencia profesional. De ahí que resulte sorprendente que el programa MEDIA no

---

<sup>28</sup> Según señalaba Oreja (1996) Media IT inicia su andadura, en: *Media*. Trimestral N° 14, noviembre 1996, pg 3.

contemplara la colaboración con Euronews.

Además, el plan de movilización en favor de la industria audiovisual europea debía incluir, en aras de la complementariedad, mecanismos de intervención a nivel regional, nacional y comunitario <sup>29</sup>.

Las ayudas se otorgaban, al igual que para MEDIA I, en forma de préstamos que no podrían exceder del 50% del coste de las acciones en cuestión, a excepción de la formación, en que la ayuda comunitaria, otorgada en forma de subvenciones no recuperables, podría alcanzar como hemos comentado, hasta el 75%.

La ayuda al doblaje y al subtulado de calidad constituiría también un objetivo importante del programa MEDIA II. Esta ayuda se daba también en forma de subvenciones no recuperables.

Como ya hemos comentado tres eran los objetivos principales de la segunda edición del programa MEDIA:

1- Ayuda a la formación: Para que el crecimiento del sector audiovisual en Europa se tradujera en puestos de trabajo, era indispensable adaptar las competencias de nuestros profesionales. Durante la presentación del programa de formación de MEDIA II, se había subrayado la necesidad de asegurar la paneuropeidad de los proyectos y de la formación de profesionales con vocación paneuropea. Así lo subrayaron el comisario Marcelino Oreja y el responsable del área de formación Jean Jauniaux durante la presentación del programa MEDIA II que tuvo lugar en la representación de la Comisión Europea en Madrid el 25 de noviembre de 1996.

Se ha de señalar que, en dicha presentación se encontraban representantes de todas las cadenas de televisión tanto públicas como privadas, así como guionistas, profesionales del sector multimedia, productores etc....Sin embargo, no se previó la participación de ningún representante de Euronews.

La acción comunitaria en este ámbito tenía por objetivo completar y reforzar la formación de los gestores del sector audiovisual y estimular el acceso de los profesionales a las nuevas tecnologías de producción audiovisual. Correspondía a la Comunidad Europea apoyar y completar las acciones de los Estados miembros; estimular la cooperación entre establecimientos de enseñanza o de formación profesional y empresas; y desarrollar los intercambios de formación y experiencia. Esta acción se realizaba en colaboración con los centros de formación existentes. Se estimó que unas 100 instituciones podían participar

---

<sup>29</sup> Fuente: *RAPID*. Ref: IP/95/114 [13 C 114 líneas [7 C7/61. Fecha: 95/02/089].

en el plan de formación propuesto. Ello permitiría llegar anualmente a dos o tres mil estudiantes y profesionales, en formación inicial y continua.

## 2- El desarrollo de producciones europeas:

Los puntos débiles de las obras audiovisuales europeas en la fase de comercialización residían a menudo en la falta de preparación e inversión en la fase de producción previa o desarrollo: escritura, montaje financiero y estudios de mercado.

Sin embargo, era en esta fase cuando se determinaba la “trayectoria” europea de una obra audiovisual. El objetivo era facilitar el desarrollo de producciones (cine y televisión) de vocación europea, susceptibles de ocupar una parte considerable del mercado.

Para favorecer este efecto de estructura, la Comunidad Europea intervenía con arreglo al artículo 130 del Tratado, a favor de las medidas de desarrollo de los proyectos que tengan en cuenta la dimensión europea en su estrategia de distribución y difusión. La Comisión Europea invitaba a las autoridades regionales y nacionales a que acentuaran sus esfuerzos en esa dirección.

## 3- Distribución transnacional de las obras audiovisuales:

Las producciones europeas sufrían de una falta de estructuras transnacionales de distribución para las películas de cine y de una falta de cooperación sistemática entre difusores de televisión que garantizaran la circulación de obras audiovisuales de ficción y documentales.

Estaba claro que los dos campos de acción que se querían impulsar eran el cine y televisión:

a) En cuanto al cine, se trataba de fomentar la distribución en el mercado europeo de un centenar de películas al año, estimulando a los distribuidores de los distintos países europeos a que intervinieran simultáneamente en la financiación de estas producciones y a que se organizaran en redes.

b) Y respecto a la televisión, el objetivo era aumentar la circulación de las obras europeas difundidas por las televisiones, incitándolas a coproducir entre ellas y con productores independientes.

Como se observa, en ninguno de los casos se contemplaba la inclusión de Euronews. Sin embargo, y respecto a los tres objetivos anteriormente citados del programa MEDIA II, la cadena de información europea Euronews reunía las tres condiciones, así como los objetivos trazados: Por un lado, en cuanto a la industria del cine europeo, con la tarea de estimular y apoyar la producción y promoción de las producciones europeas. Y en cuanto a televisión, con la promoción para el aumento de la circulación de obras

europas y la animación hacia la coproducción.

#### **9.4- Eureka Audiovisual: una estructura intergubernamental para el fomento de proyectos audiovisuales transnacionales en Europa y su relación con Euronews**

Eureka Audiovisual constituía una plataforma intergubernamental cuyo objetivo era facilitar el montaje de proyectos transnacionales en el sector audiovisual. Al no disponer de fondos propios, Eureka Audiovisual no constituía un instrumento de “incentivo financiero” propiamente dicho, pero facilitaba la cooperación transnacional en proyectos que se beneficiaban de una movilización de fondos nacionales o comunitarios para proyectos puntuales.

Por otro lado, y como se comentaba en el Libro Verde sobre Política Audiovisual en la Unión Europea, constituía el marco de creación del Observatorio europeo del sector audiovisual, cuya principal misión era facilitar la difusión de informaciones dentro de sector profesional.

Eureka Audiovisual era una entidad que participaba en el presupuesto de Euronews en un 20% junto con organismos públicos, como la Comunidad Europea y organismos locales de la ciudad de Lyon y su región. Eureka Audiovisual se creó por la Declaración común aprobada en París a raíz de las Jornadas Europeas del Sector Audiovisual en octubre de 1989 <sup>30</sup>.

Se ha de señalar que resulta de gran interés dedicar un apartado a este proyecto ya que destacaba entre las diferentes medidas tomadas a nivel supranacional europeo por la Comisión y el Consejo de Europa para fomentar el desarrollo de lo audiovisual.

##### **9.4.1- Una estructura intergubernamental**

Eureka Audiovisual surgió para hacer frente a los desafíos tecnológicos que empezaron a plantearse a mediados de los años 80. Se trataba de un instrumento intergubernamental, como ya se ha señalado, y de estructura flexible que posibilitaba la inclusión de miembros no pertenecientes a la Unión Europea <sup>31</sup>.

Bruno Spinner, embajador de Suiza ante la UE y el EEE (Espacio Económico Europeo del 1/1/1994 entre la UE y la Asociación Europea de Libre Comercio

---

<sup>30</sup> Datos obtenidos en: COM (94) final. Bruselas 06.04.1994.

<sup>31</sup> Según se señalaba en *EUREKA News*, N° 26, pg 6, Entrevista con Bruno Spinner.

AELC) y entonces jefe del Grupo de Alto Nivel de Eureka decía que el éxito de Eureka hacía olvidar que cuando se lanzó en 1985 era un mero experimento nunca antes inventado. Además, señalaba que la triunfal expansión de Eureka hacia el Este era un paso monumental para integrar esas economías con las de Europa Occidental. Los principios de Eureka (de abajo a arriba, financiación descentralizada, ausencia de burocracia etc..) habían funcionado muy bien con casi 350 nuevos proyectos lanzados en los últimos tres años”.

Jacques Delors, entonces presidente de la Comisión Europea, dijo, respecto a Eureka, que había que distinguir dos tipos de actividades: las destinadas a mejorar el entorno de los creadores (actividades de educación, de formación, de perfeccionamiento técnico y demás realizadas sobre todo a través del programa Media) y las destinadas a fomentar la producción de obras, fundamentalmente obras de calidad. Sin este último aspecto, Eureka perdería su razón de ser <sup>32</sup>.

En cuanto a la estructura, en cierto modo Euronews poseía una anatomía similar a la de Eureka, por el hecho de que los principales accionistas de la cadena de noticias eran procedentes de la UE, pero era flexible al estar abierto a otros miembros. En su origen, el Consejo Europeo de Milán manifestó su apoyo al Proyecto Eureka, destinado a crear una Europa de la tecnología, y manifestó el deseo de que dicho proyecto fuese abierto a los países no comunitarios que ya habían manifestado su voluntad de participar en él. Euronews era una de las prioridades de este organismo. Resulta de interés, por tanto, saber cómo funcionaba y cuál era su finalidad para comprender el contexto en el que se movía Euronews, ya que, como hemos dicho, Eureka junto con el Estado francés, el Consejo regional y la ciudad de Lyon participaba, en aquel entonces, en un 20% del presupuesto total de la cadena Euronews.

Durante 1993, la respuesta frente a los acontecimientos que se desarrollaron en Europa Central y del Este había sido rápida; de hecho, el ministro ruso de política Científica y Tecnológica, el Sr. Saltykov, presentó a finales de enero de 1993 la solicitud de su país para adherirse a Eureka y ésta resultó efectiva el 29 de noviembre <sup>33</sup>. La Conferencia Ministerial de 1994 fue la primera a la asistió un representante de la Federación Rusa. El hecho de que hubiera cada vez más países miembros de Eureka

---

<sup>32</sup> Delors, Jacques en Discurso en las Jornadas del Sector Audiovisua en París 2 de octubre de 1989, en: Maggiore, M (1991) *La producción audiovisual en el Mercado Unico*, Oficina de publicaciones de las CCEE

<sup>33</sup> Según EUREKA (1993), *Informe anual de progreso*, pg 10.

procedentes de Europa Central y del Este se explicaba por la rápida instalación de una red de Centros Nacionales de Información (CNI) en toda la región <sup>34</sup>.

Estos CNI eran esenciales para dar a conocer Eureka y con ello, organizar seminarios y encuentros con objeto de facilitar la colaboración entre empresarios y científicos del Este y del Oeste. Su objetivo era aumentar la productividad y competitividad de la industria y de las economías nacionales europeas en el planeta mediante la cooperación europea en el campo de las tecnologías punta aplicadas al sector civil. Hay que resaltar el aspecto civil de los proyectos Eureka ya que sería lo que precisamente permitiría la participación de los países no miembros, según Aldecoa Luzarraga (1985).

Los proyectos sostenidos por la iniciativa Eureka debían satisfacer los siguientes criterios: tenían que emanar de industrias y/o institutos de investigación europeos situados al menos en dos Estados miembros de Eureka distintos; debían basarse en el desarrollo de tecnologías avanzadas; y, por último, se pretendía lanzar al mercado bienes, servicios o procedimientos que ofrecieran perspectivas concretas de mercado y beneficios internacionales.

Eureka, en resumen, era una red europea que promovía proyectos de investigación y desarrollo orientados hacia el mercado en todos los campos de la tecnología avanzada. Se trataba de una plataforma intergubernamental cuyo objetivo era facilitar el montaje de proyectos transnacionales en el sector audiovisual <sup>35</sup>.

Eureka Audiovisual no constituía un instrumento de incentivo financiero en sí. Sin embargo, facilitaba la cooperación a nivel transnacional en proyectos que se beneficiaban de una movilización de fondos nacionales o comunitarios para proyectos determinados.

Por otro lado, constituía el marco de creación del Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, cuyo objetivo primordial era facilitar la difusión de informaciones dentro del sector profesional. Si Europa pretendía mantener su posición como potencia económica preeminente, había de superar sus fronteras interiores.

La red de comunicación del continente desempeñaba un papel vital en este impulso, interconectando a las gentes, a pesar de la distancia geográfica, lenguas y

---

<sup>34</sup> Como se citaba en *EUREKA News*, N°26, pg 5.

<sup>35</sup> Eureka Audiovisual se creó por la “Declaración Común” aprobada en París a raíz de las Jornadas Europeas del Sector Audiovisual en octubre de 1989.

costumbres. Por consiguiente, la Investigación y Desarrollo (I+D) en materia de Comunicaciones en Europa se adaptaba especialmente a la colaboración transfronteriza definida en los proyectos Eureka.

La industria de telecomunicaciones no era sólo un apoyo de la industria europea sino que era además una industria por derecho propio. Conforme las diferentes economías del mundo tendían hacia una integración mundial mayor, esta industria cobraría cada vez mayor importancia.

Un importante intento de I+D garantizaría que en Europa las industrias europeas fueran suministradoras, no compradoras, en este campo en rápida expansión.

#### 9.4.2- Reseña histórica, características y objetivos

El programa Eureka fue creado en 1985 por 17 países de Europa Occidental y la Comisión entonces de las Comunidades Europeas, y en los años 90 eran ya 22 sus componentes. Eran miembros de Eureka: Alemania, Austria, Bélgica, Unión Europea, Dinamarca, España, Federación Rusa, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía, y en 1994, Eslovenia se convirtió en el último país de Europa central en entrar.

Desde esa fecha y hasta los años 90, el número de proyectos se había incrementado con rapidez y en ese momento el proyecto contaba con miles de empresas e institutos de investigación. Al mismo tiempo, la iniciativa Eureka se había extendido geográficamente.

Retomando datos sobre sus orígenes, al cabo de tan solo unos meses de discusiones y preparatorias informales, Eureka daba comienzo en una Conferencia celebrada el 17 de julio de 1985 en París, de la que Francia fue anfitriona y a la que asistieron 17 países de Europa Occidental, así como de la Comunidad Europea. Menos de cuatro meses más tarde, el 6 de noviembre de 1985, en la segunda conferencia Ministerial Eureka se aprobaba la Declaración de Principios de Hannover, que constituía la carta fundamental de Eureka y que sentaba sus objetivos, así como los criterios y condiciones de los proyectos Eureka y las estructuras necesarias para hacer progresar y coordinar la iniciativa.

Desde entonces, como se ha señalado, Eureka se había extendido a gran velocidad. Todos los países de Europa Occidental interesados en la investigación y el desarrollo avanzados habían ingresado en el programa. Tras la eliminación de las barreras, los

contactos y cooperación entre Este y Oeste, Eureka fue una de las primeras estructuras occidentales que se introdujo en Europa central y del Este. Hungría, por ejemplo, pasó a ser en mayo de 1992 el primer país miembro de Eureka procedente de dicha región. Además, participantes procedentes de países no miembros, en particular de Europa Central y del Este, se habían incorporado a numerosos proyectos.

Eureka había cambiado el cariz de la cooperación en investigación y desarrollo en Europa en materia audiovisual. Constituía un instrumento innovador que ayudaba a Europa a dominar y explotar las tecnologías decisivas en la carrera mundial por la competitividad y en mantener y mejorar la calidad de vida. La afiliación a Eureka constituía una base sólida y amplia para proyectos de investigación y desarrollo en Europa y brindaba a las empresas e instituciones de países no miembros la oportunidad de participar en un proyecto ya existente siempre que reuniera los siguientes requisitos:

- 1- Todos los participantes implicados en el proyecto, así como los respectivos miembros del GAN (Grupo de Alto Nivel), deberían aceptar al nuevo socio.
- 2- La aportación del socio del país no miembro había de ser de la máxima relevancia para la finalidad del proyecto
- 3- El trabajo de desarrollo (en el proyecto en conjunto) se realizaría principalmente en los países miembros de Eureka
- 4- El proyecto debería mantener su plena conformidad con los principios de Eureka y el nuevo socio debía aceptar los principios de la Declaración de Hannover

El objetivo global de Eureka era, por tanto, aumentar la competitividad y la productividad europeas fomentando la cooperación internacional en investigación y desarrollo de productos, procesos y servicios no militares, destinados al mercado mundial.

El principio fundamental era el llamado “de abajo a arriba”, según el cual las decisiones se tomaban a nivel más bajo, es decir, a nivel de los empresarios y sus consecuencias iban subiendo hacia los estratos superiores. Eran los participantes quienes establecían y dirigían todos los proyectos de cooperación científica y tecnológica.

Eureka perseguía intensificar la cooperación internacional con vistas a aumentar la productividad y competitividad de la industria y economía en Europa, y consolidar las bases de una prosperidad y empleo duraderos. La flexibilidad de su enfoque de abajo a arriba ponía el papel decisivo en manos de los participantes y financiadores de los proyectos.

En el área del Ocio, el proyecto más importante fue la TVAD (Televisión de Alta

Definición), que era el segundo programa en la cartera de Eureka por dimensión. Las más de 30 empresas e institutos implicados estaban desarrollando un nuevo formato cinematográfico, sonido digital y opciones multilingües. Respecto a las tecnologías de la Información, era el sector en términos financieros mayor en la cartera de Eureka. Y no era de extrañar, ya que dicha industria no había parado de crecer desde su creación y daba muestras de seguir acelerando su ritmo.

Una industria de Tecnología de la Información era de vital importancia para Europa no solo en beneficio propio, sino porque todas las industrias competitivas se apoyaban en sus productos, de modo que la autonomía de este sector constituía un objetivo tanto estratégico como económico. Los proyectos de Tecnología de la Información estaban desempeñando un papel importante al reunir los numerosos centros de excelencia europeos en aras de responder a los tremendos desafíos planteados desde EEUU, Japón y Extremo Oriente.

EUREKA era una estructura descentralizada y flexible. Los diversos sectores que componían la organización eran:

- Los Coordinadores Nacionales de Proyectos. Los CNP formaban, junto con el Secretariado Eureka, el corazón operativo de la red Eureka. La tarea de estos era dirigir las oficinas nacionales y desempeñar el papel de interfaz entre los participantes y la red Eureka. Constituían un enlace con las autoridades competentes y mantenían vínculos estrechos con sus homólogos en los demás países miembros. A través de la red CNP, las oficinas nacionales tenían la oportunidad de encontrar a sus socios adecuados para sus industrias o institutos de investigación, ayudándoles a crear proyectos.
- El Secretariado de Eureka. Era la unidad central de apoyo y estaba en Bruselas. Recopilaba y difundía la información sobre los proyectos y, como tal, dirigía la base de datos y proyectos, prestaba asistencia a los distintos órganos de la Iniciativa, facilitaba los contactos entre socios y promovía el concepto Eureka conjuntamente con las autoridades nacionales.
- El Grupo de Alto Nivel. Estaba formado por representantes nombrados por los gobiernos de los países miembros y la Comisión de las Comunidades Europeas. Formulaba la política general que se presentaba luego a la aprobación de la Conferencia Ministerial. Se encargaba también del seguimiento de la aplicación de las decisiones ministeriales.
- La Conferencia Ministerial. Era el órgano político de Eureka, responsable del fomento de la Iniciativa y sus objetivos. Estaba integrada por ministros de los países miembros de Eureka más un comisario de la Comisión Europea. Se reunía una vez al año para fijar

las orientaciones políticas y anunciar oficialmente los nuevos proyectos iniciados desde la reunión anterior.

Con el proyecto Eureka, como se señalaba en De Miguel (1992), Europa había podido reducir en dos años el considerable salto que le separaba de Japón. Los japoneses intentaban mantener y aumentar su poder tecnológico mediante una gran variedad de estrategias. Por ejemplo, ofrecían de forma gratuita o muy económica sus programas a los productores de cine o de televisión que querían poner en marcha la norma japonesa.

La estrategia no sólo trataba de vender la tecnología sino también el contenido. Además de promocionar sus propios programas, el objetivo era adquirir catálogos o un potencial de producción en aquellos mercados que consideraban prioritarios para así asegurar las ventas de los materiales <sup>36</sup>.

Esta era la principal preocupación de la Comisión, que intentaba situar su estrategia en tres áreas: la industria de programas; la industria de materiales y de tecnología; y la elaboración de una legislación multimedia.

Por todo ello, quedaba justificada su participación económica en Euronews.

## **9.5- Las posibilidades de Euronews como parte de una red informativa en la Unión Europea**

Uno de los principales objetivos de la política audiovisual europea era lograr un gran espacio audiovisual europeo y crear un marco estable y moderno para la libre circulación de las emisiones televisivas. Además, se había de garantizar el respeto a las identidades culturales y el fomento de una industria europea de programas que fuera competitiva en la Sociedad de la Información.

Queremos subrayar sobre todo éste último aspecto, ya que la última década del siglo XX había sido en cierta forma la delimitadora del fin de un modelo de sociedad y el inicio de otra: la Sociedad de la Información sustentada en la infraestructura conocida como Autopistas de la Información.

Este nuevo modelo de sociedad vendría dado precisamente por la revolución de los sistemas de telecomunicaciones que impregnaban todos los ámbitos de la vida, y el audiovisual era el protagonista en este escenario.

En este sentido, existe una abundante literatura especializada sobre la televisión y

---

<sup>36</sup> Cf Broadcast, 9.II.1990. Cita en: De Miguel, J.C (1992) La Política Audiovisual Europea, en: Garitaonandia y Sánchez Taberner (1992)

las telecomunicaciones en Europa en la década de los años 90 del siglo XX, una década crítica y llena de grandes cambios <sup>37</sup>.

Por otro lado, la importancia económica, política y cultural del sector audiovisual y de la televisión en concreto se había constatado en varios informes tanto del Consejo de Europa como de la Unión Europea <sup>38</sup>.

Podemos señalar que, a partir de los años 80 del siglo XX, el sector audiovisual y los retos que en este ámbito se planteaban habían sido uno de los temas prioritarios de la política cultural europea. Existen varios documentos que así lo demuestran <sup>39</sup>.

Por todo ello, señalamos que Euronews, por sus características, respondía a la demanda europea de contar con una fuente de información propia. El contexto en el que se enmarcaba el canal de noticias es fundamental para comprender la necesidad de que en Europa se impulsase un proyecto novedoso y de las características que este tenía. Se ha de destacar que el marco en el cual situamos la aparición de Euronews era dentro de

---

<sup>37</sup> Véase entre otros: Naldal Arino (1995); Santillana Del Barrio (2000); Martínez Ovejero (1995); Aznar Taberner (1994); Adonis (1995); Maggorie (1990); Brothers (1993); Martín Y Pérez de Naclares (1995); Lupinacci (1991); González Encinar (1996); Gudin (1990); Poter (1992); C. Encel (1993); Debbasch (1988); García Llovet (1991); Giordano Y Zelle (1988); Gay Fuentes (1994); Roca Chillida (1994); Commission Of The European Communities (1994); Santucci (1994); Muñoz Machado (1993); Downing (1994).

<sup>38</sup> Ver, por ejemplo: *Recommandations adoptées par le Comité des Ministres de Conseil de L'Europe dans le domaine des Média*. DOC.DH-MM (91) 1. Direction des Droits de l'Homme, Strasbourg, 1991/ *Recommandations et résolutions adoptées par l'assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe dans le des Média*. DOC.DH-MM (91)2. Direction des Droits de l'Homme, Strasbourg, 1991/ *Comisión de las Comunidades Europeas, La política audiovisual de la Comunidad Europea para la industria audiovisual*. Recopilación de textos legislativos y políticos, Luxemburgo 1990.

<sup>39</sup> Ver, por ejemplo: *Libro verde sobre el mercado común de la radiodifusión por satélite y por cable*, 1984. COM (84) 300, 14 de junio de 1984.

-Directiva del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. *Televisión sin fronteras* Directiva 89/552/CEE de 3 octubre 1989

-Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento sobre la política audiovisual. COM (90) 132 final de 28 de febrero de 1990 *Libro verde sobre concentración y pluralismo en los medios de comunicación en el mercado interior* 1992. COM (92) 480 final, de 23 de diciembre de 1992.

-Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento sobre nuevas perspectivas de la actuación comunitaria en el ámbito cultural. COM (92) 149 final, de 29 de abril de 1992 *La política audiovisual de la Comunidad Europea*. Documentos Europeos, junio 1992.

-Dupagne, M (1992), EC policymaking: the case of the Television without Frontiers Directive en: *Gazette*, N°49

una política audiovisual muy incipiente que buscaba abrirse camino en el panorama internacional y no tanto como solo de “europeizar a las masas” como señala, por ejemplo, Giurco (2020) sobre Euronews diciendo “que pronto convirtió la emisora en una herramienta más al servicio de la «europeización» de las masas”.

Además, se quiere subrayar, por otro lado, que, en los años 90 con la aparición de los canales de pago, televisión a la carta, internet y redes sociales, el término “masas”, quedaba en cierto modo obsoleto ya que remitía a los medios de comunicación de masas propios de décadas anteriores a los noventa. Más bien hablaremos de la necesidad de contar con un tipo de comunicación social o de estrategia comunicativa más propia del siglo XXI que venía dada por sus peculiares modos de trabajo y diseño de la información muy diferentes a los de otros canales de información existentes.

La Unión Europea, consciente de ello, había dado impulso a programas tecnológicos y de promoción en el campo audiovisual como los programas MEDIA o RACE, y participaba en otros de ámbito europeo como Eureka Audiovisual.

Entre los incentivos financieros, la UE había creado varios instrumentos para el sector audiovisual como, por ejemplo, el programa MEDIA y el Plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa <sup>40</sup>.

Se ha de destacar también, fuera del entorno comunitario, el fondo EUROIMAGES, creado en el marco del Consejo de Europa. Este fondo, surgido en abril de 1989, contaba entonces con 24 países miembros que tenían como objetivo fomentar las coproducciones europeas de películas de cine y ficciones televisivas.

Teniendo en cuenta el contexto, se hacía necesaria la formación de un Consejo de Política Audiovisual dentro de la Comisión. Al mismo tiempo y para promover la complementariedad entre las medidas a escala nacional y europea, era necesaria también la creación de un Ente Europeo para la cooperación audiovisual. Así, opinaban autores como Balmaseda (1994), que señalaba la creación de una Agencia Europea de cooperación audiovisual. Esta debería estar destinada a incrementar significativamente la cooperación entre los Estados miembros y la Unión Europea.

Igualmente, había que fomentar y reforzar las redes de comercialización y distribuciones capaces de competir en mercados internacionales. Para ello, era de vital importancia y urgencia facilitar las alianzas entre empresas europeas; la contribución a

---

<sup>40</sup> Decisión del Consejo 93/424/CEE de 22.07.1993 relativa a un plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa, publicada en el DOC n° L 196 de 5.8.1993 (P48 a 54).

la elaboración de catálogos; y había que poner énfasis sobre todo en las ayudas para la distribución supranacional.

En el producto audiovisual funcionaba tremendamente la economía de escala. Hasta ciertos costes un producto era siempre deficitario. En una escala posterior y más amplia podía conseguirse una rentabilidad clara <sup>41</sup>.

Para la realización de unos catálogos adaptados a los gustos de la audiencia y para asegurar la amortización adecuada, era necesario realizar una investigación sobre la oferta y la demanda de programas europeos; es decir, cuáles eran los programas o géneros de éxito en Europa y adecuar la oferta a la demanda.

Debido a la pluralidad lingüística en la Unión Europea había que ofrecer facilidad para obtener recursos para el doblaje y potenciar la producción en diversas lenguas. Las salas de cine y las cadenas especializadas debían tener un lugar privilegiado ya que actuaban como promoción de las películas. Después de todo, se trataba de que el público las viera. El cine, en realidad, funcionaba como antesala, a modo de trampolín, de lo que luego sería la distribución en televisión y en vídeo.

En el campo de la televisión pública, habría que favorecer los acuerdos de cooperación entre cadenas europeas, ya que esto contribuía a la conservación del patrimonio audiovisual europeo y, lo que era más importante, a un mejor conocimiento entre los europeos.

Otro tema pendiente era revisar la legislación para adaptarla al espacio internacional respecto a los derechos de propiedad intelectual con la internacionalización de los mercados y la explotación a través de las nuevas tecnologías.

Se trataba finalmente de promover una política de armonización legislativa dentro de la Unión Europea. Algunos expertos opinaban que una red de centros interconectados sobre titularidad intelectual complementaría un sistema de medidas eficaz en materia audiovisual en Europa. Para ello, se hacía necesario la creación de empresas sólidas orientadas desde un principio a una estrategia transnacional y multimedial. Por ello, una vía para la consecución de este objetivo era la inversión en las redes de distribución, teniendo en cuenta que se debía de formar un catálogo de títulos que permitiera el funcionamiento del sistema.

La ayuda de las instituciones europeas debía de haber sido decisiva aunque

---

<sup>41</sup> Según se cita en el artículo Pérez, P (1994) España ante la política audiovisual europea. Diagnóstico, desequilibrio y soluciones de futuro, en *TELOS*, n°39, Madrid, septiembre-noviembre.

en un plano muy diferente al que se había venido realizando; es decir, las ayudas debían de haberse realizado para el logro de objetivos globales y no sólo ayudas para la producción de producto determinado. Queda clara la falta en aquel entonces de una estrategia global.

## 9.6- Resumen

Se puede señalar que es a partir de 1989, un año sin duda significativo, con la caída del muro de Berlín y la desmembración de la Unión Soviética, cuando la Unión Europea reaccionó ante el reto del audiovisual, ya que hasta entonces este campo se había mantenido apartado del proyecto europeo.

La actuación se dirigía a evitar trabas dentro de la Comunidad, de forma que se consiguiera un volumen suficiente para ser competitivo. La directiva, conocida como “Televisión sin Fronteras”, trataba de establecer un denominador común con una regulación de la publicidad, de contenidos, etc... De ahí se crearon dos Libros Verdes: uno dirigido a las líneas de la política audiovisual, y otro al proceso de liberalización de infraestructuras de red.

Parecía que el sector audiovisual europeo había fracasado en su intento de producir y vender películas y programas de ficción que resultaran atractivos a escala internacional. Una de las soluciones fue la que puso en marcha el programa MEDIA a través de la Media Business School (MBS). Esta disponía de iniciativas destinadas a profesionales con experiencia, establecidos en cualquiera de los países miembros de la UE, que hubieran demostrado habilidad en sus respectivos mercados nacionales y que desearan desarrollar proyectos dirigidos a un público internacional.

Hasta el momento, lo característico era que los profesionales europeos del sector audiovisual desarrollaban su labor esencialmente dentro de los límites de su industria nacional respectiva. Con frecuencia, la información referente a la industria audiovisual había quedado restringida a ámbitos locales. Aún con todo, las medidas resultaron insuficientes. A la vista del análisis de los aspectos mencionados en los apartados anteriores se ha de señalar que la política audiovisual europea y los programas que se enmarcaban en la misma resultaron insuficientes para que la Unión Europea, configurada como un ente político, poseyera su propia estructura audiovisual.

Sin embargo, es preciso subrayar que Euronews desarrollaba todas aquellas actividades que de alguna manera se perseguían con los programas anteriormente expuestos y era, paradójicamente, el medio que menos apoyo institucional recibía y sobre

el que menos se estudiaban las potenciales posibilidades que ofrecía en ese momento.

A pesar de ello, a medida que avanzaban los años, Euronews estaba demostrando que poseía unas características peculiares que hacían de esta cadena un instrumento para proyección de la UE en el espacio audiovisual internacional.

Por tanto, la superación, entendida como complementariedad de los modelos de televisión nacional, venía dada en parte por Euronews, un modelo de televisión novedoso que en el marco de la Sociedad de la Información podía proyectarse como un sistema pionero de una incipiente red informativa europea. Algunos mecanismos ya estaban puestos en marcha, como el programa Eureka. Lo que faltaba era una verdadera estrategia global europea de red informativa, un campo de fácil exploración ya que los cauces, o por lo menos algunos, ya estaban abiertos. Observamos por tanto que se trataba de un momento idóneo para establecer una clara red de distribución en la UE.

## CONCLUSIONES FINALES

“Decía Marx que las teorías hasta entonces lo que habían hecho era interpretar el mundo y de lo que se trataba era de transformarlo.

Hoy decimos que interpretar el mundo es la mejor manera de transformarlo.”

**Manuel A. Vazquez Medel. (Univ de Sevilla).**



## **Introducción**

Este último Capítulo 10 está dedicado a la presentación de las conclusiones sobre el análisis de la singularidad de Euronews en el espacio audiovisual internacional en el periodo 1993-2003 y su papel estratégico en el proceso de integración europea.

La revolución en el mundo de las telecomunicaciones estaba marcando en la última década del siglo XX un nuevo trazado en las diferentes esferas de la vida cotidiana de las personas. Cada nuevo paso que se daba en el campo de las telecomunicaciones suponía una profundización en la Sociedad de la Información. Al mismo tiempo, en la Unión Europea, se había puesto de manifiesto que las propias instituciones, las ideas y conceptos habían de ser renovados pues se habían quedado, en algunos aspectos, obsoletos.

Realizado este viaje por el panorama internacional desde el punto de vista comunicacional y situando nuestra mirada en la Unión Europea y en un proyecto paralelo audiovisual que caminaba a su lado, Euronews, mostramos una relación de conclusiones finales sobre las hipótesis con las que en el Capítulo 1 iniciábamos nuestro trabajo.

1- Euronews constituyó una respuesta a la situación audiovisual que atravesaba Europa y se configuraba como la alternativa al modelo de televisión nacional. La aparición de Euronews respondía a la nueva realidad internacional, o, dicho de otro modo, se presentaba como resultado del proceso de internacionalización mundial.

En Europa, la televisión se consolidó durante los años 50 y 60 del siglo XX con particularidades muy diferentes de un país a otro. El proceso de internacionalización, sin embargo, afectaba a todos los países y planteaba problemas que habían de ser abordados por todos en su conjunto.

Las televisiones públicas en Europa perdían así su estatus de monopolio y crecía la competencia. Se empezaba, de esta manera, a liberalizar el sector. En este contexto aparecía Euronews, que surgió como un ente de carácter público y especializado, con ánimo de adaptarse a ese nuevo escenario televisivo en Europa.

Aunque Euronews nació con vocación de servicio público, nunca cerró su puerta a la posibilidad de que participara capital privado en la Sociedad. Esta idea, como hemos visto, se convirtió en realidad a finales de 1994, cuando la empresa francesa Alcatel entró a formar parte del capital de Euronews y, posteriormente, a finales de 1997 lo hizo la británica *Independent Television News* (ITN). Este carácter híbrido en la estructura financiera de Euronews anunciaba la tendencia que parecía darse en el futuro en las empresas de telecomunicaciones y del conocimiento.

Queremos insistir en la idea de que la aparición de la cadena Euronews fue un claro ejemplo de adaptación a la nueva situación internacional creada en dos sentidos. Por un lado, esta cadena constituyó la unión de diferentes televisiones públicas europeas que habían dado forma a un nuevo modelo de televisión. Como producto de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), apareció con el objetivo de dar respuesta a los nuevos retos informativos. Y por otro, Euronews se creó para responder a la cada vez mayor presencia en Europa de los grupos televisivos norteamericanos.

La comunicación audiovisual constituía, sin duda, un instrumento de poder que podía incidir en el equilibrio de poder internacional, lo que obligaba a responsables políticos y empresariales a dedicarle especial atención. Pero además, el lenguaje audiovisual tenía un público más amplio que cualquier otro medio, porque su posibilidad de llegar a todos no quedaba sesgada por limitaciones de lengua, cultura, espacio y tiempo. Era un hecho que los magnates del mundo de la comunicación tendían a acaparar mayores cuotas de poder.

Este hecho, unido a una paulatina transformación del poder del Estado, hacía que los medios audiovisuales y los profesionales que en ellos trabajaban bien desde el periodismo o desde los consejos de administración cobraran un papel notable en la sociedad. De ahí que el mundo de la comunicación/información, el denominado cuarto poder, fuera el marco en el que se desarrollaban las tensiones entre los distintos actores sociales.

Se ha de señalar también la cada vez mayor importancia que iba adquiriendo la información audiovisual en la última década del siglo XX en el contexto internacional, y de los efectos provocados sobre todo por la información bélica y del papel de las imágenes en directo.

Comunicación audiovisual y política formaban un binomio. Sin duda el papel de la información audiovisual era clave, sobre todo debido a la acción de los canales transnacionales y del desarrollo de Internet y en general de las TIC, en las Relaciones

Internacionales. De ahí que entendamos también, en cierto modo, a Euronews como la respuesta europea frente a la *Channel News Network* (CNN) tras su despegue a nivel internacional en la guerra del Golfo Pérsico en 1991.

En resumen: Por un lado, ante la aparición de los canales internacionales de televisión, surgía la pregunta de qué iba a suceder con los de ámbito nacional. Los modelos de televisión nacional, lejos de desaparecer por la acción de los canales transnacionales vía satélite como era Euronews y por la acción de las televisiones regionales y locales, convivirían con los anteriores conformándose un entorno audiovisual distinto y acorde con el momento político que vivía la Unión Europea. Por otro lado, tras el éxito de la CNN durante la guerra del Golfo de 1991 se entiende perfectamente la aparición de Euronews a modo de alternativa europea.

2- Observamos el nacimiento de Euronews como síntoma de la aparición de un nuevo modelo de sociedad en Europa. Una emergente Sociedad de la Información en la que el individuo cobraba un papel relevante

El mundo de la comunicación adquiere una relevancia mayor cuando aparece asociado a la actividad política. En aquellos años, la llegada de las nuevas tecnologías había supuesto una convergencia de varios ámbitos: el económico, político y cultural. Así, la Sociedad de Masas aparecía como un concepto obsoleto, ya que debido a la fragmentación del mercado, el propio término “masas” había dejado de tener sentido.

La realidad internacional había cambiado en el aspecto tanto tecnológico como en el político, y requería de unas nuevas estructuras que respondieran a una serie de nuevas demandas. En la Sociedad de la Información emergente, el individuo cobraba un papel relevante ya que era él mismo quien demandaba los productos audiovisuales que deseaba ver. Esto se hacía posible con las tecnologías del cable y del satélite. Una de las ofertas especializadas en televisión eran los canales dedicados a la información y Euronews era uno de ellos.

La emergencia de un nuevo modelo de sociedad se encontraba detrás de todos estos cambios: La Sociedad de la Información. Un nuevo concepto que anunciaba el fin de la hegemonía de la Sociedad Industrial, esta última, origen, entre otras cosas, del modelo de estado-nación y de las televisiones públicas, tal y como habían sido entendidas hasta la llegada de los nuevos modelos. Es decir, el modelo estado-nación propio de la Sociedad Industrial estaba siendo superado por organizaciones supraestatales como la UE y al mismo tiempo por la acción de entes regionales y locales.

Todo esto, tenía su reflejo en el ámbito audiovisual: la televisión pública, por un lado, se veía superada en cierto modo por televisiones de ámbito supraestatal como Euronews, y por otro lado, se asistía a la emergencia de las televisiones locales y regionales. Así, ambos entes, modelo estado-nación y modelo televisión pública no desaparecieron, pero sí se vieron obligados a redefinirse en los últimos años del siglo XX.

La década de los años 90 y la revolución en los sistemas de telecomunicaciones aparecían por consiguiente como una pasarela que llevaba a otro modelo de sociedad multinivel: local, regional, estatal y comunitario; y quizá se reunían los requisitos más que nunca en la historia para acercar al ciudadano la realidad del proceso de integración europea.

Con la liberalización de los servicios e infraestructuras de telecomunicaciones en la UE, se empezaba a vislumbrar una política de telecomunicaciones que se perfilaba como una de las más dinámicas e importantes tanto por su peso económico como por su papel en la construcción de la Sociedad de la Información.

La consecución de un espacio cultural común europeo había de hacerse desde un foro en el que participaran (además de la iniciativa política) una amplia gama de colaboraciones, las diferentes industrias del sector y sobre todo un papel fundamental del audiovisual. Aún así, los Estados seguían siendo los principales actores en cuanto a la puesta en marcha de las políticas culturales. En el caso de la televisión era claro y por ello las entidades estatales se mostraban reacias a ceder soberanía en este campo.

En este sentido, el desarrollo de las telecomunicaciones establecía las condiciones para que se pudiera hacer realidad la aparición de un mercado audiovisual común europeo, pero al mismo tiempo ofrecía la oportunidad para la aparición de espacios diferentes, los más pequeños. Parecía que estaban primando los primeros sobre los segundos. Aún existían dificultades para que dentro de los Estados se establecieran las condiciones óptimas para la formación de espacios de comunicación internos. Las instancias locales y regionales seguían altamente centralizadas. Por supuesto, existían excepciones como el caso de Alemania, España (donde las autonomías poseían plena competencias sobre la televisión regional), Gales (con plena competencia sobre el Canal 4) y Bélgica (diferenciación lingüística de las zonas valona y flamenca).

En el proceso de integración europea, el hecho de abordar un proyecto de política cultural común aparecía como un reto. Pero resultaba evidente que la defensa de las diferentes manifestaciones culturales en Europa había de cimentarse en la participación

democrática teniendo en cuenta que el Estado no era la única representación de las identidades culturales.

En el diseño de esta nueva arquitectura europea, se había de tener en cuenta no sólo la construcción de las instituciones europeas y de la actividad política, sino también se había de prever y establecer unos cimientos de para la formación de una ciudadanía de la Unión desde el ámbito de la educación de la cultura y de los Medios de Comunicación.

La construcción europea planteaba un modelo social propio. En el plano audiovisual se plasmaba de diferentes formas:

A)- Una de ellas, es la propia aparición de Euronews como modelo de televisión que no tenía parecido con ningún otro, tanto en el aspecto técnico y de producción como en la propia filosofía de trabajo como hemos señalado en los capítulos anteriores de esta investigación.

B)- Otra de las maneras en la que se vía reflejado este modelo de sociedad europeo fue la aparición de diferente legislación en la UE como la Directiva “Televisión sin Fronteras”, que acogía los nuevos modelos de televisión como la televisión digital. Incluía además de la televisión tradicional, la definición de los nuevos servicios *pay-per-view* y *Video On Demand*.

Esta Directiva intentaba, por un lado, proteger el interés del espectador y, por otro, facilitar el desarrollo industrial en el sector audiovisual, sector estratégico de una nueva época. Podemos citar como elementos significativos de estos cambios el “Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, Medios de Comunicación y Tecnologías de la Información y sobre sus consecuencias para la reglamentación, en la perspectiva de la Sociedad de la Información” de diciembre de 1997. Todos estos cambios se han entendido por parte de esta investigación como signos de un nuevo modelo social europeo.

C)- Por otro lado, los recortes para los proyectos o programas del audiovisual europeo habían sido habituales. Esto reflejaba la escasa importancia que poseía aún para las instituciones comunitarias el campo audiovisual. Desde principios de los años 90 se habían dado algunos pasos, aunque habían sido escasos.

La reunión del grupo de los países más desarrollados, el denominado G-7 en 1994, puso de relieve la importancia económica del sector ligado al de las telecomunicaciones, y lo audiovisual formaba parte de los sistemas multimedia en Europa. Se trataba, en definitiva, de un debate abierto y sobre el que los países

comunitarios no se ponían de acuerdo. Las propias instituciones europeas mostraban también sus divergencias en cuanto al presupuesto que debía de otorgarse al sector.

3- Euronews cumplía un interesante papel como instrumento de la UE en el marco político internacional.

Uno de los hechos más significativos de la década de los años 90 fue la concentración de medios. Esto significaba que la comunicación mundial estaba controlada por unas pocas manos. En Europa, las poderosas fuentes de información televisiva americanas habían causado la alarma de algún modo sobre todo durante la guerra del Golfo de 1990, cuando se hizo evidente el éxito de la cadena americana de noticias CNN. Este hecho funcionó como detonador, y, a partir de entonces, los planes para elaborar una respuesta inmediata europea empezaron a abrirse paso. Si bien ya en los años 80 se había comenzado a trabajar tímidamente en ello como hemos visto.

De este modo, Euronews contribuía a salvaguardar las identidades nacionales que existían en Europa. Notablemente significativo fue que se hiciera coincidir la fecha del inicio de las emisiones con la entrada en vigor del Mercado Único Europeo el 1 de enero de 1993, uno de los pasos fundamentales en la construcción europea. A este hecho, hemos de sumar que, en ese mismo año, el 1 de noviembre, entraba en vigor el Tratado de Maastricht.

Si los medios actuaban como actores del sistema internacional, éste funcionaba a su vez como fundamento de la actividad informativa. Es decir, los medios elaboraban la información internacional a partir de los acontecimientos noticiosos que suministraba de forma continua la sociedad internacional y así funcionaba como fuente básica.

Euronews constituyó un primer e importante paso para posteriores proyectos relacionados con el intercambio de programas de ámbito europeo y su proyección en el exterior. Apareció, en definitiva, como el medio de superar el marco de los estados naciones y de ser la voz de Europa en el mundo.

En el ámbito internacional se constataba la competencia entre la Unión Europea, Japón y EEUU en campos como las telecomunicaciones, la producción audiovisual y los equipamientos. En este sentido, Euronews constituyó un primer paso en la consecución de la proyección exterior de la UE.

Y es que el poder político se manifiesta de muchas formas. Una de las más eficaces era en esos momentos a través de los medios audiovisuales, sobre todo del cine y de la televisión. Así, la industria cinematográfica norteamericana había invadido

durante años el continente europeo.

Lo mismo ocurría con los programas televisivos, cine y televisión que estaban más relacionados que nunca debido a la proliferación de la tecnología del cable. Este era un sector industrial con fundamentales implicaciones económicas, pero también culturales y simbólicas. Para estados con mucha extensión territorial, el transporte de símbolos era, sencillamente, una cuestión vital, pues donde cesaban de simbolizar cesaban de estar y otro estado ponía allí sus signos.

La televisión no era la mirada a lo largo del mundo, pero estaba en su lugar. Los portadores de símbolos podían ser personas transportadas allí donde fuera preciso para operar en calidad de poder físico o psíquico. Actuaban como símbolo del poder ausente.

Entre los portadores técnicos de símbolos, los medios audiovisuales habían alcanzado un puesto preferente. En el mundo desarrollado y tecnológico, la dominación, que era en su mayor parte dominación simbólica, encontraba en los medios de comunicación, los portadores de signos que permitían plantear la geoestrategia, la política internacional y la misma confrontación entre Estados, de una forma radicalmente nueva respecto a anteriores etapas de la historia de la humanidad.

Euronews reflejaba la realidad del proceso de construcción político europeo, y frente a los que negaban la existencia de una auténtica identidad europea, encontramos una ingente cantidad de argumentos que nos dan muestra de una cultura común. Europa, cuna de conceptos como el de “ciudadanía”, “institución”, “hospital”, “escuela”, “estado”, “democracia”, etc., era capaz de hacer compatibles diferentes caracteres. De la misma forma, Euronews era capaz de ofrecer una imagen de una Europa plural y variada.

La eficacia de la televisión a nivel internacional estaba demostrada. Las imágenes eran emitidas a través de satélites y generaban un gran impacto en el espectador. Los acontecimientos internacionales como la llegada del ser humano a la luna, los mundiales de fútbol, las Olimpiadas, la guerra del Golfo Pérsico, la caída de la URSS y del muro de Berlín o la conflictividad en ex- República de Yugoslavia habían tenido gran repercusión a nivel internacional.

En el caso de Euronews, sus imágenes eran la representación de Europa en el mundo. Jugaba un papel fundamental. La UE era, por un lado, un ente en formación y por otro lado, una estructura económico-política que trataba de consolidar los pasos ya andados.

En nuestra opinión, para potenciar la acción exterior y la presencia de la Unión

Europea en el mundo se hacía necesaria una acción conjunta de la política de telecomunicaciones, por un lado, y por otro, de un canal de televisión con la filosofía de trabajo de Euronews.

Desde que surgió la cadena en 1993 y hasta el final de la primera década de emisiones de la cadena en 2003, podemos señalar que se iniciaron una serie de pasos de acción exterior por parte de la UE no ya de un carácter estrictamente económico sino de naturaleza política en el escenario internacional. Este hecho nos hace subrayar el papel de la cadena como agente de proyección exterior de la UE.

Señalamos a continuación los hechos que en nuestra opinión fueron los más significativos a comienzos del tercer milenio y en los que queda reflejado el objetivo de la UE de reforzar el papel tanto a nivel interno (como por ejemplo la ampliación a diez países que había sido la mayor hasta el momento) como en el ámbito internacional, tanto a nivel económico (llegada del Euro la moneda única en la eurozona de doce países de la UE) como político (por ejemplo las Cumbres con México, Canadá, América Latina y Caribe, Rusia, Japón, China e India, convenio de asociación con Chile, Argelia y Líbano) y tecnológico (lanzamiento del Telescopio espacial Galileo):

- El 19/7/2000 se celebró la Cumbre UE-Japón en Tokio. Los aspectos principales de aquella reunión fueron las relaciones económicas y comerciales, y también las medidas de carácter político como la cooperación y situación internacional (Corea), el proceso de paz en Oriente Medio y Kosovo.
- El 8/9/2000 tuvo lugar la denominada Cumbre el Milenio en NNUU. El presidente de la Comisión entonces, Romano Prodi, se reunió con el primer ministro Ehud Barak de Israel, del de Irán, Seyed Maohammad Khatami y el de Chile, Ricardo Lagos.
- El 15/9/2000 se celebró la Cumbre UE-Ucrania que trató sobre la situación en Ucrania y en la UE, la cooperación en ámbitos de justicia y Memorándum de acuerdo respecto al cierre de Chernobil.
- El 30/10/2000 tuvo lugar un acercamiento con Rusia llevándose a cabo la Cumbre UE- Rusia. (Se ha de señalar que a partir del 2001 Euronews comenzaría a emitir en ruso)
- El 1/1/2002 España asumió la Presidencia del Consejo de la Unión Europea. Los billetes y monedas euro entraron en circulación en los doce países miembros de la zona euro: Alemania, Austria, Bélgica, España, Finlandia, Francia, Grecia,

Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Portugal.

- El 28/2/2002 el euro se convertía en la única moneda oficial de los doce Estados Miembros participantes, una vez que el período de doble circulación hubo finalizado. La sesión inaugural de la Convención para el Futuro de Europa se celebró en Bruselas.
- El 15-16/3/2002 el Consejo Europeo se celebró en Barcelona (España) y se centró en los asuntos económicos, sociales y medioambientales y concedía prioridad a la interconexión de las economías europeas en los ámbitos de los mercados financieros y de las redes de energía, transporte y comunicaciones. Expresaba su deseo de acelerar el proceso legislativo de apertura para conseguir estos objetivos y reforzaba las políticas relativas al pleno empleo y al desarrollo de una economía competitiva basada en el conocimiento. También hacía referencia a la asociación euromediterránea, a las relaciones con los Estados Unidos y con determinados países de los Balcanes occidentales así como a la situación en Zimbabue. Así mismo, aprobaba una declaración relativa a la agravación del conflicto palestino-israelí.
- El 26/3/2002 se lanzó GALILEO, el sistema europeo de posicionamiento y navegación por satélite
- El 10/4/2002 la Comisión Europea publicaba un Libro Verde relativo a una política comunitaria de retorno de los residentes ilegales.
- El 19/4/2002, la Comisión Europea publicaba un Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en el ámbito del derecho civil y mercantil.
- El 22/4/2002 la UE y Argelia firmaron un Convenio de Asociación en Valencia, España.
- El 23/4/2002 la Comisión Europea adoptó una propuesta para combatir la ciberdelincuencia.
- El 8/5/2002 se celebró una Cumbre UE-Canadá en Toledo, España.
- El 17-18/5/2002 tuvo lugar la Cumbre UE-América Latina y Caribe en Madrid
- El 1/5/2002 se organizó una Cumbre UE-México en Madrid, España.
- El 29/5/2002 se celebró una Cumbre UE-Rusia en Moscú.
- El 31/5/2002 la Unión Europea ratificaba el Protocolo de Kyoto.

- El 17/6/2002 la UE y el Líbano firmaron un Acuerdo de Asociación en Luxemburgo.
- El 4/7/2002 se celebró una Cumbre UE-Ucrania en Copenhague, Dinamarca.
- El 8/7/2002 se celebró en Tokio una Cumbre UE- Japón.
- El 23/7/2002 el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) expiró tras cincuenta años en vigor.
- El 24/9/2002 se celebraba una Cumbre UE - China en Copenhague, Dinamarca.
- El 24/9/2002 tuvo lugar la Cumbre UE - República de Corea en Copenhague, Dinamarca.
- El 26/9/2002 se celebró el primer Día Europeo de las Lenguas y seguiría celebrando cada año con vistas a difundir la importancia de las lenguas por toda Europa.
- El 9/10/2002 la Comisión Europea recomendaba la conclusión de las negociaciones de adhesión con los siguientes países para finales de 2002: Chipre, la República Checa, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, la República Eslovaca y Eslovenia. La Comisión estimaba que dichos países estarían en condiciones de formar parte de la UE a principios de 2004.
- El 10/10/2002 se celebró una Cumbre UE-India en Copenhague, Dinamarca.
- El 11/11/2002 señaló la Cumbre UE - Rusia en Bruselas, Bélgica.
- El 18/11/2002 se firmó el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Chile en Bruselas.
- El 19/12/2002 se celebró una Cumbre UE - Canadá en Ottawa, Canadá.
- El 1/1/2003 la UE celebró el décimo aniversario de la creación del Mercado Único.

(Aquí finaliza nuestro periodo de análisis 1/1/1993-1/1/2003. No obstante, se incluyen acontecimientos desarrollados a lo largo de 2003 como culminación de los procesos gestados en estos diez años como por ejemplo, la entrada en vigor del Tratado de Niza o la entrada de diez nuevos miembros en la UE, la mayor adhesión habida hasta entonces)

- El 15/1/2003 se realizó la primera misión de la policía de la UE en Bosnia y Herzegovina
- El 1/2/2003 entró en vigor el Tratado de Niza

- El 19/3/2003 se celebró la votación en el Parlamento Europeo para dar luz verde a la mayor Adhesión de nuevos países miembros a la UE en el 2004 que fueron estos diez países: Chipre, Hungría, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y República Checa.
- El 14/3/2003 se firmó un Pacto de Seguridad entre la UE y la OTAN
- El 28/05/2003 fue la cumbre entre la UE y Canadá en Atenas. (Como resultado se firmó posteriormente en 2016 el Acuerdo CETA: “*Comprehensive Economic and Trade Agreement*”).
- Durante los días 20-21/6/2003 tuvo lugar el Consejo Europeo y se acogía el proyecto de Constitución de la UE como base para las próximas negociaciones sobre el futuro de Europa. Los dirigentes de la UE se reunieron con representantes de los estados balcánicos y expresaron la intención de que estos formaran parte de la Unión a condición de que fomentaran la estabilidad democrática el Estado de Derecho y el desarrollo económico. Asimismo, se subrayaba la importancia que tenían las relaciones trasatlánticas para la estabilidad internacional.
- El 25/6/2003 se celebró una Cumbre UE - EE. UU en Washington DC. La Unión Europea y los Estados Unidos resolvían cooperar en la lucha contra el terrorismo y la proliferación de armas. Asimismo, acordaban intercambiar información sobre cuentas bancarias que se encontraran bajo sospecha y establecer equipos conjuntos de investigación. Se aludía también a la situación en Irán y Corea del Norte y a la «hoja de ruta» para alcanzar la paz en Oriente Medio.
- El 4/10/2003 se celebró en Roma la Conferencia Intergubernamental (CIG) que tenía como objetivo principal la redacción y adopción de la versión final de la primera Constitución de la UE. Varios Estados miembros pidieron que se realizaran modificaciones en el proyecto de Constitución de la UE que la Convención Europea había propuesto en julio. La CIG tendría que llegar a un acuerdo antes de que se celebraran las elecciones al Parlamento Europeo, que tuvieron lugar en julio de 2004.
- Durante los días 16-17/10/2003 se celebró un Consejo Europeo en Bruselas que se centró en tres aspectos: el seguimiento del Consejo de Salónica sobre la política de asilo e inmigración; la política económica desde la perspectiva de la iniciativa para el crecimiento; y las relaciones exteriores.
- El 23-24/10/2003 se celebraba en Madrid la Conferencia para la reconstrucción

de Iraq. Las donaciones (28 mil millones de euros) se realizaron mediante diversas formas y abarcaban diferentes periodos de tiempo: ayuda humanitaria y para la reconstrucción, créditos a la exportación, y financiación de proyectos.

- El 6/11/2003 se celebró una Cumbre entre la UE y la Federación Rusa en Roma.
- El 18/11/2003 fue reunión de los ministros de Asuntos Exteriores sobre la Conferencia Intergubernamental (CIG) en Bruselas.
- El 29/11/2003 se celebró una Cumbre entre la UE y la ,India en Nueva Delhi
- El 12/12/2003 se dio la primera contribución del presupuesto de la UE para la reconstrucción en Irak.
- El 19/12/ 2003 se firmaba un acuerdo para establecer a partir de 2004, la apertura de una delegación de la UE en Yemen.

4- Euronews suponía un elemento para el desarrollo político y social en el interior de Europa. Era indudable que, en un marco general, la televisión jugaba cada vez más un papel fundamental, por su poder comunicativo y de difusión más que nunca gracias al desarrollo de las telecomunicaciones. Queremos destacar que en el caso de Europa, Euronews tenía un papel relevante como factor de integración y como instrumento para la comprensión ante los acontecimientos que se sucedían en Europa y en todo el mundo. La cadena jugaba un papel fundamental sirviendo como elemento para la cohesión social y abriendo la posibilidad a la pluralidad y la participación a todos los europeos.

Euronews, igualmente, constituía un ejemplo de interacción estatal entre los países miembros de la Unión Europea de Radiodifusión (UER). El material audiovisual de cada una de las televisiones miembros era intercambiable y este hecho era el que possibilitaba que Euronews dispusiera de imágenes cedidas de cualquier televisión estatal cuando lo necesitara o le pareciera de interés. Quedaba la posibilidad de que pudiera darse cabida en ese momento en el seno de la UER a las diferentes televisiones autonómicas, en el caso de España, así como a las cadenas privadas. Sin embargo, no parecía ser en ese momento una realidad viable. Podría haberse dado una estrategia conjunta para sacar rendimiento a toda la riqueza de la industria europea de programas en el panorama audiovisual internacional que no llegó a producirse.

El medio televisivo mantenía y preservaba la herencia cultural de una colectividad. Pensamos que Euronews funcionaba como un elemento para el cambio

social y político en Europa porque la información en televisión era un medio de transmitir una determinada cultura. Consideramos, por otro lado, que la prueba del valor de una cultura no reside en la amplitud con la que influencia a otras, sino que se considera en la medida en que permite la coexistencia de otras culturas y comparte por completo ese conocimiento. Euronews permitía en este sentido la coexistencia de las televisiones de ámbito nacional regional y local siendo su función de carácter complementario.

Queremos subrayar que la evolución de lo audiovisual en Europa estaba estrechamente relacionada con la búsqueda de una unión política. Es decir, la Unión Europea y Euronews mantenían un esquema de vertebración similar. Podríamos decir que ambos estaban movidos por un mismo espíritu y adolecían de las mismas vicisitudes. Un ejemplo significativo fue la no implicación de Gran Bretaña en Euronews. (Aunque queda fuera de las fechas de estudio de esta investigación, citaremos que de igual manera, en el ámbito político se vio confirmado con la decisión de salir de la UE en 2016 haciéndose definitivo el 1 de febrero de 2020)

La conexión de Euronews con el entramado político europeo no resultaba extraña. De hecho, Euronews fue calificada, en su fase inicial, como “Tele-Delors”, cuando Jacques Delors era presidente de la Comisión Europea y su principal impulsor.

Otro de los aspectos que señalaba el acercamiento de Euronews a las instituciones europeas era el hecho de que, aunque la sede de la UER donde se producían los intercambios de imágenes de los que se abastecía principalmente Euronews estaba en Ginebra y la conferencia que cada día se hacía para la coordinación de los intercambios tenían lugar en Bruselas, centro principal de decisiones de la UE.

Sin duda, la Unión Europea constituía y constituye el proyecto político más ambicioso de la Historia. Euronews aparecía también como una televisión con espíritu único en Europa, con un apoyo institucional comunitario, aunque escaso en nuestra opinión, y representaba una alternativa seria (a la hegemonía de *Cable News Network*, la cadena CNN de Ted Turner, en el terreno de la televisión informativa vía satélite internacional) y de otras cadenas de vocación internacional.

En el terreno del Audiovisual la Unión Europea tenía que encontrar su lugar para proyectarse con personalidad propia en el aspecto tanto económico como cultural. Económicamente, porque era éste un campo importante y las economías del futuro se encaminaban hacia este sector. Por otro lado, los productos audiovisuales eran un producto cultural que influía en el comportamiento de las personas y en sus opiniones.

Euronews también compartía ese espíritu de tolerancia que presidía el proyecto de una Europa unida. Y así constaba en la carta fundacional de la cadena. En conjunto, constituía una idea que surgía por la voluntad de un grupo de países europeos (que tendía a expandirse a los países del Este y suscitaba interés en otros fuera del entorno propiamente europeo), que unidos por la iniciativa de la UER eran conscientes del rico potencial del viejo continente. Con toda esa riqueza cultural europea se podía presentar una oferta de información interesante para el ciudadano europeo y se convertía al mismo tiempo en un vehículo para una transformación político-social necesaria en Europa con la mirada puesta en el tercer milenio.

5- Respecto al papel de los sistemas de comunicación audiovisual en los procesos de integración y de la investigación y desarrollo tecnológico queremos destacar el papel de Euronews como una incipiente red de comunicación en el proceso de integración de la UE.

En los procesos de integración, los medios de comunicación pueden ser un factor determinante para la puesta en marcha de una eficaz red de comunicación. La televisión, intrínsecamente ligada a los sistemas de satélites y de la tecnología del cable, y por ello el desarrollo tecnológico, era el factor que en buena medida determinaba los sistemas de comunicación y por consiguiente su eficacia.

Para un buen entendimiento entre los diferentes Estados que conformaban un proceso de integración debía de establecerse un sistema de comunicación a través de la cual los componentes de ese proceso se conocieran entre sí, se comunicaran y pudieran establecer las alianzas de forma más fácil.

Esto se conseguía mediante los medios de comunicación audiovisual y, ligado a estos, el desarrollo tecnológico. De hecho, los efectos recíprocos de la tecnología, del crecimiento y del empleo constituían unas de las preocupaciones mayores de los gobiernos de casi todos los países, cualquiera que fuera su grado de desarrollo.

Y es que, por otro lado, sin un desarrollo científico y tecnológico no sería posible la creación de nuevos puestos de trabajo.

Yendo aún más lejos, podemos decir que el progreso en materia de telecomunicaciones conllevaba un nuevo tipo de organización social ya que los sistemas electrónicos de comunicación transformaban los modos de intercambio. La posición relativa de un país o región en el mercado internacional estaba cada vez más determinada por el ritmo de creación y difusión tecnológica, que eran los que posibilitaban los

incrementos de competitividad necesarios para mejorar la presencia en el mercado mundial.

Los llamados mercados comunes, o los tratados de libre comercio, serían el marco que determinaría una gran parte de los flujos informativos y culturales. En el caso de la Unión Europea, se trataba de favorecer el progreso tecnológico y por consiguiente económico. Para ello, fue necesario abrir los mercados nacionales de las telecomunicaciones a la competencia internacional desregularizando los monopolios estatales que eran un obstáculo para la libre competencia.

Todas las acciones que estaban puestas en marcha habían sido necesarias, aunque no suficientes. El avance de las nuevas tecnologías suponía un desarrollo de la actividad productiva y la consiguiente generación de nuevos puestos de trabajo. Además, el peso de las nuevas tecnologías en la distribución audiovisual actuaba como un acelerador del proceso de desarrollo del sector; es decir, funcionaban como motor. Las telecomunicaciones, por otro lado, contribuían al acercamiento entre los pueblos y entre las personas.

Tradicionalmente el mercado audiovisual se había caracterizado por la fragmentación de los sistemas de conservación y transporte de sus mercancías. La única norma de cobertura planetaria en aquellos momentos era la película de 35 mm, que estaba aceptada en todos los mercados y dotada de una consistente capacidad informativa. Se trataba, de todos modos, de un soporte caro desde el punto de vista del coste de los materiales y también de los gastos de funcionamiento. Aún así, se había visto en las innovaciones tecnológicas en el campo de las telecomunicaciones un medio de acercamiento entre los pueblos y entre los continentes.

Se trataba, además, de un acercamiento instantáneo, que conllevaba cambios no sólo tecnológicos sino económicos y sociológicos. En el marco europeo, se pasaba de una concepción estatalista, de monopolio, a una situación distinta.

Recordemos que los medios audiovisuales eran medios relativamente tardíos. La prensa desde sus inicios había nacido encadenada al poder político y por ello cuando apareció la televisión este mismo sistema (media-política) se reprodujo. La televisión y su revolución tecnológica habían supuesto un verdadero cambio transnacional y es que la información sobrepasaba los límites estatales. Los aspectos lingüístico-culturales, gracias al satélite y al cable, se habían reducido y más aún con la llegada de las redes sociales a través de la web, cuando las distancias parecían no existir.

Por ello, las relaciones internacionales adquirirían un carácter más cercano

aportando, mediante la instantaneidad, un nuevo concepto de relación entre los dirigentes de los países, sus representantes, asociaciones, corporaciones de diversos ámbitos, etc. Los acontecimientos de ámbito internacional tenían una respuesta veloz puesto que casi a medida en que se desarrollaban eran transmitidos a los ciudadanos de forma directa.

Pensando en Euronews, y en referencia a los procesos de integración, la televisión actuaba como elemento cohesionador y aglutinador de diferentes colectivos sociales (principalmente a través de la publicidad, las pautas de consumo, etc.). Aparte de ser el medio de comunicación social por excelencia, las imágenes en directo transmitidas por televisión poseían una fuerza que cualquier otro medio era incapaz de ofrecer. Es por ello que los medios audiovisuales, por sus propias características, hacían llegar los mensajes de forma que el espectador se sintiera implicado en los acontecimientos. La información llegaba de forma directa con la sensación de “estar allí”. La televisión había ido evolucionando y había ido transformándose progresivamente, lo mismo que la realidad internacional. Estas reflexiones ponían de manifiesto la capacidad que poseía la televisión como medio de comunicación y de vehiculador de información, opinión e ideas a través de las imágenes que generaban una determinada percepción del mundo. Percepción que, por otro lado, era siempre manipulada y nunca era arbitraria.

Respecto al contexto político-social internacional, una realidad se imponía: los procesos de integración y, dentro de estos, la Unión Europea, que conformaba el modelo más evolucionado. Otros ejemplos, como el NAFTA o TLC (México, Canadá y Estados Unidos), el MERCOSUR (Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay) y, en el sudeste asiático, la ASEAN (*Association of South East Asian Nations*), daban cuenta de la tendencia a conformar megabloques económicos. En el caso de la Unión Europea, se trataba de un proceso sin precedente que caminaba, no exento de obstáculos, hacia un proceso de unión política. En este proceso, Euronews había surgido con el objetivo de ser la voz de Europa, nacido en el seno de la UER (Unión Europea de Radiodifusión) y formando parte del sistema Eurovisión.

Como hemos visto, el tipo de programación, la filosofía, la forma de trabajo, incluso el diseño de la cadena y otros elementos estaban en perfecta concordancia con las características del proceso de integración europea. Si bien la Unión Europea no era un proyecto terminado, sí era el más acabado de los que existían.

Respecto a los efectos de los entonces nuevos sistemas de telecomunicaciones

sobre las Relaciones Internacionales y los procesos de integración que estaban surgiendo en todo el mundo, señalaremos que las telecomunicaciones no imponían ya, como lo hacían en un principio, una interconexión uni o bidireccional, sino multidireccional, desde el momento en que cada individuo o fuente podía convertirse en emisor y difusor de información. Surgía así la multifocalidad.

El desarrollo de los sistemas de información estaba revolucionando los diferentes ámbitos sociales e incrementando la importancia de toda clase de redes. De hecho, la forma de red determinaba el tipo de relación entre los diferentes actores sociales mientras que las instituciones tradicionalmente se habían construido en torno a las jerarquías y aspiraban a valerse por sí mismas, las redes multiorganizacionales constaban de diversas partes que se unían para actuar de modo conjunto.

El desarrollo tecnológico favorecía el crecimiento de tales redes al hacer posible a actores dispersos consultar, coordinar y operar conjuntamente a grandes distancias y sobre una información mejor y mayor que nunca.

Por otro lado, un creciente número y variedad de organizaciones no gubernamentales estaban formando asociaciones semejantes a redes, a veces con la finalidad de unir esfuerzos para influir en el comportamiento de los gobiernos y del mundo económico.

Todos estos movimientos son los que iban progresivamente transformando los diferentes ámbitos sociales, políticos y culturales. Así mismo, debemos señalar que la lucha por el control de estas redes se estaba planteando en el contexto internacional y dentro de éste, el proceso de integración europea se iba a ver afectado en sus diferentes aspectos.

6- El efecto que podía producir Euronews en cuanto creador de una opinión pública en Europa pasaba por un aumento de los recursos en el sector audiovisual y por el establecimiento de una verdadera política audiovisual europea. Se trataba de fomentar las medidas de carácter transnacional.

La reflexión que desarrollamos es que lo audiovisual era indudablemente una industria, pero era también la forma de vehicular las ideas, los valores, la cultura, en definitiva. Además, generaba opinión pública y planteaba los debates sociales. Conformaba, por tanto, los mensajes que llegaban al ciudadano y todo ello incidía en la configuración política.

Indudablemente, la televisión contribuía a crear estados de opinión y Euronews

reunía los requisitos para la formación de una incipiente opinión pública europea. Así, eran prioritarios en la cadena los temas relacionados con las instituciones europeas. Euronews retransmitía en directo las sesiones plenarias del Parlamento Europeo y constituía una pieza clave para que el ciudadano europeo conociera y participara de los acontecimientos de las instituciones comunitarias, así como de los hechos que acontecían en el ámbito europeo.

En Europa, se echaba en falta una fuente de información hecha por europeos y para europeos que además tuviera en cuenta las diferentes sensibilidades que convivían en el continente. Euronews había sido la respuesta a esa carencia.

Por otro lado, el contexto audiovisual internacional había exigido que la maquinaria europea se pusiera en marcha para establecer una política audiovisual para el futuro. Esta era la idea original del Libro Verde sobre el Audiovisual y del programa MEDIA. Recordemos también que, con anterioridad al Libro Verde sobre el Audiovisual mencionado, había surgido el Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo presentado por el entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors. En él, por primera vez, se dedicaba un apartado a la industria audiovisual y se establecía que se trataba de una industria de índices de crecimiento más altos que todos los sectores industriales europeos. La industria audiovisual había que situarla en la Sociedad de la Información; es decir, en la convergencia de la telefonía, la informática y la industria audiovisual.

Las medidas de fomento y protección hasta entonces habían promovido una producción muy rica y extensa pero centrada a nivel local, con lo que resultaba débil en los ámbitos transnacionales. Según se apreciaba en el mercado, se asistía a una mayor vulnerabilidad frente a la competencia del exterior de Europa, ya que estaba pendiente de las ayudas estatales y de las medidas de protección. Sin embargo, Europa constituía el mayor mercado audiovisual del mundo, con un potencial de consumo y gasto aún ampliamente infrautilizado. Por ello, no había que perder de vista las posibilidades que ofrecía el desarrollo tecnológico y de establecer unas estables redes de distribución.

En general, hablamos de la problemática en el entorno europeo. Pero por otro lado, no hemos de perder de vista el hecho de que España tenía un mercado natural enorme en Hispanoamérica. Habría que reflexionar sobre cuál podría haber sido la manera de promover el desarrollo audiovisual europeo de forma que se hubiera tomado en cuenta en el futuro ese mercado natural y hubiera quedado explícito dentro de la política audiovisual europea.

Por otro lado, la evolución tecnológica facilitaba que el usuario era quién iba a tener la posibilidad de elegir entre la oferta. Por ello, muchos autores se mostraban partidarios de la liberalización total, potenciando y enriqueciendo la pluralidad y la diversidad de la misma. De esta manera, se respondía a una demanda muy diferente de la de épocas anteriores caracterizadas por los sistemas de televisión monopólicos y con canales de programación generalistas. Bien es cierto que la programación de televisión tendía a la especialización y esto era consecuencia directa de las tecnologías novedosas como el cable, el satélite o los servicios interactivos.

La política audiovisual europea debía haber sido la base de las inversiones en este campo; un sector de futuro que desde el principio de la década de los años 90 estaba cambiando el paisaje audiovisual tradicional en Europa pero que también abría nuevas expectativas y mercados de futuro. Los problemas que planteaba la liberalización progresiva del mercado audiovisual requerían que la UE elaborara y pusiera en práctica rápidamente una política eficaz basada en los objetivos estratégicos definidos en el Libro Verde sobre la industria audiovisual: eliminar las barreras entre los mercados nacionales; garantizar la elección genuina del público europeo; optimizar las oportunidades de una industria con futuro; y garantizar a largo plazo la rentabilidad de un sector en déficit.

La situación de crisis del audiovisual en Europa y en España se debía a que los productos europeos tenían grandes dificultades para distribuirse en su mercado natural, que era el comunitario. En cambio, los americanos tenían todas las facilidades del mundo porque habían sabido crear unos canales de distribución absolutamente competitivos y masivos dentro del mercado televisivo. El gran reto era que los productos europeos fueran de carácter transnacional. Para ello, el control de los canales de distribución era fundamental.

Teniendo en cuenta este contexto, Euronews podía haber desempeñado un papel más relevante como brazo audiovisual de la Unión Europea. Pero, para ello, debía de haber contado con un apoyo más decidido de las instituciones. Este apoyo no sólo se hubiera traducido en un aspecto económico sino en una verdadera voluntad política para que el proyecto contara con la participación de todos los países miembros. Con el devenir de los años, algunos de los miembros fundadores no se hubieran desligado del proyecto inicial como es el caso de TVE.

Por otro lado, el papel otorgado al proyecto “Europa por Satélite”, puesto en marcha por la Comisión Europea en enero de 1995, bien pudiera haber sido desempeñado por Euronews con la consiguiente reducción de costes.

Además, aunque pudieron ser encargados a Euronews otro tipo de trabajos acordes con la actividad audiovisual del Parlamento Europeo u otros, sin embargo, la estrategia no parecía que iba completamente en esa dirección.

Se trató, por tanto, de una estrategia parcial y no global como eje fundamental de un sistema de comunicación propio diseñado para la UE.

7- El canal de televisión Euronews reunía una serie de características y factores diferenciales en el espacio audiovisual internacional. Tenía su propio estilo y estatuto y sus peculiaridades se extendían desde su estructura financiera, hasta la elaboración de la información. Su forma de trabajo no guardaba parecido con cualquiera de las televisiones públicas que formaban parte de su accionariado ni con otros canales internacionales.

En cuanto a su filosofía, que se reflejaba en todos sus contenidos y programas, se trataba de un canal con una clara vocación europeísta. Esto lo hemos podido observar en cuanto al diseño de la programación y en la atención que prestaba a las instituciones europeas. Se trataba sobre todo de una manera original de hacer televisión que no tenía parecido con las televisiones tradicionales tanto públicas como privadas.

Era un canal de televisión por satélite de información continua y multilingüe que emitía en trece idiomas. Su peculiaridad era que además la emisión era simultánea. De ahí que ésta fuera la causa por la que contara con una tecnología ‘ad hoc’, para hacer posible precisamente la simultaneidad de la emisión y, por otro lado, que no tuviera presentadores. Este hecho, era el elemento diferenciador en relación a otras cadenas.

Resultaba llamativo ya que habitualmente el espectador identificaba a los presentadores de los informativos (los llamados “bustos parlantes”). Parecía imposible que se realizara un informativo sin locutores. Sin embargo, Euronews lo había logrado y se había distinguido por ello realizando así lo que para el canal era lo más importante: las imágenes. La riqueza de Europa era su diversidad. Euronews disponía de distintas fuentes de información procedentes de cada una de las televisiones miembros y de todos los socios de la UER. Ello le otorgaba la posibilidad de tener la capacidad de ofrecer una cantidad ingente de material.

Sin este acceso a las imágenes producidas por los miembros de la UER, el sistema de Euronews hubiera sido inviable.

En general, se apreciaba una tendencia a aumentar progresivamente el presupuesto dedicado a los informativos en las cadenas de televisión, fueran estas

públicas o privadas. Desde el principio, el proyecto Euronews surgió con el objetivo de ofertar sólo programas de tipo informativo.

Respecto al tipo de contenidos, abordaba, entre otros, como ya se ha mencionado, temas de ámbito institucional europeo. Se puede afirmar que era un canal que respondía a los intereses de la Unión Europea y que por ello constituía un ente “sui generis” en el espacio informativo audiovisual del momento. A lo largo del estudio de los diez primeros años de emisión, hemos comprobado cómo había desarrollado una importante actividad pro-europea.

Tenía, además, como hemos visto, una peculiar estructura financiera y poseía unos bajos costes de producción, con lo que se conseguía una televisión muy manejable. Además, contaba una única sede en Lyon, Francia, y, por ello, los costes eran bajos y significativo el alcance que tenía si tenemos en cuenta sus ingresos. Podemos decir que con muy poco presupuesto conseguía un gran efecto. Su estructura financiera, un híbrido entre empresa pública y privada, poseía su luz y su sombra. Se hacía necesario un mayor apoyo institucional. Este apoyo al que nos referimos no había de ser necesariamente de tipo económico, por vía de las subvenciones, sino más bien podría tratarse del establecimiento de un compromiso o de acuerdos de las instituciones con la cadena para la emisión de cierto tipo de programas o de transmisión de información y hemos visto como estos acuerdos habían ido llegando.

El porqué de ser un modelo híbrido a caballo entre la empresa pública y la privada hemos visto que se debía a las dificultades financieras y por ello se aceptó la entrada de un socio privado en el Consorcio. Aún así, el modelo híbrido de financiación se presentaba como el característico de las empresas de telecomunicaciones de los años venideros. Por lo menos, esa era la tendencia.

Resultaba impensable separar el mundo del audiovisual y el de las telecomunicaciones y en este sentido Euronews, por su diseño de programación, se perfilaba como el vehículo con el contenido ideal para representar los intereses de la UE y con el que llenar una de las parcelas de la inmensa oferta televisiva originada por la tecnología digital en Europa y en todo el mundo.

Por sus propias características, Euronews era un modelo de televisión que se adecuaba al proceso político que se estaba dando en Europa. Por eso, se trataba de un canal con unas características muy diferentes de las de cualquier otra cadena de televisión, porque respondía también a un modelo político particular y singular en todo el mundo como era la Unión Europea, si bien entendemos ambos como procesos, es

decir, dinámicos y abiertos, y, por ello, no acabados.

Euronews constituyó un primer paso hacia una televisión europea de carácter complementario y por tanto las televisiones nacionales no desaparecieron por ello. Televisiones locales, regionales, nacionales e internacionales convivían en un mismo universo informativo. Euronews era la voz y la imagen de Europa en el contexto audiovisual actual, con un mensaje europeo de base estatal. A partir del año 2003, la cadena se debatiría entre la competencia y la complementariedad.

8- Euronews supuso potencialmente una aportación audiovisual al proceso de integración europea entendiendo como proceso de integración un desarrollo multinivel de la Unión Europea.

La conferencia Intergubernamental de 1996 (CIG 96), se marcó el objetivo de acercar Europa a los ciudadanos. Para ello, las instituciones europeas, sobre todo la Comisión y el Parlamento, hicieron un esfuerzo en materia de comunicación. Sin embargo, el seguimiento de los debates por parte de la ciudadanía se encontraba todavía restringido a círculos muy limitados. Una de las razones que explicaban la falta de adhesión ciudadana era que el proceso de integración había profundizado en los aspectos de la unidad, dejando relegados los aspectos relativos a la diversidad.

Euronews representaba precisamente esa diversidad en la que tendrían cabida toda suerte de representaciones regionales e incluso locales de todos los pueblos de Europa. Sin embargo, aunque en el año 2003 se cumplían ya diez años consolidando su posición en el espacio audiovisual europeo, no parecía que recibiera un apoyo explícito por parte de la Unión Europea.

A nivel general, los intereses nacionales en este periodo parecían primar aún sobre los de la Unión en su conjunto. Por otro lado, en el campo audiovisual, las televisiones autonómicas seguían sin poder formar parte de la UER.

El Tratado de la Unión Europea (TUE), que entró en vigor en 1993, el mismo año que Euronews comenzó oficialmente sus emisiones, supuso, en el proceso de construcción europea, una transformación política de las Comunidades a una Unión Europea, superando una fase de integración de naturaleza económica, a una integración de naturaleza política.

El TUE introducía la previsión de una Unión Económica y Monetaria, introducía el concepto de ciudadanía europea y un reconocimiento expreso del papel de las nacionalidades y regiones europeas en el proceso de integración por vez primera desde

1950. Una tarea prioritaria era la de reforzar la UE ante la opinión pública y esta era sin duda la función que cumplía Euronews.

Queremos señalar la idea de que la unidad, representada en unas instituciones y en unos valores comunes, era compatible con la diversidad representada en las diferentes lenguas, culturas, tradiciones y estructuras institucionales de cada uno de los pueblos que la componían. En cuanto a las competencias de las regiones, se observaba que aunque la Unión era una Comunidad de Estados, no podía desconocerse que los Lander, las Comunidades Autónomas y las Regiones eran también partes del Estado.

Entendemos que los conceptos de unidad y diversidad son complementarios. En Europa, no se entienden el uno sin el otro. Europa sólo puede entenderse y hacerse comprensible a través de su diversidad, del mismo modo que la diversidad sólo cobra su auténtico significado en relación con la unidad europea. En este sentido, Euronews ofrecía el marco adecuado para reproducir estas dos ideas conjuntamente, unidad y diversidad, apostando por la riqueza europea y el conocimiento de todos los europeos y de todos aquellos con quienes la Unión había establecido algún tipo de vínculo.

La ciudadanía exigía de la televisión que le diera una completa y veraz información de los sucesos más relevantes de día, al menos en grandes líneas. En todo estudio experimental sobre la capacidad de atención y retentiva del espectador ante un determinado programa de televisión, siempre prevalece el mensaje icónico sobre el lingüístico.

Constatamos de nuevo el papel clave de la información audiovisual y de Euronews como ente concreto.

Euronews suponía una alternativa a las fuentes de información internacional, sobre todo norteamericanas que llegaban a Europa y a todo el mundo. Suponía también un complemento a la información nacional y resultaba de interés a aquellas televisiones regionales y locales. Quizá, y aunque se echara en falta más apoyo de las instituciones europeas, esta modalidad no fuera del todo beneficiosa en un momento en el que en el contexto audiovisual europeo se tendía a la privatización y liberación de los servicios de televisión.

De todos modos, quisiéramos destacar en este apartado, el interés cada vez mayor que habían mostrado las instituciones europeas por la expresión audiovisual en esos diez años, si bien consideramos que fue insuficiente.

El desarrollo multinivel del ámbito audiovisual en Europa pasaba por la entrada

de las televisiones autonómicas, regionales, locales, y también los canales privados en la UER.

9- Existía en Euronews una verdadera dialéctica entre su vocación y su carácter: Supranacional la primera, e internacional la segunda; es decir, por un lado, aparecía como un ente supranacional, con una personalidad propia y aquí residía su carácter complementario. Euronews tenía una clara vocación supranacional en el sentido de que se había formado como ente independiente de las diferentes televisiones públicas.

Por otro lado, poseía una estructura intergubernamental, no podía escapar al control de las televisiones públicas. Las televisiones miembros defendían su propia parcela de soberanía. Aún con estas dificultades, Euronews constituía un especial ejemplo y experiencia única de cómo funcionaban los intercambios de material audiovisual entre las distintas televisiones públicas que formaban parte de la Unión Europea de Radiodifusión (UER). Se trataba, en definitiva, de una cesión de imágenes por parte de las mismas. Para una mejor comprensión de los avatares que sufrió la cadena y de los obstáculos con los que se enfrentaba, es preciso situar este hecho, el de la supranacionalidad, en el marco de la convivencia de Euronews con las televisiones miembros; es decir, con las diferentes televisiones nacionales.

Como concepto general, las imágenes actúan como representaciones y por su propio carácter tienen tanta fuerza, que pueden llegar a sustituir al objeto representado, sea éste una persona, un estado, una empresa, etc. Es por ello, quizá, que pueda entenderse que las diferentes televisiones miembros de Euronews, como televisiones públicas que eran y como representación en cierta manera del Estado, concedieran poco espacio televisivo para la emisión de este canal. En el caso de España, era claro.

Teniendo en cuenta el papel que las imágenes jugaban en el mundo, y en las representaciones mentales de las personas, la televisión, seguía siendo uno de los elementos fundamentales de la soberanía de un Estado, Gobierno, Municipio, etc. Euronews representaba una cierta supranacionalidad en un momento en el que las televisiones públicas reflejaban el papel del Estado y estaban ligadas al mismo sobre todo en el aspecto jurídico. El hecho de ceder espacio televisivo a Euronews significaba de alguna forma, ceder parte de esa cierta soberanía audiovisual.

En un momento en el que el estado estaba cambiando de estrategia y cedía en determinados aspectos más control a las entidades territoriales subestatales, se entendía la proliferación, por ejemplo, en España, de las televisiones locales o la aspiración

y el interés de las Comunidades Autónomas de disponer de un canal de televisión propio.

Este doble carácter de Euronews tenía como resultado una serie de inconvenientes. Euronews ofrecía una imagen de Europa, mostrando el elemento que le era característico: la pluralidad y su riqueza cultural. Sin embargo, atendiendo a su compromiso de mostrar la imagen de la Unión, en Euronews tenían un lugar privilegiado las informaciones referentes a las instituciones comunitarias. Tomemos como ejemplo las retransmisiones en directo del Parlamento Europeo o las noticias referentes las instituciones de la Unión Europea. Euronews tenía personalidad propia y aunque había surgido podríamos decir de un intercambio básico de imágenes de carácter intergubernamental, perseguía, sin embargo, un objetivo transnacional. De hecho, la aparición de este canal en la esfera internacional había supuesto una innovación por su carácter paneuropeo.

Pero cabía esperar varios tipos de reacciones ante la aparición de Euronews. En un principio, contó con el carácter de novedad y suscitó interés por este motivo. Pero al mismo tiempo, se encontró con obstáculos. De ahí los problemas que tuvo con la elección de la sede, así como el lobby norteamericano.

Desde finales de los años 90 del siglo XX, Euronews se había enfrentado con varios cambios en cierta manera imprevistos. Por un lado, la actitud francesa, que parecía no apoyar a la cadena como se dispuso en un primer momento. Así, podemos citar la aparición de TF1, un canal de cable que parecía querer competir con Euronews.

Por otro lado, la ayuda institucional europea parecía no incrementarse. Es más, el Parlamento Europeo mostró en poco tiempo tras su puesta en marcha su postura de no apoyar a la cadena y que la entrada de capital privado consiguiera que lograra salir adelante por sus propios medios.

Aparte de los factores anteriormente citados en torno a los obstáculos con los que se encontraba, se ha de señalar que pese al impulso que dio a la cadena la Comisión Europea en un primer momento (de hecho, y como hemos señalado anteriormente, en su origen a la cadena Euronews se le llegó a denominar en algunos medios especializados como “Teledelors”), posteriormente, a lo largo de la Comisión Santer, este impulso se vio disminuído.

Tanto las diferentes televisiones miembros como accionistas de Euronews no parecían mostrar su apoyo en momentos de crisis. Más bien parecía que defendían sus propias televisiones, como comentábamos anteriormente, de esa parcela de soberanía que la televisión pública de cada país miembro parecía representar y de hecho

representaba.

Según el análisis realizado en esta investigación, el medio audiovisual del momento se presentaba como un espléndido observatorio del proceso de construcción europea. Euronews, debido a su estructura fundamentalmente de carácter intergubernamental, no parecía obtener beneficios y encontrar fácilmente lugar como ejemplo de una televisión europea, lo que por vocación era.

Eran, precisamente, el carácter intergubernamental y la vocación supranacional lo que caracterizaban a la cadena y lo que al mismo tiempo le impedían tener un lugar en el marco del proyecto europeo.

El carácter intergubernamental, como era el de Euronews, no parecía ser válido para la creación de una verdadera televisión europea. Aunque, por supuesto, parecía que se dibujaban otras vías válidas y exitosas como la coproducción con otros canales europeos de determinados programas o la colaboración con las instituciones europeas.

Las diferentes televisiones miembros parecían seguir abogando en principio por sus propias televisiones nacionales. Se trataba de un marco en el que no se daban las condiciones necesarias para la configuración de un proyecto supranacional, aunque Euronews surgiera con una vocación europeísta desde el principio.

Se puede decir que, desde el 1 de enero de 1993, Euronews llevaba representando a la Unión Europea ante otras instituciones o países. Era reflejo de sus contradicciones y luchas y, al mismo tiempo, era refuerzo de la misma. Paradójicamente, los recursos con los que contaba Euronews eran poco significativos, aunque se iba desarrollando una línea de colaboración interesante en cuanto a la participación de Euronews en las emisiones del canal puesto en marcha por la Comisión Europea en 1995 EBS (*Europa by Satellite*) o a la elaboración de programas conjuntos y establecimiento de relaciones con otras cadenas de televisión europeas.

Cuando Euronews había necesitado apoyo financiero se había encontrado con la negativa de los países accionistas. Sin embargo, el compromiso de Euronews con el proyecto europeo no tenía precedentes en la historia del audiovisual europeo. Aún con todas las dificultades, Euronews había sabido demostrar que suponía una forma nueva de entender la televisión y la información dando especial relevancia a los temas de la UE.

10- Además de todo lo señalado, el sistema de trabajo de Euronews hacía que la cadena actuara como una verdadera escuela de profesionales. El entorno de trabajo que ofrecía

la sede de Lyon podía ser considerado como un privilegiado campo de formación y aprendizaje.

Euronews era una nueva forma de hacer televisión y un modelo único en el mundo que podía servir de ejemplo para otros proyectos posteriores.

Tanto por sus contenidos como por su forma de trabajo, Euronews constituía, por tanto, un instrumento de gran interés para la Unión Europea.

Respecto al sistema de trabajo de Euronews y en cuanto a lo que podía aportar como escuela de formación de profesionales, queremos señalar que cada tema, noticia, acontecimiento, programa, etc. se transmitía en varios idiomas. Pero lo realmente interesante y que se quiere subrayar es que el texto no se traducía, sino que cada redactor realizaba la información en su propio idioma teniendo como referencia la misma imagen.

En este sentido, la semiótica nos ha servido de instrumento para dar una interpretación a esta forma de trabajo peculiar constatando que la realidad no es diferente de lenguaje ya que cada lengua analiza de manera propia su realidad. Consideramos así la realidad como construcción. Se considera un error pensar que existe una realidad ajena a nuestra propia visión o la de los demás. No existe una realidad objetiva. La realidad se dilucida a partir de la polémica entre realidades subjetivas diversas. Este es el dato que nos aproxima a la búsqueda de una objetividad informativa de Euronews.

Era también un canal sin reporteros. No los necesitaba puesto que se nutría de la magnífica riqueza de información que ofrecía el sistema de intercambio en la UER y de agencias. Los equipos de trabajo estaban formados por redactores de diferentes nacionalidades a propósito, cada uno correspondiente a un idioma. Además, en Euronews no había cámaras ni estudios. La forma de trabajo era diferente a la de cualquier televisión, y siendo un canal de tipo informativo no tenía locutores y este hecho constituía uno de sus rasgos más significativos y distintivos.

Desde su origen, y como hemos podido constatar en su Acta Fundacional, Euronews había surgido con una vocación fundamentalmente europeísta.

Hablamos por ello de un éxito relativo de la cadena debido a la contradictoria posición de la UE ante la cadena.

En cuanto a la difusión, aunque se trataba de una cadena hecha por europeos y para europeos, su ámbito de audiencia se extendía más allá de Europa. Por un lado, hacia América Latina a través del canal internacional de TVE; y por otro, a los países del Este de Europa, Escandinavia y Rusia. Euronews, además, realizó una apuesta por

el mundo árabe comenzando a transmitir en este idioma desde abril de 1997 hasta marzo de 1999.

La incorporación del equipo portugués, por otro lado, había venido motivada por la propia televisión portuguesa quien había visto en Euronews un interesante proyecto para exportar productos audiovisuales hacia Brasil y Angola. Hemos de señalar también el interesante momento tanto tecnológico como político internacional en el que surgía. El periodismo empezaba a requerir de una especial formación de los profesionales en un mundo globalizado.

Destacamos al mismo tiempo la falta de estudios e investigaciones en el campo audiovisual por cuanto que constituía un elemento clave para la formación de una verdadera industria audiovisual europea. Conocer los gustos de la audiencia y realizar estudios sobre la aceptación de un determinado tipo de películas o programas de televisión en distintas zonas de Europa resultaba fundamental para adaptar la oferta a la demanda.

Por otro lado, de acuerdo con algunos autores, no existía ningún puente o enlace entre la llamada formación académica y la formación profesional. No había una política de formación creativa de tipo global y las acciones existentes no tenían relación con los procesos establecidos de la formación reglada.

En esta situación, se podían resolver problemas determinados de la industria, pero no se atajaba el problema en su base y se enfrentaba además al añadido con la incorporación, más o menos cercana, de los países del Centro y del Este de Europa. Se necesitaba más presupuesto en materia audiovisual.

El programa MEDIA había dado los primeros pasos en el campo de la coordinación de sus actividades en este terreno y de su coordinación con otras instituciones en el marco de un plan global para la industria.

La Comisión Europea había empezado a abordar el problema de la formación de periodistas capaces de participar en un servicio informativo plenamente europeo. Todos los países parecían mostrarse de acuerdo sobre la necesidad de una perspectiva informativa europea. Sin embargo, el progreso en este aspecto se encontraba con obstáculos estructurales y técnicos.

La europeización de los cursos de las escuelas de periodismo en toda Europa solo era un primer paso. Era evidente que por sí sola la enseñanza de materias tales como la integración europea y el derecho comunitario no eliminaba la necesidad de una innovación radical en los métodos de enseñanza y en las perspectivas de formación.

En 1987, la entonces denominada Comunidad Europea organizó, en colaboración con el INA francés, un proyecto que incluía la organización de seminarios para periodistas veteranos y jefes de equipo informativos, así como intercambio de periodistas noveles entre departamentos informativos de televisión de otros países. Los resultados obtenidos fueron pobres, debido sobre todo a la escasa disposición de los periodistas a abandonar sus primeros destinos.

La Comisión presentó otra propuesta que incluía intercambios de periodistas entre los equipos informativos de emisoras de televisión de diferentes países. De este modo, los periodistas se familiarizarían con los diferentes sistemas de trabajo de toda la Unión y entablarían contactos de utilidad para futuras creaciones de procedimientos regulares de intercambios de trabajo.

En las jornadas de París de septiembre de 1989, el subgrupo de Información propuso que se concedieran anualmente 18 becas de un año de duración. Estos periodistas estudiarían un tema de su elección en una universidad europea. Tras esta labor, regresarían a su puesto de trabajo. Las becas serían concedidas por las fundaciones Neiman, John S. Knight y Reuter. Las iniciativas europeas sobre programas comunes de información se limitaban al intercambio de material informativo visual, a través de la UER, salvo el caso de Euronews.

Quisiéramos mencionar la escasa formación de los periodistas en materia de integración europea. Este hecho quedaba reflejado en los medios de comunicación en los cuales la información sobre temas comunitarios era pobre o no contaba con las claves necesarias para entender lo que sucedía.

Por último, queremos llamar la atención sobre el hecho de que Euronews funcionaba *de facto* como una auténtica escuela de profesionales, aunque quedaba fuera de todos los planes de formación audiovisual en los programas de la UE.



## REFERENCIAS FUENTES DE INFORMACIÓN

“La Información es un concepto relativo ya que depende de la capacidad de descifrar del destinatario.  
Un mensaje no tiene sentido sino hay un destinatario capaz de descifrarlo.  
Se ha de tener en cuenta al destinatario en el contenido y en la manera de vehicular el contenido”

Fessard



## ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

A continuación, se detallan algunas de las personas con las que se realizaron entrevistas en profundidad y el cargo que en ese momento desempeñaban:

- Alain Touraine. Desarrolló el concepto Sociedad Postindustrial Premio Príncipe de Asturias 2010 Comunicación y Humanidades. (Para Touraine Europa debía tomar conciencia y romper el silencio)
- Alex Aguirrezabal. Delegado de la Oficia de Euskadi en Bruselas
- Antonio Truyol i Serra. Catedrático de Relaciones Internacionales (el primero que hubo en España)
- Bárbara Dürhkop. Eurodiputada
- Carmen Gómez Mont. Coordinadora de Posgrado del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Santa Fe, Ciudad de México
- Claudio Altisen. Experto en Comunicación Visual. DIM Diseño y consultoría en comunicación visual. Rosario, Argentina
- Cristina Pérez-Cantó. Jefa del Gabinete de Prensa de la Secretaría de Estado para las Comunidades Europeas del Ministerio de Asuntos Exteriores de España
- Diego Carcedo. Consejero de Administración de RTVE
- Emilio Cartoy Diaz. Director de la Escuela de Producción de Televisión TEA. Rosario. Argentina
- Eusebio Mujal León. Profesor de Ciencia Política de la Universidad de Georgetown (EE. UU.)
- Fabián Dicité. Director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Rosario, Argentina.
- Gladys Lechini. Directora de la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, UNR, Argentina
- Guillermo Orozco. Experto en Comunicación Audiovisual. Profesor en la Universidad Iberoamericana. México D.F. Coordinador del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales
- Guillermo Pérez Sosto. Asesor de la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados de la Nación. Entrevista en la Casa Rosada. Buenos Aires/ director de consultoría de medios audiovisuales y marketing, Buenos Aires/Brasil

- Inocencio Arias. Diplomático, Embajador de España en la ONU y Miembro de numerosas Cumbres Internacionales/director general de la Oficina de Información Diplomática. Ministerio de Asuntos Exteriores de España
- Iñaki Zarraoa. Director de Euskal Irrati Telebista (EITB)
- Joaquín Roy. Profesor de la facultad de Estudios Internacionales de la Universidad de Miami
- Johan Galtung. Pionero de los estudios para la Paz, el sistema *Transcend* para la resolución de conflictos
- José Luis Orihuela Colliva. Secretario del Departamento de Cultura y Comunicación Audiovisual. Universidad de Navarra.
- Jose María Gil Robles. Presidente del Parlamento Europeo 1997
- Jose María Gorordo. Entrevista y acceso al archivo y documentación. Juntas Generales de Bizkaia
- José Vila Abelló. Presidente de Euronews 1996-2005
- Josu Jon Imaz. Eurodiputado
- Juan José Ibarretxe. Vice lehendakari del Gobierno Vasco.
- Juan Manuel Martín de Blas, director Gerente de Canales Vía Satélite de TVE
- Kay Wallace. Relaciones Externas de Euronews
- Luis Rivas. Redactor de Euronews
- Manuel Piedrahita y Miguel Veirat. Responsables de la sección Euronews de TVE
- Marcelino Oreja. Comisario europeo (1994-1999) Relaciones con el Parlamento Europeo y con los Estados Miembros (en materia de Comunicación, Transparencia e Información), Cultura y Sector Audiovisual
- María José Pérez-Luque. Responsable del Laboratorio de Comunicación Multimedia. Universidad de Navarra
- Milagros Gallego Pérez. Responsable del Servicio de Información del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. Luxemburgo
- Mónica Ridruejo Ostrowska, directora general de RTVE
- Nathalie Champagne. Relaciones Externas Euronews
- Nathalie Sherer. Relaciones Externas de Euronews
- Paolo Checchini. Autor del *Informe Cecchini* sobre las ventajas del Mercado Único Europeo. Paolo Cecchini fue director Adjunto de Mercado Interior y Asuntos Industriales de la Comisión Europea.

- Patricia Rojo. Profesora de Relaciones Internacionales de la Universidad de Rosario, Argentina
- Pedro González Martín. Secretario General de Redacción de Euronews en sus inicios, y posterior director del Canal 24h de TVE
- Pedro Lozano Bartolozzi. Catedrático de Relaciones Internacionales de la Universidad de Navarra
- Pedro Romero. Coordinador técnico de la Comisión Nacional Argentina de Cooperación con la UNESCO del ministerio de Cultura y Educación
- Perla Damuri. Directora de Informativos de Radio Argentina al Exterior. Buenos Aires
- Roberto Caferra. Productor de televisión. Galavision Rosario, Argentina
- Roberto Mesa. Catedrático de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense de Madrid y profesor de la Escuela Diplomática
- Silvia Barrall. Directora de Radio Argentina al Exterior. Buenos Aires
- Silviu Brucan. Embajador, Profesor de la Universidad de Bucarest director de la Televisión de Rumanía (entre otros)
- Tapio Varis. Es doctor en Ciencias Sociales y profesor de formación profesional en el departamento de Educación de la Facultad de Educación de la Universidad de Tampere (Finlandia) desde el 1 de noviembre de 2006. Se especializa en internacionalizar entornos de aprendizaje. Varis fue su director de *Tampere Peace Research* desde 1979-1984 y Costa y rector de *UN Peace University* en 1986-1989. En 1990-1995, dirigió el centro de formación de la Unibersidad de Arte y Diseño de Helsinki y comenzó en 1997 como profesor de cultura de los medios y educación en comunicación en la Universidad de Tampere
- Toya Bernard. Redactora de Euronews.
- Umberto Toledo. Periodista, analista político y económico. Portavoz Presidencial; Embajador en Costa Rica y asesor en la Subsecretaría de Asuntos Públicos de GCBA



## BIBLIOGRAFÍA

- AAVV (1957). *El Espíritu Europeo*, Madrid: Ed. Guadarrama
- AAVV (1970). *Los Derechos Culturales como Derechos Humanos*, Madrid: Ministerio de Cultura, Secretaria General Técnica, Servicio de estudios y documentación
- AAVV (1979). *Transnational Corporations in Advertising*, New York: United Nations,
- AAVV (1984). *Social Communication s and Global Problems Papers from the Plenary Sessions of the 1984 Prague Conference*, Leicester: University of Leicester
- AAVV (1985). *La comunicación internacional*, Barcelona: Ed. Mitre
- AAVV (1986). *Países y medios de comunicación*, Barcelona: Ed. Mitre
- AAVV (1988). *Documents of tite No-Aligned Movement on the New International Information and Communication Order (1986-1987)*, Praga: International Organisation of Journalist
- AAVV (1989). *America Latina (Dossier)*, Telos, nº19, Madrid: Ed. Fundesco
- AAVV (1990). *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid: Ed. Cátedra
- AAVV (1991). *Francophonie et politique audiovisuelle extérieure, Dossiers del'Audiovisuelle*, nº 39, Paris: INA
- AAVV (1991). *Simposio internacional sobre comunicación, identidad nacional y relaciones internacionales, Centre d'Investigació de la Comunicació*, Barcelona: Unesco- Generalitat de Catalunya
- AAVV (1992). *El Parlamento Europeo y la Cultura. Los Medios de Comunicación*, Madrid: Parlamento Europeo, Oficina en España
- AAVV (1993). *Comunicación Social. 1999*, Tendencias, Informes anuales de Madrid: Ed. Fundesco
- AAVV (1993). *La industria de la información*, Madrid: Ed. Fundesco
- AAVV (1994). *Comunicación, Identidad e Integración latinoamericana*, México: Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana
- AAVV (1996). *The Development of the Audiovisual Lanscape in Central Europe since 1989*, European Commission, Eureka audiovisual, U.K: John Libbey Media at the University of Luton Press
- AAVV (1998). *Audio-visual services and production*, Luxemburgo: Office for official Publications of the European Communities

- AAVV (1999). *Integración europea*, Madrid: Ed. Tecnos
- AAVV (2003). *La Sociedad de la Información Europea* (2003), Bristol: Ed. Intelecto
- ABELÁN HONRUBIA, V.; VILA COSTA, B.; OLESTI RAYO, A. (1998). *Lecciones de Derecho Comunitario*, Barcelona: Ed. Ariel
- ABELLAN, J.L. (Coord) (1994). *El reto europeo: identidades culturales en el cambio de siglo*, Madrid: Ed. Trotta
- ABELLO, J.C. (1999). Nadie lo confesará, pero todos los políticos quieren que el telediario lo lleve un amigo *Levante*, 11 de marzo, pg. 32.
- ABERCROMBIE, N.; LONGHURST, B. (1998). *Audiences*, London, Sage
- ADONIS, A. (1995) *Network Europe and the information society*, Brussel: Federal Trust for Education & Research
- AGRAWAL, B.C. (1989). *Communication revolution. A study of video penetration in India*, Ahmedabad: Indian Space Research Organization
- AGUIRRE ZABALA, I. (1994). Años decisivos para la Unión Europea, en *Euro Gaur*, Gipuzkoako Foru Aldundia /Diputación Foral de Gipuzkoa, 35 Zk, uda, pp.21-23.
- AGUIRRE ZABALA, I. (1996). La Teoría normativa de las relaciones internacionales en *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz 1995*, Bilbao: UPV/EHU
- ALBERT, P. (1990). *Les médias dans le monde*, Nanterre: Editions de l'Espace Européen
- ALDECOA LUZARRAGA, F. (1985). *La Unión Europea y la reforma de la Comunidad Europea* Madrid: Siglo XXI
- ALDECOA LUZARRAGA, F. (1996). *Textos Básicos sobre la reforma del Tratado de la Unión Europea presentados ante la Conferencia Intergubernamental de 1996*. Instituciones Europeas, Bilbao: Universidad del País Vasco, UPV/EHU, Vol 1.
- ALDECOA LUZARRAGA, F (1993). *De la Comunidad Europea a la Unión Europea: una visión desde Euskadi*, Bilbao: UPV/EHU
- ALDECOA LUZARRAGA, F. (1993). Eficiencia, eficacia y democracia. Condiciones estructurales para la mutación de la Comunidad Europea en Unión Europea, en *Sistema*, nº114- 115, pp 55-82.
- ALDECOA LUZARRAGA, F. (1994). *Euroelecciones 94. Un Parlamento para*

- una legislatura constituyente de la Unión Europea (1994-1999)*, Madrid: Ed. Tecnos-Movimiento Europeo.
- ALDECOA LUZARRAGA, F. (1998). El Tratado de Amsterdam, un pequeño gran paso en la consolidación del modelo de la Unión, En: *Cuadernos Europeos de Deusto*, Num 18/1998.
  - ALDECOA LUZARRAGA, F. (1998). Los cambios recientes en la Sociedad Internacional como estructura de oportunidad para el desarrollo de las Relaciones Internacionales de la Unión Europea, en: MARÍÑO, F.M (Ed) (1998) *Acción exterior de la Unión Europea y Comunidad Internacional*, Madrid, Universidad Carlos III y Boletín Oficial del Estado, pp 25-62.
  - ALVAREZ MONZONCILLO, J. M.; IWENS, J.L. (1992). *El futuro del Audiovisual en España*, Madrid: Ed. Fundesco
  - ALVAREZ, T; GARITAONANDÍA, C. y otros (1989). *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, Imagen y publicidad*, Barcelona: Ed. Ariel
  - ANDERSON, M.H.; RICHSTAD, J. (Ed) (1981). *Crisis in International News: Policies and Prospects*, New York: Columbia University Press
  - APARICI, R; GARCIA-MATILLA, A. (1987). *Lectura de imágenes*, Madrid: Ed. de la Torre
  - APARICI, R. (Coord) (1993). *La revolución de los medios audiovisuales*, Madrid: Ed De la Torre
  - AREILZA, J. M. (1986). *La Europa que queremos*, Madrid: Ed. Espasa Calpe,
  - ARENAL MOYUA, C. (Ed) (1987). *Las regiones y Europa: Euskadi*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
  - ARENAL MOYUA, C. (1991). *Introducción a las Relaciones Internacionales*, Madrid: Ed. Tecnos
  - ARIAS SANDOVAL, L. (2009). La identidad nacional en tiempos de globalización, En: *Revista Electrónica@ Educare* Vol. XIII, N° 2, [7-16], ISSN: 1409-42-58, diciembre
  - ARMAÑANZAS, E.; DIAZ NOCI, J.; MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona: Ed. Ariel
  - ARRIETA, M. (1980). *Obstáculos para un Nuevo Orden Informativo Internacional*, México: CEESTEM
  - ASTARITA, M. (1999). *Europa al plurale. Potere e democrazia ne' ll Unione*

Europe, Catanzaro: Ed Carello

- ATTINA, F. (1992). *Introducción al sistema político de la Comunidad Europea*, Madrid: Centro de Estudios Constitucionales
- AVILA, R. (1998). Lenguaje, Medios e identidad nacional, En: *European Review of Latin American and Caribbean Studies 1998*, 64, June
- BABIN, J.P. (1998). *Le marketing politique*, Milan: Média
- BADSEY, S.; RMA Sandhurst (Ed) (2000). *The Media and International Security*, London: Frank Cass Pub
- BAGDIKIAN, B. (1988). *El monopolio de los medios*, México: Fondo de Cultura Económica
- BAGGALEY, J.P.; DUCK, S.W. (1979). *Análisis del mensaje televisivo*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- BAINÉE, O.; MARCHETTI, D. (2006). Euronews, un laboratoire de la production de l'information «européenne», *Cultures & Conflits* [En línea], 38-39|été-automne 2000, mis en ligne le 13 mars 2006. URL: <http://journals.openedition.org/conflits/283>; DOI: 10.4000/conflits.283
- BAKIS, H. (1987). *Géopolitique de l'Informat-ion*, Col. Paris, ¿Que sais je?, n° 2353,
- BALDIRIA URDIDINEA, J. (Coord) (1981). *La formación de los periodistas en América Latina*, México: Centro de Estudios económicos y sociales del Tercer mundo y Ed. Nueva Imagen
- BALLE, F. (1992). *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien
- BAQUERIZO, P.J. (1993). Periodistas de varios países europeos conviven en la torre de Babel de Euronews, En *Tribuna de actualidad*, 18/1/1993.
- BAQUERIZO, P.J. (1994). Cultural protectionism: television of Babel, *Economist*, 5 de febrero, pp. 52-53
- BARBÉ, E. (1995). *Relaciones Internacionales*, Madrid: Ed. Tecnos
- BARNES VÁZQUEZ, J. (Coord) (1993). *La Comunidad Europea, la instancia regional y la organización administrativa de los Estados miembros*, Madrid: Ed. Civitas
- BARNETT, R.J.; Fi, R.E. (1974). *Global Research: The Power of the Multinational Corporations*, New York: Simon & Schuster
- BARON CRESPO, E. (1994). Las relaciones europeo-americanas, en: VVAA: *La industria de la información*, Madrid: Ed. Fundesco

- BAUDRILLARD, J. (1991). *Crítica a la economía política del signo*, México: Siglo XXI
- BAUN, M. J. (1995). *The New European Union*, Colorado: Westview Press, U.S
- BAUN, M. J. (1996). *An imperfect union: the Maastricht Treaty and the new politics of European Integration*, Boulder, Colorado: Westview Press
- BEAUD, M. (1987). *Le système national/mondial hiérarchisé*, Paris: La Découverte,
- BECEIRO RIBELA, S. (2010). La televisión digital en Europa: las plataformas digitales vía satélite (1996-2003), *Global Media Journal*, vol. 7, núm.13, 2010, pp. 33-54, Monterrey, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- BERGER, P. (1966). *The Social Construction of Reality*, USA: Random House
- BERMEJO GARCIA, R. (1998). “La Política Exterior y de Seguridad Común y el Tratado de Amsterdam”, *Boletín Europeo de la Universidad de la Rioja*, Suplemento, núm 3, pp 2-19.
- BESNE, R.; CANEDO, J.R.; PÉREZ DE LAS HERAS, B. (1998). *La Unión Europea. Historia, instituciones y sistema jurídico*, Bilbao: Universidad de Deusto
- BILBAO FULLAONDO, J.; DESVOIS, J.M. (Eds) (1993). *Imágenes recíprocas en los medios de comunicación social: Francia-España/Aquitania-Euskadi*. Bilbao: UPV/EHU
- BLUM, R.; LINDHEIM, R. (1987). *Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia*, Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión,
- BLUMLER, J.C. (1993). *Televisión e Interés Público*, Barcelona: Ed. Bosch
- BONET AGUSTÍ, L. (2004). *La excepción cultural*. Real Instituto Elcano. Estudios Internacionales y Estratégicos ARI nº 94/2004
- BONETA, E. (1999). *Ética de la Comunicación Audiovisual*, Madrid: Ed. Tecnos
- BORJA, J.; CASTELLS, M. (1999) *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*, Madrid: Ed. Taurus
- BOTREL, J. (Coord.) (1989). *Le discours de la Presse*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes
- BOULDING, K.E. (1985). *The World as a Total System*, Beverly Rius: Sage
- BOUZAS, R (1993) Apertura comercial e integración en el Cono Sur, en: *Nueva Sociedad* N° 125, pg.112- 119
- BOUZAS, R.; LUSTIG, N. (1992) Liberalización comercial e integración regional.

De Nafta a Mercosur, FLACSO

- BOYD-BARRET, O. (1980). *The International News Agencies*, London: Constable
- BOYD-BARRET, O.; KISHAN, D. (1992). *Contra-flow in Global News*, London: Jolm Libbey
- BRANCH, R.C.; BRIGHAM, D.; CHANG, E.; STOUT, P. (1991). Incorporating Cultural Diversity in Instruction, *Community Education Journal* (1991), pp.20-22
- BRAND, S. (1989). *El Laboratorio de Medios. Inventando el futuro en el MIT*, Madrid: Ed. Fundesco
- BRETHERTON, C.; VOGLER, J. (1999). *The European Union as a Global Actor*, U.K: Routledge
- BROTHERS, S. (1993). *Interactive multimedia: when worlds converge*, Global Equity Research
- BROWN, S. (1995). *International Relations in a Changing Global System, US*: Westview Press, U.S
- BROWN, W.; LEWIS, B. (1979). *Instrucción Audiovisual*, México: Ed. Trillas
- BRU, C.M. (1999). *Diccionario de la Unión Europea*, Madrid: Ed. Universitas
- BRUGMANS, H. (1972). *La idea europea. 1920-70*, Madrid: Moneda y crédito
- BRUNET, F. (1999). *Curso de integración europea*, Madrid: Ed. Alianza
- BURTON, J.W. (1965). *International Relations. A general theory*, Cambridge: Cambridge University Press
- BUSTAMANTE, E.; ZALLO, R. (1988). *Las industrias culturales en España*, Madrid, Ed. Akal
- BUSTAMANTE, E. (1991). *Telecomunicaciones y Audiovisual en Europa: encuentros y divergencias: informe del grupo Eurocommunication*, Madrid, Edit. Fundesco
- BUSTELO, P. (1990). *Economía Política de los nuevos países industriales asiáticos*, Madrid: Siglo XXI
- CABRILLO, F. (1991). *El nacimiento de la economía internacional: ensayos sobre historia de las doctrinas económicas*, Madrid: Ed. Espasa-Calpe
- CALDUCH CERVERA, R. (1991). *Relaciones Internacionales*, Madrid: Ed. Ciencias Sociales.
- CALVO DIAZ, G. (1999). *El nuevo marco jurídico de las telecomunicaciones y de los servicios audiovisuales*, Madrid: Consejo General del Poder Judicial
- CAMPO VIDAL, M. (1996). *La transición audiovisual pendiente*, Barcelona: Ed.

B, S.A

- CASTELLS, M. (1998). *La era de la información*, Madrid: Ed. Alianza Editorial
- CASTELLS, M.; BORJA, J. (1997). *Local y global*, Madrid: Ed. Santillana S.A. Taurus
- CEBALLOS LÓPEZ, L. (1995). *Diccionario de Organizaciones Económicas Internacionales*, Madrid: Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX
- CEBRIÁN, J.L. (1998). *La red; como cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Madrid: Ed. Santillana, Taurus
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2010). *Desarrollos del periodismo en Internet*, Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- CECCHINI, P. (1988). *The European Challenge, 1992: The Benefits of a Single Market*, Aldershot: Gover
- CECCHINI, P.; CATINAT, M.; JACQUEMIN, A. (1988). *Europa 1992: Una apuesta de futuro. Informe del proyecto de investigación "El coste de la no Europa"* patrocinado por la Comisión de las Comunidades Europeas, Madrid: Alianza
- CECCHINI, P.; GARRIGUES, A.; ILLESCAS, R. (1994). *La Unión Europea. Eficacia y Democracia*, Madrid: Ed. McGraw-Hill
- C.ENCEL (1993). *Komunikation und Medien*, En: M.A DAUSES (ed) (1993) *Handbuch des EGWirtschaftsrechts*, E.V, pgs 1-30
- CHARTIER, R. (1992). *El mundo como representación*, Barcelona, Ed. Gedisa
- CHANG, T.K.; LEE, J.W. (1993). *U.S Gatekeepers and the New World Information Order: Journalistics Qualities and Editorial Positions*, London: Political Communication, vol10
- CHOMSKY, N. (1996). *El nuevo orden mundial (y el viejo)*, Barcelona: Ed. Critica
- CI-IERRY, C. (1978). *World Communication: Treat or Promise? A Socio-technical Approach*, New York:John Wiley& Sons
- COHEN, H.; KEUCHENIUS, P.; SEIGNETTE, J. (Eds) (1994). *Audiovisual Media and Copyright in Europe*, Dutch : Foundation for Copyright Promotion
- COLLINS, R. (1998). *From satellite to single market*, London: Routledge
- COMISIÓN EUROPEA (1998). *Informe del grupo de alto nivel de política audiovisual, La era digital. La política audiovisual europea*, Luxemburg: CE, Pg. 13
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (1994). *Enterprises in*

- Europe. Third report*, Brussels: Office for Official publications of the European Communities, 1994
- CONSEJO DE EUROPA (1989). *European Convention on transfrontier television*, Strasbourg: Ed Conseil de Europe
  - CONTRERAS, E. (1977). *La transmisión transcultural*, Paris: UNESCO
  - CONTRERAS, J.M. (1990). *Vida política y televisión*, Madrid: Ed. Espasa Calpe
  - COOKE, P.; BOEKHOLT, P.; TODTILG, F. (1999). *The governance of Innovation in Europe*, London:Cassell Academic
  - CORTES MARQUES, G. (1988). *Principios de Economía Política*, Barcelona: Ariel
  - COURTEIX, S. (1975). *Télévisions sans fronties. Un probléme de coopération internationale*. Paris: Económica
  - CURRAN, J.; GUREVITCH, M.; WOOLLACOT, J. (1981). *Sociedad y Comunicación de Masas*, México: Fondo de Cultura Económica
  - *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de Vitoria-Gasteiz.1990* (1991). Bilbao: Universidad del País Vasco
  - *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de Vitoria-Gasteiz 1993*, (1994). Madrid: Ed. Tecnos-Universidad del País Vasco
  - DALY, L. (1997). ITN faces hurdles as it seeks Euronews stake, *New Media Markets*, Vol. 15, N° 24, 1997, p.5
  - DALY, L. (1997). Can ITN and Reuters save troubled Euronews? *New Media Markets*, Vol. 15, N° 21, p.6-8.
  - DARBY, P. (Ed): (1999). *At the Edge of International Relations*, London: Cassell Academic
  - DAUSES, M.A. (Eds) (1993). *Handbuch des EG-Wirtschaftsrechts*, ch. E.V, pp.1-30
  - DEBBASCH, C.H. (1988). *Droit de l'audiovosuel*, Paris: Ed.Dalloz
  - DE BENS, E.; KNOCHE, M. (1987). *Electronic Mass Media in Europe, Prospects and Developments*, Rediel, Dordrecht
  - DE CASTRO RUANO, J.L. (1994). *La emergente participación política de las regiones en el proceso de construcción europea*, Vitoria-Gasteiz: Instituto Vasco de Administración Pública (IVAP)
  - DE CASTRO RUANO, J.L. (2000). Medios de Comunicación y Relaciones Internacionales, en: *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales*

- de Vitoria-Gasteiz 1999*, Bilbao: Ed. Tecnos-Universidad del País Vasco
- DELCOURT, X.; MATTELART, A.; MAEFELART, M. (1984). *International Image Markets*, London: Comedia Publishing Group
  - DELORS, J. (1993) *El nuevo concierto europeo*, Madrid: Ed. Acento
  - DE MORAGAS, M.; GARITAONANDIA, C.; LOPEZ, B. (1999). *Televisión de proximidad en Europa: Experiencias de descentralización en la era digital*, Barcelona: Aldea Global
  - DESVOIS, G.; GARITAONANDIA, C. (1989). *Le discours de la Presse*, Pág.: 169-179, Rennes: Ed. Presses Universitaires
  - DEUTSCH, K.W. (1916). *Política y gobierno*, Madrid: Fondo de Cultura Económica
  - DIAZ RANGEL, E (1991). *La información internacional en América Latina*, Caracas: Ed. Monte Ávila
  - DIAZ RANGEL, E. (1976). *Pueblos subinformados*, Caracas: Ed. Monte Ávila
  - DIAZ RANGEL, E. (1991). *La Información Internacional en América Latina*, Caracas: Ed Monte Ávila
  - DIAZ NOCI, J.; LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, J.; LARRONDO URETA, A.; MESO AYERDI, K. (2007). *El impacto de internet en los medios de comunicación vascos*:UPV/EHU
  - DIAZ NOCI, J.; MESO AYERDI, K. (1999). *Komunikabideen ereduak*, Bilbao: UPV/EHU
  - DIAZ NOCI, J.; SALAVERRIA, R. (Coord) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona: Ed. Ariel
  - DIETZ, A (1989) Harmonisierung des europäische Urheberrechts, en Ress, G (coord) (1989) Entwicklung des europdichen Urheberrechts, Nomos Verlag: Baden-Baden, pp57-67.
  - DIEZ DEL CORRAL, F. (1962). *El rapto de Europa*, Madrid: Ed. Alianza
  - DIEZ DE VELASCO, M. (1999). *Las Organizaciones Internacionales*, Madrid, Ed. Tecnos
  - DIEZ-HOCHLEITNER RODRÍGUEZ, R (1990) Hacia una política audiovisual europea, *Gaceta jurídica de la CEE* 1990, Boletín, B-50, pp 3-9
  - DIEZ-HOCHLEITNER, J.; MARTINEZ CAPDEVILLA, C. (1999). *Tratado de la Unión Europea y Tratado de la Comunidad Europea tras su revisión por el Tratado de Amsterdam*, Madrid: Ed. McGraw-Hill

- DOBARRO, S. (1998). *La televisión digital en Europa*, Santiago de Compostela: Ed. 9, s.l, Septiembre (1.Edición)
- DOELKER, C. (1982). *La realidad manipulada*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- DONATI, P. (1993). *La cittadinanza societaria*, Roma-Bari: Ed. Laterza
- DOUTRELEPONT, C.; WAELBROEK, M. (Direction) (1997). *Questions de Droit de L'Audiovisual Europeen*, Bruxelles: Ed. Bruylant
- DOWNING, R. (1994). *EC Information Technology law*, march, 1995, Chichester,New York:Willey
- DRAGO, M. (1996). RTVE propone como presidente de Euronews al consejero Jose Vila, *El Mundo*, 4 /7/1996.
- DUROSELLE, J.B. (1983). *Europa: de 1815 a nuestros días. Vida política y Relaciones Internacionales*, Barcelona: Ed. Labor
- DUROSELLE, J.B. (1990). *Historia de los europeos*, Madrid: Ed. Aguilar
- DUVERGER, M. (1974). *Introduction á la politique*, París: Gallimard
- DYSON, K.; HUMPREYS, E. (Eds) (1990). *The Political Economy of Communications: International and European Dimensions*, London: Routledge
- EBN steals space from Euronews in Germany (1996), *New Media Markets*, Vol.14, N° 10, P.6-7.
- ECHEVERRIA, J. (1994). *Telépolis*, Barcelona: Ed. Destino
- ECO, U. (1968). *Apocalípticos e Integrados ante la cultura de masas*, Barcelona: Ed. Lumen
- ENCALADA, M.; ORDOÑEZ, M. (1978). *Conceptos sobre circulación equilibrada de la información internacional*, Quito: CIESPAL
- ENZENSBERGER, H.M. (1982). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Ed. Anagrama
- El proyecto Euromed será remitido a la UE el 28 de febrero (1999). [Http://levanteemv.es/hoy98038/lasso.acgi](http://levanteemv.es/hoy98038/lasso.acgi), Hemeroteca virtual Levante, 27 de febrero
- ESTEINOU, J. (1990). Los medios de comunicación ante el nuevo modelo de desarrollo nacional, *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol IV, n° 10, México: Universidad de Colima
- Euronews entra en la plataforma digital rusa (1999). Revista: *Inter Medios*. N° 113,11 de febrero
- Euronews wins respite to find equity (1994). *New Media Markets*. Vol 12, N°9

- Euronews in last ditch for cash (1994). *New Media Markets*, Vol. 12, N°10, p.1-7.
- Euronews courts rival channels to take stakes (1996). *New Media Markets*, Vol.14, N°27, p.7.
- Euronews faces funding crisis as shareholder alcatel seeks early exit (1996). *New Media Markets*, Vol,14, N°24
- Euronews perdió más de 3.500 millones de pesetas (1995). *ABC*. 24/5
- EUROSTAT (1999). *Europa en cifras. Conocer la Unión Europea*, Luxemburgo y Madrid, Comunidades Europeas y Mundiprensa (5ª edición)
- EVERARD, J. (1999). *Virtual States*, U.K: Routledge
- FAGEN, R.R. (1969). *Política y Comunicación*, Buenos Aires, Ed. Paidós
- FERNANDEZ, F. (1998). *Estructura internacional de la información. El poder mediático en la era de la globalización*, Madrid: Ed. Síntesis
- FERNANDEZ SHAW, F. (1978). *Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión*, Madrid: Ed. Tecnos
- FERNANDEZ-SHAW, F. (1979). *La difusión internacional de programas audiovisuales*, Madrid: Ed. Tecnos
- FERNANDEZ-SHAW, F. (1985). *Relaciones internacionales y medios audiovisuales*, Madrid: Ed. Tecnos
- FERRES, J. (1994). *Televisión y Educación*, Barcelona: Ed. Paidós
- Comisión europea, V. (1994). *El desafío de Naciones Unidas, Ante un mundo en crisis*, Barcelona: Ed. Icaria
- FONTAINE, P. (1991). *La Europa de los ciudadanos*, Luxemburgo: Editado por la oficina de publicaciones de las CCEE
- FOX, E. (1997). *Latin American Broadcasting. From Tango to Telenova*, Luton:JohnLibbey Media at the University of Luton Press
- FRANCÉS, M. (Coord.) (2009). *Hacia un nuevo modelo televisivo: Contenidos para la televisión digital*, Barcelona: Ed. Gedisa
- GALTUNG, J. (1991). *Los medios de comunicación mundiales: bienestar y desarrollo*, Madrid: Desarrollo n°18/19
- GARCIA, JIMENEZ, J. (1970). *Televisión Educativa para América Latina*, México: Ed. Porrúa
- GARCIA LLOVET, E. (1991). *El régimen jurídico de la radiodifusión*, Madrid: Ed. Marcial Pons
- GARCIA LOPEZ, M. ; RUIZ DEL OLMO, F.J. (1997). *Nuevas tecnologías*,

- nuevos medios*, Málaga: Ed. Universidad de Málaga
- GARITAONANDIA, C. (1983). *Federalismo y autogestión en los mass media*, Bilbao: Ed. I.V. de Ad. Pública
  - GARITAONANDIA C. y otros (1989). *La Comunicación en las naciones sin Estado*, Bilbao: Ed. Servicio Editorial UPV-EHU
  - GARITAONANDIA, C. y otros (1990). *Información y persuasión*, pp. 325-335, Ed.: Servicio Ed. Universidad de Navarra
  - GARITAOANDIA, C y otros (1990). *Las radiotelevisiónes en el espacio europeo*, Pág.:119-139 y 267-285, Ed.: RTVV (Valencia)
  - GARITAONANDIA, C. (1991). *Comunicació, Identitat Cultural i Relacions Interculturals*, Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació
  - GARITAONANDIA, C.; SANCHEZ TABERNERO, A. (1992). *Las empresas informativas en la Europa sin fronteras*, Bilbao: Universidad del País Vasco
  - GARITAONANDIA y otros (1993). *Comunicación y Pluralismo*, Salamanca: Ed. U.P. de Salamanca
  - GARITAONANDIA, C.; MORAGAS, M. (1994). *El papel de las televisiones regionales* (documento del Parlamento Europeo, traducido a las 9 lenguas oficiales), Bruselas: PE.208.155
  - GARITAONANDIA, C. (1997). *El mundo de la televisión digital: un cambio en el mundo en Retos de la Sociedad de la Información*, pp. 93-109, Ed. Universidad de Salamanca
  - GARITAONANDIA, C. (2001). Relationships between the use of PPV, levels of television consumption, and the communication technology equipment of Spanish households, en *Communications, The European Journal of Communication Research*, Volume 26, 3/2001, pp 297-311.
  - GAY FUENTES, C. (1994). *La Televisión ante el Derecho Internacional y Comunitario*, Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas
  - GIDDENS, A. (1999). *La Tercera Vía. La renovación de la socialdemocracia*, Madrid: Ed. Grupo Santillana
  - GIFREU, J. (1986). *El debate internacional de la comunicación*, Barcelona: Ed. Ariel
  - GIORDANO, E.; ZELLE, C. (1988). *Europa en el juego de la Comunicación global*, Madrid: Ed. Fundesco

- GIURCO, M. (2020). Euronews, visiones de Europa en los años noventa. En *Revista de Estudios Europeos* nº 75, enero-junio, 378-394. ISS: 2530-9854  
[Http://www.ree-uva.es](http://www.ree-uva.es)
- GOLDING, P.; HARRIS, P. (1996). *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication and the New International Order*, London: Sage
- GÓMEZ AMIGO, S. (2004). *10 años de canales temáticos*, GECA, pag 210-219
- GONZALEZ ENCINAR, J.J. (1996). *La televisión pública en la Unión Europea*, Madrid: Ed. McCraw-Hill
- GONZÁLEZ MARTIN, P. (1995). *Euronews. Una televisión pública para Europa*. Barcelona: Ed. Icaria
- GRANDI, G (1995) El Mercosur en transición: evolución y perspectivas, en: *Meridiano Ceri*, pgs 9-13,
- GRATIUS, S (1993) *El Mercosur y la Comunidad Europea: una guía para la investigación*, Madrid: IRELA (Instituto de Relaciones Europeo-Latinoamericanas)
- GRAZIANO, M. (1987). *Nuevo orden internacional de la información*, Buenos Aires: Ed. Legasa
- GONZALEZ REQUENA, J. (1992). *El discurso televisivo*, Madrid: Ed. Cátedra
- GUDIN (1990). *Existe-t-il un marché européen de la télévision?*, Rey. Aff. Eur, 1990, pgs 25 y ss.
- GUNTER, B; JONES, C; MOSS, R (1991). *Television in Schools*, England: John Libbey
- GUNTER, B.; WINSTONE, P. (1992). *Television, the public's view*, London: Ed. Libbey
- HALL, E.T. (1984). *Lp'roxémica en VVAA: La Nueva Comunicación (1984)*, Barcelona: Ed. Kairós
- HAMELINK, C.J. (1994). *The Politics of World Communication*, London, Ed: Sage
- HART, R.P (1994). *Seducing América: how television charms the modern voter*, Nueva York: Oxford University Press
- H. DE LA MOTA, I. (1988). *Función social de la Información*, Madrid: Ed. Paraninfo
- HENSTCH, T. (1983). *Le système mondial*, Montreal: Nouvelle Optique
- HERREROS, M. (1989). *Teoría y Técnica de la propaganda electoral*, Barcelona: ESRP-PPU
- HESTER, A. (1976). *The Western News Agencies: Problems and Opportunities in*

*International News*, México: ILET

- HOOD, S.; TABAR. ; PETERSSSEN, T. (1997). *On Television*, London:Pluto Press
- HUERTAS, F. (Coord) (1994). *Televisión y Política*, Madrid: Ed. Complutense
- HUNTINGTON, S. (1994). *La Tercera Ola*, Barcelona: Ed. Paidós
- IBAÑEZ SERNA, J.L. (1995). *Orígenes y desarrollo de Euskal Telebista (1982-1992)*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
- INFORME ANUAL DE LOS CONTENIDOS DIGITALES EN ESPAÑA (2017). ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI
- ITURRIETA, A (1992) Mercosur: el peso de una iniciativa, *en: America Latina hoy*,5 Madrid, diciembre.<https://doi.org/101420/alh.2209>
- JAUARIBE, H (1992) *Significacao de MERCOSUL*, Rio de Janeiro: Instituto de Estudios Políticos y Sociais,
- JENSEN, K.B.; JANKOWSKI, N.W. (Eds) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona: Ed. Bosch Comunicación
- KATZ, E.; LAZARFELD, P.F. (1959). *Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal* *Studies in Public Communication* 21-6 Retireved from [https://repository.upnn.edu/asc\\_papers/165](https://repository.upnn.edu/asc_papers/165)
- KATZ, E.; LAZARFELD, P.F. (2005). *Influencia Personal, la parte que juega la gente en el flujo de las comunicaciones masivas*, Ed E-Book 2017
- KEOHANE, R.O.; JOSEPH, S.N. (1988). *Poder e Interdependencia. La política mundial en transición*, Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano
- KEYSERLING, H.V. (1965). *Analyse spectrale de L'Europe*, Paris: Éditions Gonthier
- KUR, K.K. (1984). A Critical Analysis of International News Flow research, *Critical Studies in Mass Communication*, no 1, Virginia
- La cadena Euronews empezará a emitir en el mes de enero (1992) en *La Gaceta de los Negocios* 1/12, p.23
- LAMOUE, C.; POULLET, Y. (1997). *Des autoroutes de L'Information d la "Démocratie e'lectronique"*, Bruxelles: Ed. Bruylant
- LANGHAM, J. (1990). *Teachers and TV*, London: J. Libbery
- LAPID, Y.; KRATOCHWIL, F. (1996). *The return of Culture and and Identity in Rl Theory*, USA: Lynne Rienner Publishers
- LARSEN, P. (1991). La circulation internationales des programmes télévisés de

- fiction: importations et exportations, *Etudes et documents d'information*, Paris n° 104, UNESCO
- L'Audiovisuel et le GATT (1995). Université de Poitiers. Faculté de Droit et des sciences sociales, *Actes des 7èmes journées d'actualité du Droit de l'audiovisuel, Poitiers 19-20 novembre 1993*, Paris: Presses universitaires de France, 1995
  - LEACH, E. (1981). *Cultura e Comunicazione. La logica delle connessioni simboliche*, Milán: Angeli
  - LEWIS, A.; WEBLEY, P.; FURNHAM, A. (1995). *The new economic mind: the social psychology of economic behaviour*, New York, Harewster Wheatsheaf
  - LEWIS, J. (1991). *Ideological Octopus. An exploration of Television and its Audience*, New York: Routledge
  - LIGHT, M.; GROOM, A.J.R. (Edts) (1985). *International Relations. A Handbook of Current Theory*, Londres: Lynne Rienner Pub
  - LINARES, J.; ORTIZ CHAPARRO, F. (1995). *Autopistas Inteligentes*, Madrid: Ed. Fundesco
  - LINDE PANIAGUA, E. (dir) (1997). *Los retos de la Unión Europea ante el siglo XXI*, Madrid: UNED-Banco del Comercio
  - LINDGREN, S. (2017). *Digital Media and Society*, London: SAGE
  - LINHART, P.B.; RADNER, R.; SATFERTHWAITTE, M.A. (coed) (1992). *Bargaining with complete information*, San Diego: Academic Press
  - LIPPMAN, W. (1949, renewed 1992) *Public Opinion* New York: The Free Press
  - LLIPINACCI, T.M. (1991). *The pursuit of television broadcasting activities in the European Community: Cultural preservation or Economic Protectionism?* Vand J. Transnat'l L, vol. 24, pp 113-154.
  - LOADER, B. (Ed) (1997). *The Governance of Cyberspace*, U.K: Routledge
  - LOPEZ ARANGUREN, J.L. (1967). *La comunicación humana*, Madrid: Ed. Guadarrama
  - LOZANO BARTOLOZZI, P. (1994). *Relaciones Internacionales, El directorio mundial. De la distensión al tiempo post-soviético. (1976-1994)*, Pamplona: Ed. Universidad de Navarra, S.A
  - LOZANO BARTOLOZZI, P. (1987). *Estructura y dinámica de las relaciones internacionales*, Barcelona: Ed. Mitre
  - LOZANO BARTOLOZZI, P. (1990). *Nuevos imperios y rebelión mundial: (guerra fría y descolonización)*, Barcelona: Ed. Mitre

- LOZANO BARTOLOZZI, P. (1994). *Relaciones internacionales, (El gran Consulado: de la segunda guerra mundial a la coexistencia 1939-1975)*, Pamplona: Ed. Eunsa
- LOZANO BARTOLOZZI, P. (1974). *El ecosistema informativo: introducción al estudio de las noticias internacionales*, Pamplona: Ed. Eunsa
- LOPEZ ESCOBAR, E (1993). Valores vulnerables en la televisión multicanal española en BLUMLER (1993) *Televisión en interés público*, Barcelona: Bosch
- LOZANO, P. (1979). *Regionalismo transnacional y ecosistema mundial*, Madrid, Revista de Política Internacional, n° 166
- LOZANO, J. (1998). Televisión: verdaderamente falso, En *Revista de Occidente* (1998), N° 208 septiembre
- LUHMANN, N. (1990). *Sociedad y sistema: la ambición de una teoría*, Barcelona: Ed. Paidós/ICF-UAB
- LUPINACCI, T.M (1991). *The pursuit of televisión broadcasting activities in the European Community: Cultural preservation or Economic Protectionism?*, Vand J. Transnati L. vol. 24, pgs 113-154
- LUQUE, J. (1992). Euronews negocia la participación alemana, *Diario 16*, 22/11/1992, pg18.
- MACHILL, M. (1997). La multidimensionalidad de un laboratorio europeo periodístico: Euronews, en *Anàlisi*, N° 20, pp.38-59.
- MACHILL, M. (1998). Euronews: the first European news channel as a case study for media industry development in Europe and for spectra of transnational journalism research', En: *Media Culture and Society*, Volume 20, N° 3, julio
- MADARIAGA, S. (1980). *Carácter y destino en Europa*, Madrid: Ed. Espasa Calpe
- MAGGIORE, Matteo (1990). *La producción audiovisual en el Mercado Único*, Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, págs. 32-39.
- MAGGIORE, M. (1991). *La producción audiovisual en el Mercado Único*, Luxemburgo: Oficina de publicaciones de las CCEE
- MAGGIORE, M. (1992). *La producción audiovisual en el Mercado Único*, Luxemburgo: Oficina de publicaciones de las Comunidades Europeas
- MAITAL, S.; MAITAL, S.L. (Coed) (1993). *Economic and Psychotogy*, Great Britain: Edward Elgar Aldershot, Hants

- MALANCZUK, Peter (1996). Derecho comunitario y televisión, en GONZÁLEZ ENCINAR, Juan (Ed) (1996). *La televisión pública en la Unión Europea*, Madrid: McGraw- Hill, pgs 1-14
- MALLAS, S. (1979). *Medios Audiovisuales y pedagogía activa*, Barcelona: Ed.Ceac
- MAMMARELLA, G. (1990). *Historia de Europa Contemporánea,1945-90*, Madrid: Ariel
- MANGAS, A (1995). *Análisis comparativo del derecho integracionista en la UE, GRAN, MERCOSUR*, Madrid: IRELA
- MANGAS MARTIN, A.; LIÑAN NOGUERAS, D.J. (1999). *Instituciones y Derecho de la Unión Europea*, Madrid: Mc Graw-Hill, 2º Edición.
- MARIN, C. (2009). *Periodismo audiovisual: información, entretenimiento y tecnologías multimedia*, Barcelona: Ed. Gedisa
- MARISCAL, N. (1999). El Tratado de Amsterdam: sugerencias a la luz de las teorías, *Cuadernos Europeos de Deusto*, núm 20, pp 85-123
- MARLETTI, C. (1984). *Media e politica*, Milán: Franco Agnelli
- MARTIN DÍEZ, M.A. (2000). Latinoamérica en la comunicación mundial, en *Ámbitos, revista andaluza de comunicación*, nº3-4, 2º semestre 1999/1º semestre 2000, pg45.
- MARTINEZ ALBERTOS, J.L. (1977). *El Mensaje Informativo*, Barcelona: A.T.E
- MARTINEZ OVEJERO, A. (1995). La política de las telecomunicaciones en la unión europea, *Boletín Fundesco*, ISSN 1131-6160 Nº 171 (DIC) pp. 12-14
- MARTIN Y PÉREZ DE NANCLARES, J. (1995). *La directiva de Televisión*, Madrid: Ed. Colex
- MARTIN Y PÉREZ DE NANCLARES, J. (1997). *El sistema de competencias de la Comunidad Europea (Germen iusinternacionalista versus vocación federal)*, Madrid: Ed. Mc GrawHill
- MARTIN Y PÉREZ DE NANCLARES, J. (1999). *Europa a voces. Diccionario jurídico-político de la Unión Europea*, Zaragoza: Ed. Egido
- MASTERMAN, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid: Ed. De la Torre
- MATTELART, A. (1989). *La internacional publicitaria*, Madrid: FUNDESCO
- MATTELART, A.; MATTELART, M. (1977). *Frentes culturales y movilizaciones de masas*, Barcelona: Ed. Anagrama

- MATTELART, A.; MATTEELART, M. (1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, Madrid: Ed. Fundesco
- MATTELART, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación*, México: Ed. Siglo XXI
- MATTELLART, A. (1996). *La mundialización de la comunicación*, Barcelona: Ed. Paidós
- MATTELART, A. (1998). *La mundialización de la Comunicación*, Barcelona: Ed. Paidós
- Mc CLELLAND, C.A. (1974). *Comunicación política: aspectos internacionales en AAVV: Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, (1994) Madrid, Ed: Aguilar
- Mc CORMICK, J. (1995). *The European Union*, U.S: Westview Press
- Mc LUHAN, M. (1968). *Pour comprendre les media*, Paris: Seuil
- Mc QUAIL, D. (1971). *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*, Buenos Aires: Ed. Paidós
- Mc QUAIL, I.D.; WINDAHL, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Barcelona: Ed. Eunsa
- MERLE, M. (1991). *Sociología de las Relaciones Internacionales*, Madrid: Ed. Alianza
- MERRIL, J.C. (Eds) (1991). *Global journalism: Survey of International Communication*, New York: Longman
- MERRIT, R.L. (Eds) (1972). *Communication in International Politics*, Illinois: University of Illinois Press
- MESA, R. (1985). *Teoría y práctica de Relaciones internacionales*, Madrid: Taurus
- MESA, R. (1993). Europa en el marco internacional actual, *Sistema*, núm 114-115, 1993, pp 207-214.
- MESO AYERDI, K. (2001). *La televisión por satélite en España: el proyecto Hispasat*, Bilbao: UPV/EHU
- MESO AYERDI, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*, Bilbao: UPV/EHU
- MESO AYERDI, K.; AGIRREAZKUENAGA, I.; LARRONDO, A. (2015). *Active audiences and journalism: analysis of the quality and regulation of the user generated contents*, Bilbao: UPV/EHU

- MESO AYERDI, K. (et al) (2009). *Euskal Herriko kazetari digitalen lanbide-jarrerak eta lan egoera*, Bilbao: UPV/EHU
- MESTRE VIVES, T. (1979). *La política internacional como política de poder*, Barcelona: Ed. Labor
- MIEJE, B.; PAJON; SALAUN, J.M. (1986). *L'industrialisation de L'audiovisuel*, Paris, Ed. Aubier
- MILLER, S.E. (1996). *Civilizing cyberspace: policy, power and the information superhighway*, New York: ACM
- MILLER, N.; ALLEN, R. (Eds) (1996). *The Post-Broadcasting Age: New technologies, new communities*, Bedfordshire, U.K: John Libbey Media at the University of Luton Press
- Mitterand may ask Kohl support Euronews (1994). *New Media Markets*, Vol 12, N° 8, pp.9-10
- MODOUX, A. (1993). El papel de los medios de comunicación independientes en los procesos democráticos, *Primer Congreso Internacional sobre Comunicación y Pluralismo*, (1993). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca
- MONTERO, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas: la programación en España, 1956-1990*, Madrid: Ed. Cátedra
- MORAGAS, M.; GARITAONANDIA, C. (1995). *Decentralisation in the Global Era*, Ed. John Libbey
- MORAGAS, M.; GARITAONANDIA, C.; LOPEZ, B. (1999). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la Era Digital*, Barcelona: Ed. Universidad Autónoma de Barcelona
- MORAGAS, M.; GARITAONANDIA, C.; LOPEZ, B. (1999). *TV on your doorstep*, Lutn: Ed. University of Luton Press
- MOSTEFAOUI, B. (1995). *La television francaise au Maghreb: structures, strategies et enjeux*, Paris, PUF, France 1998) *La Unión Europea. Procesos, actores y políticas*, Barcelona: Ed. Ariel
- MOWLANA, H. (1986). *Global information and World Communications: New frontiers in international Relations*, New York: Lognman
- MOWLANA, H. (1996). *Global Communication in Transition*, London: Sage
- MUÑOZ MACHADO, A. (1993). *Público y privado en el mercado europeo de la televisión*, Madrid: Escuela Libre Editorial
- MUÑOZ MACHADO, A. (1997). *Asociación Europea de Derecho del*

*Audiovisual: Derecho Europeo del audiovisual: Actas del Congreso organizado por la Asociación Europea del Derecho del audiovisual, Sevilla, octubre de 1996, Madrid: Escuela Libre Editorial*

- MUÑOZ MACHADO, S y otros (1998). *Introducción al derecho de la Unión Europea*, Madrid: Escuela libre de Derecho y Economía
- MURCIANO, M. (1992). *Estructura y Dinámica de la Comunicación Internacional*, Barcelona: Ed. Bosch
- MURRAY, C. (1997). Euronews to be headline-news channel, *New Media Markets*, Vol. 15, N°7, p.1-4
- MYTTON, G. (Eds) (1997). *Global Audiences: Research for Worldwide Broadcasting*, Bedfordshire, U.K: John Libbey Media at the University of Luton Press
- NADAL ARIÑO, J. (1994). *Telecomunicaciones 1994.Tendencias*, Madrid, Ed: Fundesco.
- NADAL ARINO, J (1995). Liberalización y servicio público en el debate internacional de las telecomunicaciones, pg 61 y ss. Localización: *Fundesco: Boletín de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones*, ISSN 1131-6160, N°. 160 (ENE), 1995, págs. 14-15
- NBC and Euronews lose Dutch cable carriage (1996), *New Media Markets*, Vdl 14, N°8, p.6-7.
- NEL, N. (1988). *A Fleurets mouchetes (25 ans de débats tnvis)*, Paris: Institut Nationanm de l'Audiovisuel
- New look Euronews clears deficit, (1994). *New Media Markets*. Vol 13, N° 23, p. 10-11
- NIETO, A. (1987). *Cartas a un empresario de la información*, Pamplona: Ed. Alfonso Nieto Tamargo
- NIETO, A.; IGLESIAS, F. (1993). *Empresa informativa*, Barcelona, Ed: Ariel
- NIETO, A.; SANCHEZ TABERNERO, A. (1996). *Servicios comerciales de información*, Barcelona: Ed. Ariel
- NIETO SOLIS, J.A. (1998). *Fundamentos y políticas de la Unión Europea*, Madrid: Siglo XXI, (2° edición corregida)
- OLIVA, L.; SITJA, X. (1992). *Las noticias en televisión*, Barcelona: IORTV
- ORIOL COSTA, P. (1986). *La crisis de la Televisión Pública*, Barcelona: Ed. Paidós
- ORIVE RIVA, P. (1994). *Del Golfo Pérsico a los Balcanes*, Madrid: Ed. Abril

- OVIEDO, A. (2019). El periodismo está sufriendo una crisis de identidad, en *Bilbao*, nº 351, octubre
- Ousted Euronews takes Berlin to court (1994). *New Media Markets*, Vol. 12, Nº 22, 4 p .1-3
- PALACIO, M. (2001). *Historia de la televisión en España*, Barcelona: Ed. Gedisa
- PALACIO, M. (Eds) (2006). *Las cosas que hemos visto, 50 años de TVE*, Madrid: I.O.RTV
- PALAO ERRANDO, J.A. (2004). *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del paradigma informativo*, Valencia: Ediciones de la Filmoteca
- PALAO ERRANDO, J.A. (2009). *Cuando la televisión lo podía todo. Quien sabe dónde en la cumbre del Modelo Difusión*, Madrid: Ed. Biblioteca Nueva
- PARLAMENTO EUROPEO (2007). *Concentración y pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea” P6\_TA (2008)0459 Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253(INI))*
- PARSONS, P.R.; FRIEDEN, R.M. (1998). *The cable and satellite television industries*, Boston: Allyn and Bacon
- PEÑA, F (1992) Mercosul: pré requisitos político e económicos, en *Política Externa*. Septiembre-nov, pgs 122-132.
- PEÑA, F (1993) Mercosur y Nafta: dos realidades hemisféricas en *Contribuciones*, abril-junio, 1993
- PÉREZ- BUSTAMANTE, R.; CONDE, E. (1999). *La Unión política europea, 1969- 1999*, Madrid: Dykinson
- PEREZ, M. (1994). *La acción exterior y comunitaria de los Lander, Regiones y Comunidades Autónomas*, Gasteiz: Instituto Vasco de Administración Pública, Vol. V
- PEREZ TORNERO, J.M. (1982). *La semiótica de la publicidad: análisis del lenguaje publicitario*, Barcelona: Ed. Paidós
- PEREZ TORNERO, J.M. (1994). *El desafío educativo de la televisión; para comprender y usar el medio*, Barcelona: Ed. Paidós
- PEREZ TORNERO, J.M. (1996). *Tribus urbanas: el ansia de identidad juvenil, entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*, Barcelona: Ed. Paidós
- PESENTI, A. (1979). *Manual de Economía Política*, Madrid, Ed. Akal
- PHELPS, E. (1993). *Economía Política: un texto introductorio*, Barcelona: Ed.

Bosch

- PIEDRAHITA, M. (1987). *Teleperiodismo. Ante el reto de la televisión privada*. Madrid: I.O.RTV
- POPKIN, S.L. (1991). *The reasoning voter: communication and persuasion in presidential campaigns*, Chicago: University of Chicago Press
- POTER, V (1992). Film and television in the Single European Market Dreams and Illusions, *Media L. &Practice*, vol.13, Pgs 148-157.
- PRADO, E. (2015). *La crisis de la televisión pública: El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza* Marzal Felici, Izquierdo Castillo, Casero-Ripollés Coord, ISBN 978-84-370- 9513-4, pp. 39-59
- PROSS, H. (1981). *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la comunicación pública*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- PYE, L.W. (1969). *Evolución Política y Comunicación de Masas*, Buenos Aires: Ed. Troquel
- RABOY, M.; DACENAIS, B. (1992). *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage
- RABOY, M. (Eds) (1996). *Public Broadcastingfor the 21 st Century*, Bedfordshire, U.K: John Libbey Media at the University of Luton Press
- RAMONET, I. (1983). *La golosina visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili
- RED, D. (1989). *The power of News. The history of Reuters*, Oxford: Oxford University Press
- REIG, R. (1999). Aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos en: REIG, Ramón y RUIZ ACOSTA, María José (Coor) (1999) *Medios de Comunicación y acontecimientos del siglo XX*, Sevilla: Ed. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación de la Universidad de Sevilla
- REYNOLD, G. (1947). *La formación de Europa*, Madrid: Ed. Pegaso
- REYNAUD, P. (1951). *Hacia los Estados Unidos de Europa*, Madrid: Ed. Colenda
- RICHERI, G. (Eds) (1983). *La Televisión: entre Servicio Público y Negocio*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- RICHERI, G. (1994). *La transición de la televisión, Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Barcelona: Ed. Bosch
- ROBINSON, P. (1991). The CNN effect: can the news media drive foreign policy? *Review of International Studies*, Vol 025, N° 2

- ROCA CHILLIDA, J.M. (Coord) (1994). *Cable Television in Europe: Transfornire Sector Development*, Fundesco, ENCIP
- RODRIGUEZ, J.M. (1993). Revista *Cinevideo*, febrero. Se recoge un especial sobre Euronews, en concreto sobre sus características técnicas.
- ROMERO, O. (1999). Los americanos ya notan nuestro aliento en su cogote, *Levante*, lunes 8 de marzo, Pg, 52.
- RUANO, S; MILLÁN, T. (2004). *Políticas de programación en las televisiones públicas españolas*, Sevilla: Fisec
- RUANO, S.; MILLÁN, T. (2005). Los canales temáticos: una alternativa a la programación de la televisión generalista. ISSN 1134-3478, Nº 25, 2, 2005 (Ejemplar dedicado a: Televisión de calidad: *Congreso Hispanoluso de Comunicación y Educación*, Huelva. 2005 (CD-Rom) En: file:///C:/Users/Eskola20/Downloads/Dialnet- LosCanalesTematicos-2927199%20(1).pdf
- SAENZ DE SANTAMARIA, P.A.; GONZÁLEZ VEGA, J.A.; FERNÁNDEZ PEREZ, B. (1996). *Introducción al Derecho de la Unión Europea*, Madrid: Eurolex
- SAHAGUN, F. (1998). *De Gutemberg a Internet: La Sociedad Internacional de la Información*, Madrid: Ed. Estudios internacionales de la Univ. Complutense
- SALAVERRIA, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*, Madrid: Telefónica, Ed. Ariel
- SALAVERRIA, R.; NEGREDO, S. (2009). *Integrated journalism: media convergence and newsroom organization*, Barcelona: S01190 Media
- SALINAS, R. (1984). *Las agencias internacionales de noticias y tercer mundo*, Quito: Ciespal
- SALLES, Alain (1995.) El grupo francés Havas se convierte en quinto del mundo en comunicación en: *El País*, Viernes 27 de octubre
- SANABRIA, F. (1994). *Información Audiovisual. Teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva*, Barcelona: Ed. Bosch
- SÁNCHEZ BRAVO CENJOR, A (1992). *Manual de estructura de la información*, Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces
- SÁNCHEZ BRAVO CENJOR, A. (1981). *Tratado de estructura de la información*, Madrid: Ed. Latina
- SÁNCHEZ BRAVO CENJOR, A. (1978). *Objetividad en el discurso informativo*, Madrid: Ed. Pirámide

- SÁNCHEZ BRAVO CENJOR, A. (1979). *Periodistas: mensajeros, escribas y retóricos*, Madrid: Ed. Pirámide
- SANCHEZ MARTINEZ, M. (1999). *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*, Madrid: CIS
- SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2002). *Concentración de empresas de comunicación en Europa: nuevos datos contradicen los viejos mitos*  
[https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=340](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=340)
- SANTILLANA DEL BARRIO, I. (2000). *Las nuevas economías de la red y las telecomunicaciones*, Madrid: Ed. Fundesco, ISSN 0212-4386 Año 18, Nº 84, pp 403-406
- SANTUCCI, G. (1994). *Las autopistas de información en el mundo. Retos y estrategias*, DG XIII.I&T Magazine, Bruselas
- SARTORI, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid: Ed. Taurus
- SCANNELL, P.; SCHLESINGER, P.; SPARKS, C. (Eds) (1992).  
*Culture and Power*, London: SAGE
- SCHWARZ, M (1996) *Television without frontiers*, N.C.J. Inti&Comp. Reg, vol 16, pgs 351-378.
- SCHLESINGER, P.R. (1998). *Europeidad y Medios. Identidad nacional y esfera pública, En: Estudios sobre las culturas contemporáneas, Época II. Vol. IV, Núm 7, Colima, Junio pp. 25-56.*
- SEGOVIA, A. (2000). Treinta años de economía política de la comunicación: Las aportaciones de Herbert I, Schiller CIC, *Cuadernos de Información y Comunicación*, núm. 5, pp. 241-259 Universidad Complutense de Madrid
- SESER, G.; RONCAGLILOLO, R. (1979). *Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países No alineados*, México: ILET
- SIDJANSKI, D. (1998) *El futuro federalista de Europa, de los orígenes de la CE a la UE*, Barcelona: Ed. Ariel
- SMITH, A. (1984). *La geopolítica de la información*, México: Fondo de Cultura Económica
- SOLA-POOL, I. (1959). *Trend in content analyses urbana*, USA:University of Illinois Press
- SOTELO GONZÁLEZ, F. (2008). *La concentración transnacional de medios de comunicación en Europa en:*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3282108>

- STATISTA (2018). *Netflix en Estados Unidos y Europa* - Datos estadísticos
- STERN, G. (2000). *The structure of international Society*, London: Cassell Academic
- STEVENSON, R.L.; SHAW, D.L. (1985). *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial*, Barcelona: Ed. Mitre
- TAMAMES, R.; LOPEZ, M. (1999). *La Unión Europea*, Madrid, Ed. Alianza, (4º edición revisada y ampliada)
- TARDY, M. (1978). *El profesor y las imágenes*, Barcelona: Ed. Planeta
- TAYLOR, P. (1996). *The European Union in the 1990s*, London: Oxford University Press
- TAYLOR, P. (1997). *Global Communications, International Affairs and tire Media since 1945*, U.K: Routledge
- TIFFIN, J.; RACASINGHAM, L. (1997). *En busca de la clase virtual: la educación en la Sociedad de la Información*, Barcelona: Ed. Paidós
- TOFFLER, A. (1993). *La Tercera Ola*, Barcelona: Ed. Plaza & Janés
- TOFFLER, A; H. (1994). *Las guerras del futuro*, Barcelona: Ed. Plaza y Janés
- TOMASSINJ, L. (1991). *La política internacional en un mundo postmoderno*, Buenos Aires: Ed. GEL
- TORÁN, E. (1982). *La información en televisión*, Barcelona: Ed. Mitre
- TORRENT, R. (1998). *Derecho y práctica de las relaciones económicas exteriores en la Unión Europea*, Barcelona: Ed. Cedecs
- TREJO DELARBRE, R. (1995). *Chiapas: la comunicación enmascarada. Los medios y el pasamontaña*, México: Ed. Diana
- TROSS, H. (1980). *Estructura simbólica del poder*, Barcelona: Ed. Gustavo Gili
- TRUYOL Y SERRA, A. (1991). *La Sociedad internacional*, Madrid: Ed. Alianza Universidad
- TRUYOL Y SERRA, A. (1998). La idea de Europa: entre la diversidad y la unidad”, *Revista Vasca de Administración Pública*, núm 21, 1998, pp 95-103
- TRUYOL Y SERRA, A. (1998). Europa como idea y como proceso, en: OREJA, M (dir) y FONSECA, F. (Coord) (1998). *Tratado de Amsterdam de la Unión Europea. Análisis y comentarios*, Madrid: McGraw-Hill, vol 1, pp.3-15.
- TUGENDHAT, C. (1981). *El sentido de Europa*, Madrid: Ed. Aliana
- TUÑÓN DE LARA, J.; TIMOTEO ÁLVAREZ; GARITAONANDÍA;

- CELSO AULMUIÑA, J.A. y otros (1986). *La prensa de los Siglos XIX y XX. Metodología, Ideología e información. Aspectos económicos y tecnológicos*, Vol.: Ed.: Servicio Editorial UPV-EHU
- TURKLE, S. (1995). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona: Ed. Paidós
  - ÚBEDA, J. (1993). *Reportaje en televisión: el modelo americano*, Barcelona: Ed. Ixía
  - UNESCO (1985). *La circulation internationale de l'information: Analyse et bilan*, Paris: UNESCO
  - UNESCO (1999). *Informe Mundial sobre la Comunicación. Los Medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*, Madrid: Ed. Unesco-Acento
  - URBAN, M.P. (1994). *Les institutions et la dimension régionale de l'espace audiovisuel europe' en*. Strasbourg: Press Universitaires de Strasbourg
  - URIBE, H. (1984). *Ética periodística en América Latina*, México, UNAM
  - USCATESCU, J. (1973). *Forjadores del espíritu europeo*, Madrid: Ed. Organización Sala
  - VANOUDENAVEN, J. (1995). *La integración europea vista desde los Estados Unidos*, *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, núm 59
  - VARIS, T.; GUBACK, T. (1982). *Transnational communication and cultural industries*, Paris: UNESCO
  - VARIS, T. (Dir) (1986). *La circulation internationale des émissions de télévision*, Paris, *Etudes et documents d'information n° 100*, UNESCO
  - VARIS; GARITAONANDÍA y otros (1984). *Flow of television programmes in western Europe*, Vol.: 1, P.60, Ed. Univ. Tampere (Helsinki)
  - VARIS, T.; SALINAS, R. y JOKELIN, R. (1977). *International News and the New Information Order*, Tampere: Institute of Journalism and Mass Communication
  - VILARIÑO PINTOS, E. (1996). *La construcción de la Unión Europea*, Madrid: Arco Libros
  - VILCHES, L. (1999). *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona: Ed. Paidós
  - VILCHES, L. (2001). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona: Ed. Paidós
  - VILCHES, L. (2009). *La migración digital*, Madrid: Ed. Gedisa
  - VIRILIO, P.; PETIT, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*, Madrid: Ed.

Cátedra

- VON SCHWEIN, O. (1991). *Hacia una comunidad tecnológica europea*. (Carta mensual sobre la Europa sin fronteras, mayo) Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas
- VOYENNE, B. (1970). *Historia de la Idea Europea*, Barcelona: Ed. Labor
- WAEGEMAN, C.P. (2012). *Knowledge Capital in the Digital Society*, New York: CreateSpace Independent Publishing Platform
- WALTZ, K. (1988). *Teoría de la Política internacional*, Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano
- WATSON, A. (1992). *The evolution of international Society*, Londres:Routledge,
- WEAVER, D.H.; GRABER, D.; MC COMBS, M.; EYAL, C. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: issues, images and interest*, Nueva York: Praeger
- WEILER, J. H. (1995). *Europa, fin de siglo*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, Col Cuadernos y Debates, núm 59
- WEILL, G. (1961). *La Europa del siglo XIX y la idea de nacionalidad*, México: Ed. Uthea
- WELLS, A. (1974). *Mass communication: A world View*, Palo Alto: National Press Books
- WESTLAKE, M. (Eds) (1998). *The European Union beyond Amsterdam: new concepts of European integration*, Londres: Routledge
- WHITTEMORE, H. (1992). *Historia secreta de la CNN*, Madrid: Ed. Fundesco
- WINDELSMAN, L. (1966). *Communication and political power*, Londres, Cape
- WOLF, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Ed. Paidós
- WOLFSFELT, C. (1997). *Media and political conflict*, Cambridge: Cambridge University Press
- WOLTON, D. (1993). *La dernière Utopie.Naissance de 'Europe démocratique*. France: Flammarion
- *World Population Data Sheat 1991,1992* (1993), Population Reference Bureau, Inc
- WOLTON, D. (1993). *Elogio del gran público*, Barcelona: Ed. Gedisa
- YOUNG, J.E (1996). *Red global: los ordenadores en una sociedad sostenible*, Bilbao: Bakeaz
- ZABALA, L. (1996). Euronews, saber y sabor europeo, en *Eurocampus*, n°17, p.1

- ZABALA, L. (1996). Europa tiene mucho que decir, en *Eurocampus*, n°19 p.16.
- ZABALA, L. (1998). Euronews es la cadena europea que mejor aborda los temas culturales, en *Eurocampus*, n°32, p. 14.
- ZABALETA URKIOLA, I. (1996). *komunikazioaren ikerkuntzarako metologia*, Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea
- ZABALETA URKIOLA, I.; CASTILLA, M.; PEÑAFIEL, C. (1992). *Innovaciones en programas de radio y televisión: III Jornadas Internacionales*, Leioa: Universidad del País Vasco
- ZABALETA URKIOLA, I. (1993). *Innovaciones tecnológicas en radio y televisión*, Leioa: Ed. Universidad del País Vasco
- ZORGBIBE, C. (1993). *Histoire de la construction européenne*, Paris: PUF
- ZORILLA CASTRESANA, R. (1990). *El Consumo del Ocio*, Bilbao: Servicio de publicaciones del Gobierno Vasco
- ZUNZUNEGUI, S. (1992). *Pensar la imagen*, Madrid: Ed. Cátedra-Universidad del País Vasco

## **DOCUMENTOS DE USO INTERNO FACILITADOS POR EURONEWS**

Los documentos que se citan a continuación tuvieron en la investigación, sin duda, un papel relevante ya que nos fueron facilitados por miembros de la cadena y constituyen una fuente primaria de información al tratarse de materiales de uso interno empleados por el personal del momento. Algunos de ellos fueron consultados in situ y otros pudieron ser fotocopiados.

- Charte Euronews. Lyon, (1992). Este dossier que constituye el Acta Fundacional de la cadena contiene los siguientes documentos:
- Euronews Chame inultilingue de télévision par satellite Consacrée l'actualité (1992).
- Euronews, Direction des Programmes (1993), Ecully 11 janvier 1994.
- Euronews. Chame multilingue de télévision par satellite consacrée à l'actualité. Premier rapport d'activité éditoriale, (Annexe Paln d'affaires, Aout 1992.)
- Euronews. Perspectives'94, Direction des Programmes.
- Extrait du rapport de l'assemblée générale de l'UER (1989), (Limassol, 30 Juin/2
- Extraits des status et architecture générale.1990
- Hypothèses de progranine (1990), Avril- Juillet, portant sur l'étude de faisabilité d'une éventuelle chame Satellite Euronews.
- La zone de couverture de l'ECS II FI 13° Est.
- Les villes candida tes pour accueillir le centre de production Euronews (1990), Avril
- Note d'Information du Comite Wentreprise sur la situation economique et financiere (1989)
- Note d'Information sur le marche publicitaire televisuel pan-europeen (1989), Genève,
- Offre France Telecom, Proyect Euronews, Présentation de la proposition du Groupe FRANCE TELECOM (1990). Direction des Reseaux Exterieurs, Direction du Marketing et du Developpement, Avril
- Offre preliminaire de Telespazio relative aux moyens de Telecommunication (1989), 19 septembre
- Organigramme d 'E2.
- Organigramme technique production et diffusion. Plan d'Affairs. Ecully, France, Aout 1992
- Plan d'affairs. Liste des annexes: Premier rapport d'activité editoriale. Du 1er janvier au 31 aout 1993. Euronews. Direction des Programmes.
- Project de convention FRANCE TELECOM EURONEWS.(1990)

- Propositions pour la nouvelle grille des programmes (1994), Alberto Goytre, Magazine Producer, Janvier
- Protocole d'accord Thomson-Broadcast/Euronews.(1990)
- Rapport de la réunion Euronews (1989), Genève, 20 Juillet (Confidentiel).
- Rapport du Groupe d'action Euronews (1990) , Genève, le 25 Abril .
- Reunion redacteurs en chef &chefs d'Edition (1994), Jeudi 20 janvier, Salle
- Seminaire, Direction des programmes, á coté du conseil Régional (1994)
- Union Européenne de Radiodiffusion (1991-1-10). *Euronews Development. Oú s'installera le siège d'Euronews?*, [Comunicado de prensa]
- Valorisation des images mises disposition d'Euronews par les membres de l'UER.(1993)
  - \*Confirmation commissaire Matutes concernant le financement de la version arabe.
  - \*Couts con tractuels de recrutement. Conventjons CEgA.Parcours.
  - \*Déclaration commune Eureka Audivisuel.
  - \*Documents attestant de l'engagement du partenariat
  - \*Etude de faisabilité d'une éventuelle chame Satellite Euronews telle que prise en considération par le conseil d'adinmnistration (mal 1989) et soumise ñ l'Assemblée générale (juin-juillet 1989).
- 20 Juillet Belecour, Lyon.
- Uentreprise (1994), Direction administrative et financiere, Le 13 janvier.
- Mercure. Lyon Charbonnières, Le 14 de enero

## **OTROS INFORMES Y DOCUMENTOS**

- Informe sobre TVE Internacional, Datos de diciembre de 1993, (Elaborado y cedido por Segundo López en Madrid (Abril de1994).
- Informe sobre el proyecto Hispavisión, cedido por Juan Manuel Martin de Blas, director Gerente de canales via satélite de RTVE (1994)
- Informe de la UER ante el lanzamiento de Euronews (1992), Aout 1992
- Informe de la UER ante el presidente de la Comisión Europea (1991), Génève, le 27 févvrier.
- Informe de Euronews ante el Parlamento Europeo (1991), Strasbourg, le 18 avril
- Informe de Euronews ante el Consejo de Europa (1991), Strasbourg, le 25 avril

## **PREGUNTAS Y RESOLUCIONES DEL PARLAMENTO EUROPEO RELATIVAS A EURONEWS**

- Pregunta escrita E-1625/93 de Sergio Ribeiro (GUE) a la Comisión, Asunto: Euronews, 22-6-93, DOCE N°C 289/4. 17.10.94.
- Pregunta escrita E-531/94 de Sotiris Kostopoulos (PSE) a la Comisión. Asunto: Resultados de Euronews, DOCE. N°C 362/35, 19.12.94.
- Pregunta escrita N° 1664/91 del Sr. Georgios Romeos (S) a la Comisión. Asunto: Inclusión de otras lenguas en las emisiones de Euronews, 6-8-91, DOCE, N°C 66/26.
- Pregunta escrita N° 471/93 Del Sr. Henry Chabert (PPE) a la Comisión. 11-3-93, DOCE N°C 32/7. 2.2.94
- Pregunta escrita N° 919/91 del Sr. Carlos Robles Piquer (PPE) a la Comisión, Asunto: Subvención comunitaria al consorcio Euronews, 15-5-91, DOCE N°241/40.16.9.91
- Pregunta n° 35 formulada por Esko Olavi Seppänen (H-1204/98), Asunto: Euronews del 12 -1-1999.
- Question N° 4 de M. Fitzsimons (H-1189/91), Objet: Euronews-Chaine d'information
- Question N° 61 de M Romeos (H-0227/91) Objet: Soutien á apporter á la chame de télévision Euronews, Débats du Parlement européen, N°3-403/191. 13.3.91
- Question N° 96 de M. Ramírez Heredia (H-0355/92), Objet: Chame de télévision européenne Euronews, Débats du Parlement européen, N°3417/271. 8.4.92
- Question N°10 de M. Bandrés Molet (H-1273/91), Objet: siège d'Éuronews, Débats du
- Resolución sobre el proyecto de presupuesto general de la Unión Europea para el ejercicio 1997 Sección 111-Comisión, Jueves, 24 de Octubre de 1996, DOCE, N°C347/125.18.11.96
- Resolución sobre la función de la televisión pública en una sociedad multimedia. A4-0243/96, DOCE N°C320/180. 28.10.96
- 0115/98, jueves, 14 de Mayo de 1998, DOCE C167/230. 1.6.98
- 0404/96, jueves 12 de Diciembre de 1996, DOCE. N°C20/101. 20.1.97
- 16.3.92
- 412/203, 11.12.91
- Parlement européen, N° 3-413/112, 15.1.92
- Resolución sobre el proyecto de presupuesto general de la Unión Europea para el ejercicio 1997 Sección 111-Comisión- tal como ha sido modificado por el Consejo, A4-
- Resolución sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea, A4-

## **LEGISLACIÓN EUROPEA, INFORMES Y DOCUMENTOS**

Nota:

Las normas APA no incluyen pautas específicas para citar y hacer referencia a leyes, tratados, o decisiones judiciales, por ejemplo. En las siguientes citas aparecerá un modelo adaptado que proporciona la información única que permitirá al lector encontrar el documento legal referenciado.

### Directivas de televisión

-Directiva UE 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo del 14 de noviembre de 2018 por la que se modifica la directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

-Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual DO L 95 de 15.4.2010, p.1)

-Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

-Directiva 89/552/CEE del Consejo del 3 de octubre de 1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DO L 298 de 17.10.1989 .p.23)

## OTROS

- Acuerdo de Pleno sobre la utilización del euskera en las emisiones del canal europeo de televisión Euronews, formulada por el grupo Parlamentario Eusko Alkartasuna, B.O del Parlamento Vasco de 09.10.1992. número 57 Alea.
- Apoyo a los productos de los medios de comunicación audiovisuales europeos, Parlamento Europeo, Dirección General de Estudios, FE 1413.600.EsIII/F7b.
- Audiovisual y televisión: hacia una política europea, Comisión de las CCEE, Seile: Documentos 9/86, Agosto/Septiembre 1986.
- COMISIÓN EUROPEA, Difusión de señales digitales de vídeo. Proyecto de Resolución del Consejo relativa a un marco para la política comunitaria en materia de difusión de señales digitales de vídeo. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo, COM (93)557 final, Bruselas, 17 de noviembre de 1993.
- COMISIÓN EUROPEA, Europa y la Sociedad global de la Información. Recomendaciones al Consejo Europeo, Bruselas, 26 de mayo de 1994.
- COMISIÓN EUROPEA, Libro verde: Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual Europea. Abril 1994.
- COMISIÓN EUROPEA. Libro Verde de Política Audiovisual de la Unión Europea, Aprobado por la Comisión Europea el 7 de abril de 1994.
- COMISIÓN EUROPEA. Libro Verde: Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la Unión Europea, Comisión de las Comunidades Europea, Versión española, Abril 1994.COM (94) 96, final, Bruselas, 06.04.1994.
- COMISIÓN EUROPEA: Enterprises in Europe. Third report. Office for Official publications of the European Communities, Luxemburgo, 1994.
- Comunicación de la Comisión al PE y al Consejo: Política audiovisual-las próximas etapas, COM (1998)446 final.
- Comunicación de la Comisión relativa a la evaluación del programa de acción para el fomento del desarrollo de la industria audiovisual europea MEDIA 1991-1995, DOC COM (93) 364 final de 23.07.1993. La Comisión extrajo las debidas conclusiones de este ejercicio, presentando una propuesta de modificación, Propuesta de Decisión del Consejo por la que se modifica la Decisión 90/685/CEE, DOC COM (93) final de 29.10.1993
- COMISIÓN EUROPEA Informe del Grupo de alto nivel de política audiovisual. La era

digital. la Política Audiovisual Europea. Noviembre 1998.

-COMISIÓN EUROPEA, Libro verde sobre Concentración y Pluralismo en los Medios de Comunicación en el Mercado Interior 1992, COM (92) 480 final, de 23 de diciembre de 1992.

-COMISION EUROPEA, Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de la información, los medios de comunicación y las telecomunicaciones. Diciembre, 1997, COM (97) 623 final.

-COMISIÓN EUROPEA, Libro Verde sobre la información del sector público en la sociedad de la información. La información del sector público: un recurso clave para Europa. COM (1998) 585 final.

-COMISIÓN EUROPEA, Libro Verde sobre la protección de menores y la dignidad humana. COM(96)483 final.

-COMISIÓN EUROPEA: Conclusiones del informe anual del Foro de la Sociedad de la Información. A European Way for the Information Society/Un modelo europeo para la sociedad de la información, Ref. Rapid, IP/00/284.

-Comunicación de la Comisión al Consejo al PE, al CES y al CdR: Principios y Directrices de la Política Comunitaria en el sector audiovisual en la era digital, COM(99) 657 de 14 /12/1999.

-Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento sobre la política audiovisual, COM(90) 132 final de 28 de febrero de 1990.

-Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento sobre nuevas perspectivas de la actuación comunitaria en el ámbito cultural, COM (92) 149 final, de 29 de abril de

-Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento: Concebir la educación del futuro. Promover la innovación con las nuevas tecnologías, COM(2000) 23 de

-Comunicación de la Comisión: Empleo en la sociedad de la información, COM (2000) Comunidad en el Observatorio Europeo del audiovisual.

conjunta que deberán llevar a cabo los estados miembros en favor de una adopción de una norma única mundial de producción de la TVAD en la reunión plenaria del Comité consultivo internacional de radiocomunicaciones, CCIR en 1990.

Cultura, Aprobada en Amsterdam el 30 de mayo de 1986.

-Decisión 89/630/CEE del Consejo, de 7 de diciembre de 1989, sobre la acción

-Decisión 95/563/CE (Desarrollo y distribución de las obras audiovisuales europeas) y

-Decisión del Consejo 1999/297/CE, de 26 de abril de 1999, relativa a la creación de una infraestructura de información estadística sobre la industria y los mercados de los

sectores audiovisuales y afines

-Decisión del Consejo del 21.12.1990, relativa a la aplicación de un programa de fomento de la industria audiovisual europea (MEDIA) (1991-1995); Doc. 90/685/CEE publicado en el DOCE n° L 380 de 31.12.1990.

-Decisión del Consejo, de 22 de noviembre de 1999 relativa a la participación de la  
-Decisión n° 276/1999/CE, de 25 de Enero de 1999, por la que se aprueba un plan plurianual de acción comunitaria para propiciar una mayor seguridad en la utilización de Internet mediante la lucha contra los contenidos ilícitos y nocivos en las redes mundiales. DOCE L 33 (99).

-Declaración del Consejo de Gobernadores de la Fundación Europea para la

-Directiva 86/529/CEE (Diario Oficial L 311, 06.11.1986) relativa a la adopción de las especificaciones técnicas comunes de la familia MAC/conjuntos de normas para la difusión directa de televisión por satélite.

Europeos n°9/1991.

- Decisión 95/SM/CE del Consejo de 22 de diciembre de 1995 relativa a la ejecución de un programa de formación para los profesionales de la industria europea de programas audiovisuales (Media II-Formación).

- Decisión del Consejo 93/424/CEE de 22.07.1993 relativa a un plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa, publicada en el DOC n° L

- Declaración Solemne sobre la Unión Europea adoptada por el Consejo Europeo de

-Directiva 92/100/CEE sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines.

- Directiva 92/38/CEE del Consejo, de 11 de mayo de 1992, sobre la adopción de normas para la transmisión de señales de Televisión por satélite.

- Directiva 93/83/CEE sobre coordinación de determinadas disposiciones relativas a los derechos de autor y derechos afines en el ámbito de la radiodifusión vía satélite y la distribución por cable.

- Directiva 93/89/CEE relativa a la armonización del plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos afines. Informe anual de progreso Eureka, 1993.

- Directiva 95/47/CE del Parlamento y del Consejo de 24 de octubre de 1995 sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión, DOCE L 281 /31.

- DOC 87 de 5 de abril de 1982.

- Documentación preparada para la tramitación del Proyecto de Ley de transposición de la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de

- radiodifusión televisiva. BOCG, Congreso, Serie A, núm.47, Secretaria General del Congreso de los Diputados, de 25 de enero de 1994.
- El derecho de autor y los derechos afines en la Comunidad Europea, Documentos - Europa en marcha hacia la Sociedad de la información. Plan de actuación. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento y al Comité Económico y Social y al Comité de Regiones, COM (94) 347 final Bruselas, 19.07.1994.
  - Europa y la Sociedad global de la Información. Bruselas 26 de Mayo de 1994. Es el denominado INFORME BANGEMANN. Presentado en la Cumbre de Corfú (24-25 de junio de 1994).
  - Euskadi ante la reforma de la Unión Europea, Vitoria-Gasteiz, Servicio Central de [http://europa.eu.int/comn/dglo/avpolicy/key\\_doc/hlg\\_es.html](http://europa.eu.int/comn/dglo/avpolicy/key_doc/hlg_es.html)
  - Informe de la Comisión del seguimiento sobre la implementación de la directiva Televisión sin fronteras. En: RAPID : IP/98/317. En este Informe se analizan sobre todo los artículos 4 y 5, se recogen datos y se sacan conclusiones sobre los futuros mecanismos de control de adopción de la directiva en los Estados miembros
  - Informe del Grupo de Reflexión, Agenda Acotada de 5 de diciembre de 1995.
  - Informe TINDEMANS sobre la Unión Europea. 29 de diciembre de 1975. Declaración sobre la Identidad Europea, Cumbre de Copenhage de 14 de diciembre de 1973.
  - LEY 37/1995, de Telecomunicaciones por Satélite, de 22 de diciembre (BOE de 13 de diciembre).
  - LEY 41/1995, de 22 de diciembre. Ley de televisión local por ondas terrestres.
  - LEY 42/1995, de 22 de diciembre. Ley de las telecomunicaciones por Cable, Publicada en el B.O.E núm. 306, Sábado 23 de diciembre de 1995.
  - Recommandations adoptées par le Comité des Ministres de Conseil de L'Europe dans
  - Recommandations et résolutions adoptées par l'assemblée parlementaire du Conseil de (91)2, Direction des Droits de l'Homme, Strasbourg, 1991.
  - Canada199707816. Addition of Euronews Denied.
  - COM (90) 490, de 28 de noviembre de 1990.
  - Informe de la Comisión: Educación y las nuevas tecnologías, COM(2000) 23 final.
  - INFORME MC BRIDE (1980) Título en castellano: Un sólo mundo. Voces múltiples, Madrid:FEC
  - La política audiovisual de la Comunidad Europea para la industria audiovisual. Recopilación de textos legislativos y políticos, Luxemburgo, Comisión de las Comunidades Europeas, 1990.

- La política audiovisual de la Comunidad Europea, Documentos Europeos, junio 1992. DOC(92) 149 y Bol. CE 4-1992, punto 1.3.186.
- La Televisión Europea del año 2000. Informe del Grupo de Prospectiva de la le domaine des Média, DOC.DH-MM
- LEurope dans le des Média, DOC.DH-MM
- LEY orgánica 3/1979 de 18 de diciembre, De Estatuto de Autonomía para el País
- Libro Verde sobre el mercado común de la radiodifusión por satélite y por cable (1984) - COM(84) 300, 14 de junio de 1984.
- Municipios Vascos /Euskadiko Udalen Elkartea ( EUDEL)*, Informe interno, Enero
- Ottawa, 23 June 1998. Canadian Satellite Communications Inc. Across
- Papel de las Televisiones Regionales, Parlamento Europeo, Comisión de política regional, ordenación del territorio y relaciones con los poderes regionales y locales. Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación, Audiencia Pública, Documento de trabajo N° 1 PE.208.155.Or. ES.
- Plan de Ciencia y Tecnología 1997-2000, Gobierno Vasco, Noviembre, Versión 2.0. pg
- Propuesta de Directiva de la Comisión relativa a la adopción de normas para la difusión por satélite de señales de televisión, COM(91) 242 final-Diario Oficial C 194,
- Propuesta de directiva del Consejo relativa a la actividad de radiodifusión y televisión, COM(86) 146 final.
- Publicaciones del Gobierno Vasco, 1º Edición, Mayo 1996.
- Resolución del Consejo y de los representantes de los gobiernos de los Estados miembros reunidos en el seno del Consejo, de 25 de enero de 1999, sobre el servicio público de radiodifusión. DOCE C 30 (99).
- Stuttgart el 19 de junio de 1983.
- Televisión Europea, Madrid: FUNDESCO,1989.
- TRATADO DE LA UNION EUROPEA Maastricht, Firmado el 7 de Febrero de 1992.
- UGARTE, Pedro (1996) *Informe sobre la Telecomunicación local. Asociación de Vasco*.B.O.E. Num.306, de 22 de diciembre.

## **REFERENCIAS SOBRE EL SECTOR AUDIOVISUAL DE LOS PAÍSES CANDIDATOS A LA ADHESIÓN Y ACERVO COMUNITARIO**

- Bulgaria : Dictamen de la Comisión COM (97) 2008 final, Informe de la Comisión / COM(98)707 final e Informe de la Comisión COM (1999) 501 final.
- Chipre: Informe de la Comisión COM (98) 710 final.
- Eslovaquia: Dictamen de la Comisión COM (97) 2004 final e Informe de la Comisión COM(98)703 final.
- Eslovenia: Dictamen de la Comisión COM (97) 2010 final e Informe de la Comisión COM(98)709 final.
- Estonia: Dictamen de la Comisión COM (97) 2006 final e Informe de la Comisión COM(98)705 final.
- Hungría: Dictamen de la Comisión COM (97) 2001 final e Informe de la Comisión COM(98)700 final.
- Letonia: Dictamen de la Comisión COM (97) 2005 final e de la Comisión COM(98)704 final.
- Lituania: Dictamen de la Comisión COM (97) 2007 final e Informe de la Comisión COM(98)706 final
- Malta: Informe de la Comisión COM (1999) final.
- Polonia: Dictamen de la Comisión COM (97) 2002 final e Informe de la Comisión COM(98)701 final.
- Rumania: Dictamen de la Comisión COM (97) 2003 final e Informe de la Comisión COM (98)702 final.
- República Checa: Dictamen de la Comisión COM (97) 2009 final e Informe de la Comisión COM (98)708 final.
- Turquía: Informe de la Comisión COM (98)711 final.

## FUENTES HEMEROGRÁFICAS CONSULTADAS

### Publicaciones periódicas. Diarios

*ABC* 1992, 1994, 1995, 1996

*Avui* 1995

*Clarín* 1996

*Deia* 1994,1995

*Diario de Noticias* 1995

*Diario Económico* 1995

*Diario l6* 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996

*Die Welt* 1996

*El País* 1988, 1991,1992,1993, 1994, 1995, 1999

*El Correo Gallego* 1996

*El Mundo* 1991,1992, 1993,1994,1995,1996

*El Correo* 1990,1992,1993, 1994,1995,1996

*El Faro de Vigo* 1996

*El Periodico de Catalunya* 1996

*El Sol* 1990, 1991, 1992

*Financial Times* 1996, 1997

*Heraldo de Aragón* 1995

*L 'argus de la Presse* 1995

*L'humanite* 1996

*La Lettre*1996

*La Liberte* 1996

*La Tribune* 1996

*La Vanguardia* 1992, 1993, 1994, 1995

*Las Provincias* 1995

*Le Figaro* 1996, 1997

*Le Monde* 1989,1995, 1996, 1997

*Le Point* 1996

*Le Quotidien de Paris* 1996

*Le Soir* 1989

*Les Echos*1996

*Levante* 1996

*Liberation.* 1996  
*Lyon Figaro* 1996  
*Lyon Matin* 1996  
*Neue Bürcher Zeitung* 1996  
*Nord Eclair* 1996  
*Paris Normandie* 1996  
*The Malta Times* 1995  
*Tribune de Genève* 1996

**Publicaciones de diversa periodicidad sobre televisión/ nuevas tecnologías**

*Actualidad Económica*  
*AFFAIRES EUROPEENNES*  
*Afinidades*  
*Broadcast*  
*Cinco Dias*  
*Comunicación y Sociedad*  
*EUREKA News*  
*Eurocampus*  
*EUROPA 15*  
*Expansión*  
*Fundesco*  
*Gazette*  
*Hermes*  
*Info Cable & Satellite*  
*Information Society TRENDS*  
*Informe Semanal de Política Exterior*  
*Intermedia Rhone Alpes*  
*Interspace*  
*IPMARK*  
*IRIPAZ*  
*Kabel & Satellit*  
*La Gaceta de los Negocios*  
*La Información de Madrid*

*La Nouveau Quotidien*  
*Media*  
*Media*  
*Media Business School*  
*Media Culture and Society*  
*Medios Audiovisuales*  
*Mercosur*  
*Meridiano Ceri*  
*New Media Markets*  
*NOTICIAS DE LA COMUNICACION*  
*Noticias del CYTED*  
*Noticias del CYTED*  
*Nouvelles du Maroc*  
*Política Exterior*  
*Revista Cinevideo*  
*Revista de Comunicación*  
*Revista de Estudios Internacionales*  
*Revista de Occidente*  
*Revista Leonardo*  
*TELOS*  
*The European*  
*The Washintong Post (National Weekly Edition)*  
*Tiempo de Paz*  
*Tribuna de actualidad*  
*TV World*  
*UDALA*  
*Video*  
*Voces y Culturas*

**Revistas especializadas en comunicación**

*Antennes*  
*Broadcasting &Cable*

*Canadian Journal of Communication*  
*Communicators & Strategies*  
*Communication World*  
*Convergence*  
*Critical Studies in Mass Communication*  
*Discourse & Society*  
*Inter-Medios*  
*Journal of Communication*  
*Journal of Mass Media Ethics*  
*Management Communication Quarterly*  
*Media Culture & Society*  
*Media e Comunicazione*  
*Media Perspektive*  
*Médias Pouvoirs*  
*Nordicom Review*, (Nordic Research on Media & Communication).  
*Resentí*  
*Telecommunications Policy*, (<http://www.elsevier.nl/locate/telpol>)  
*The Communication Research*  
*The Communication Review*  
*The European Journal of Communication Research.*  
*Tite Journal of Media Economic*  
*Tite Public Jaunost*  
*Trebalis de Comunicació*  
*Trends in Communication*  
*Trípodos*  
*ZER*

## FUENTES DE INFORMACIÓN ELECTRÓNICA

### Direcciones consultadas en Internet: páginas Web

Altavista: <http://altavista.digital.com/>  
Asociación Europea para la Formación de Periodistas: [www.ejta.nl](http://www.ejta.nl)  
El Centro Europeo de Periodismo: [www.ejc.nl](http://www.ejc.nl)  
Euronews: <http://www.euronews.net>  
European Broadcasting Union: [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)  
European Journalims Centre: [www.ejc.nl](http://www.ejc.nl)  
European Union Business and News: [www.eubusiness.com](http://www.eubusiness.com)  
Fundesco: <http://www.fundesco.es/>  
Independent Television News (ITN): [www.itn.co.uk](http://www.itn.co.uk)  
Infoseek: <http://guide.infosek.com/>  
INTA: <http://www.inta.es/homepage.html>  
Lycos: <http://www.lycos.com/>  
Parlamento Europeo: <http://www.europarl.europa.eu/portal.es>  
Radio e Televisao de Portugal: [www.rtp.pt](http://www.rtp.pt)  
Radio televisión checa: [www.czech-tv.cz](http://www.czech-tv.cz)  
Radio Télévision Suisse: [www.tsr.ch](http://www.tsr.ch)  
Televisión pública de Bélgica: [www.rtbt.be](http://www.rtbt.be)  
Televisión pública de Chipre: [www.cybc.com.cy](http://www.cybc.com.cy)  
Televisión pública de Eslovenia: [www.rtv slo.si](http://www.rtv slo.si)  
Televisión pública de España: [www.rtve.es](http://www.rtve.es)  
Televisión pública de Finlandia: [www.yle.fi](http://www.yle.fi)  
Televisión pública de Francia: [www.france2.fr](http://www.france2.fr)  
Televisión pública de Francia: [www.france3.fr](http://www.france3.fr)  
Televisión pública de Italia: [www.rai.it](http://www.rai.it)  
Televisión pública de Suiza: [www.srg-ssr.ch](http://www.srg-ssr.ch)  
The Digital Economy and Society Index. DESI, 2018  
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/ensi>  
Unión Europea: [european-union.europa.eu/index\\_es](http://european-union.europa.eu/index_es)  
Webcrawler: <http://web-crawler.com/>



## **BASES DE DATOS CONSULTADAS**

- RAPID. Ref: IP/95/114 [13 C 114 lineas [7 C7/61. Fecha: 95/02/08.
- Database Copyright(c). The British Library Board 1994.
- Dase de datos Francis.
- Base Winspirs 2.0
- Baratz. Servicios de Teledocumentación, SA.
- Cee/Eclas. Commision's Central Library.
- Scad. Secretaria General de la Comisión de las CE.
- UAS-SCD.
- ABI-INFORM. Base de datos de actualización mensual.
- Current Contents.Ámbito multidisciplinar. Esta base era de actualización semanal.



## RELACIÓN DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS MÁS UTILIZADOS

AELC Asociación Europea de Libre Comercio.

ACT Asociación de televisiones comerciales europeas

ACP Países de África, Caribe y Pacífico

ARD Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland.

ASEAN Association of South East Asian Nations. Asociación de Naciones del sudeste asiático.

BBC British Broadcasting Corporation. BCE Banco Central Europeo.

BEI Banco Europeo de Inversiones.

BERD Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo. BID Banco Internacional de Desarrollo.

BNT Radio televisión pública de Bulgaria.

CCIR Comité Consultivo Internacional de Radiocomunicaciones. CECA Comunidad Europea del Carbón y del Acero.

CD ROM Compact Disc. Read only Memory. CEI Comunidad de Estados Independientes.

CEE Comunidad Económica Europea.

CIG Conferencia Intergubernamental.

CT Televisión pública de la República Checa. CyBC Radio Televisión pública de Chipre.

CNN Cable News Network.

CPE Cooperación Política Europea.

CEPAL Comisión Económica para América Latina.

CEPT Conference Europeenne des Postes et Telecommunications. CES Comité Económico y Social.

CIG Conferencia Intergubernamental.

CYTED Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo. CYBC Cyprus Broadcasting Corporation, Chypre.

DVB Digital Video Broadcasting. EBU European Broadcasting Union

ECU European Currency Unit

EEE Espacio Económico Europeo

ENG Electric News Gathering

ENTV Radio televisión pública de Argelia. EU European Union.

EFCA European Film Companies Alliance. ERT Radio televisión pública de Grecia.

ERTU Egyptian Radio and Television Union.

ERT Radiodiffusion Elliniki Radiophonia Tileorassi, Grèce. ERTT Radiotelevisión pública de Túnez.

ERTV Estatuto de Radiotelevisión.

ETSI (En inglés) Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación

ETB Euskal Telebista.

EUTELSAT European Telecommunications Satellite Organization. Organización Europea de Telecomunicaciones por satélite.

EUROSTAT Statistical Office of the European Communities. Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas.

FCC Federal Commission of Communications. FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

FORTA Federación de organismos de radiotelevisión autonómicas. FR2 Société Nationale de Télévision Antenne 2, France.

FR3 La Société Nationale de Télévision France Région 3. FSE Fondo Social Europeo.

FUNDESCO Fundación para el desarrollo de la función social de la comunicación.

GATS General agreement on Trade in Services

GATT General Agreement on Tariffs and Trade. Acuerdo General sobre Aranceles y Aduana.

GSM Global System of Mobile Communications. G-7 Grupo de los Siete.

HDTV High Definition Television.

IENT/ETSI (en inglés) Instituto Europeo de normas de Telecomunicación. INTA Instituto Nacional de Tecnología Aeroespacial.

IME Instituto Monetario Europeo.

ITA Information Technology Agreement. ITC Independent Television Commission.

ITU Unión Internacional de Telecomunicaciones

ITV Independent television.

MAGREB Marruecos, Argelia, Túnez, Libia.

MASHRAK Egipto, Jordania, Líbano, Siria.

MBS Media Business School.

MDS Multipoint Distribution Service. Servicios de Distribución Multipunto.

MEDIA Medidas para fomentar el Desarrollo de la Industria Audiovisual. MMDS Servicios Multicanales de Distribución Múltiple.

MHZ Mega Herzios.

MERCOSUR Mercado Común del Sur. MIB Moscow Independent Broadcasting.  
NAFTA North American Free Trade Association. NNUU Naciones Unidas.  
NTSC Network Television System Cable. OEA Organización de Estados Americanos.  
ONU Organización de Naciones Unidas. OMC Organización Mundial de Comercio.  
OIT Organización Internacional de Telecomunicaciones. OTAN Organización para el  
Tratado del Atlántico Norte. PAL Phase Alternation Line.  
PBS Televisión pública de Malta. PE Parlamento Europeo.  
PECO Países de Europa Central y Oriental  
PPV Pay Per View.  
PEC Política Exterior Común.  
PESC Política Exterior y de Seguridad Común. RAI Radio Audizioni Italia.  
RNE Radio Nacional de España. RTP Radiotelevisao Portuguesa.  
RTBF Radio-Télévision Belge de la Communauté Française. RTV Radio Televisión  
pública de Rumania.  
RTVE Radio Televisión Española.  
RTVSL Radio televisión pública de Eslovenia. SECAM Sequentiel Color A Memoire.  
SEBC Sistema Europeo de Bancos Centrales. SNG Satellite News Gathering.  
SME Sistema Monetario Europeo.  
SMATV Satellite Master Antenna Television. SSR-SRG Radio televisión pública Suiza.  
TDF Télédiffusion de France.  
TF1 Television Française 1  
TMC Télé- Monte Carlo, Monaco. TLC Tratado de Libre Comercio.  
TLCAN Tratado de Libre Comercio de America del Norte. TUE Tratado de la Unión  
Europea.  
TVAD Televisión de Alta Definición.  
TVE Televisión Española. TVG Televisión de Galicia.  
UER Unión Europea de Radiodifusión. UE Unión Europea.  
UEO Unión Europea Occidental.  
UNESCO Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.  
UIT Unión Internacional de Telecomunicaciones. VOD Video on Demand.  
YLE Oy Ylesradio AB (TV Finlandia). ZDF Zweites Deutsches Fernsehen.



# **ANEXOS**



# ANEXO 1

GRÁFICO 1

Datos sobre el porcentaje de productos audiovisuales de importación consumidos en España a final de la década de los años 80 del s. XX

Gráfico de elaboración propia según datos de ZORRILLA CASTRESANA (1990)

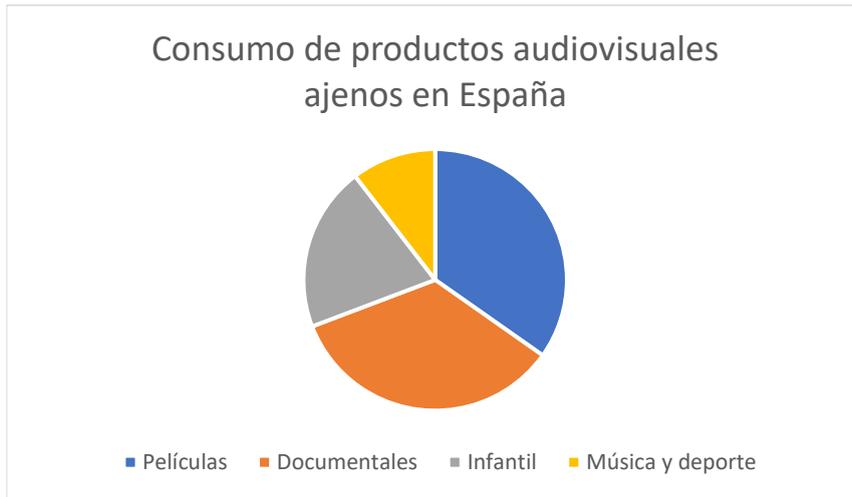


GRÁFICO 2

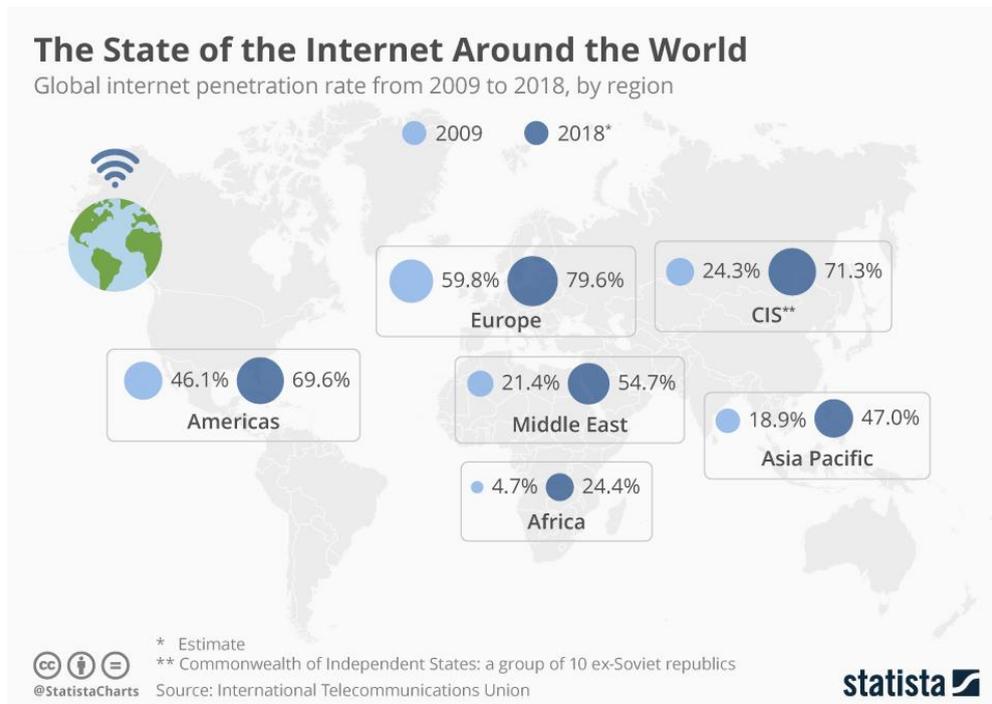


GRÁFICO 3

## Número de suscriptores de Netflix



Suscriptores de Netflix durante cada año. Fuente: Netflix.

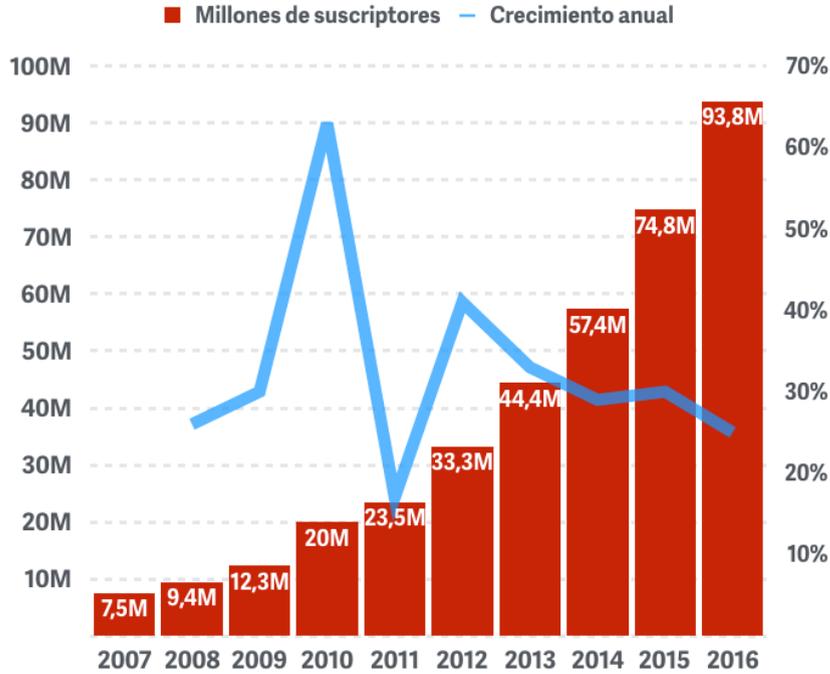
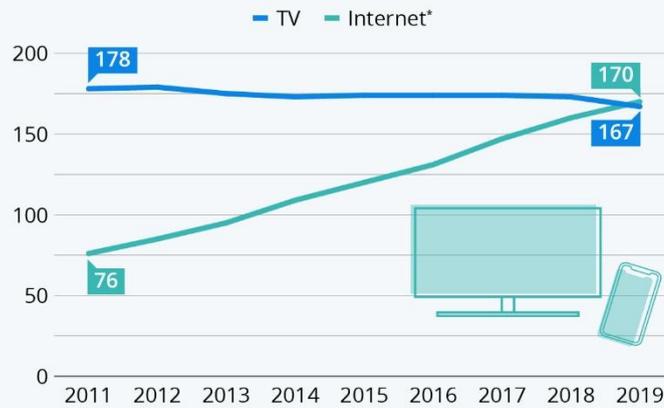


GRÁFICO 4

## Televisión: ¿el fin de una era?

Consumo medio diario de televisión e internet por persona en todo el mundo (en minutos)



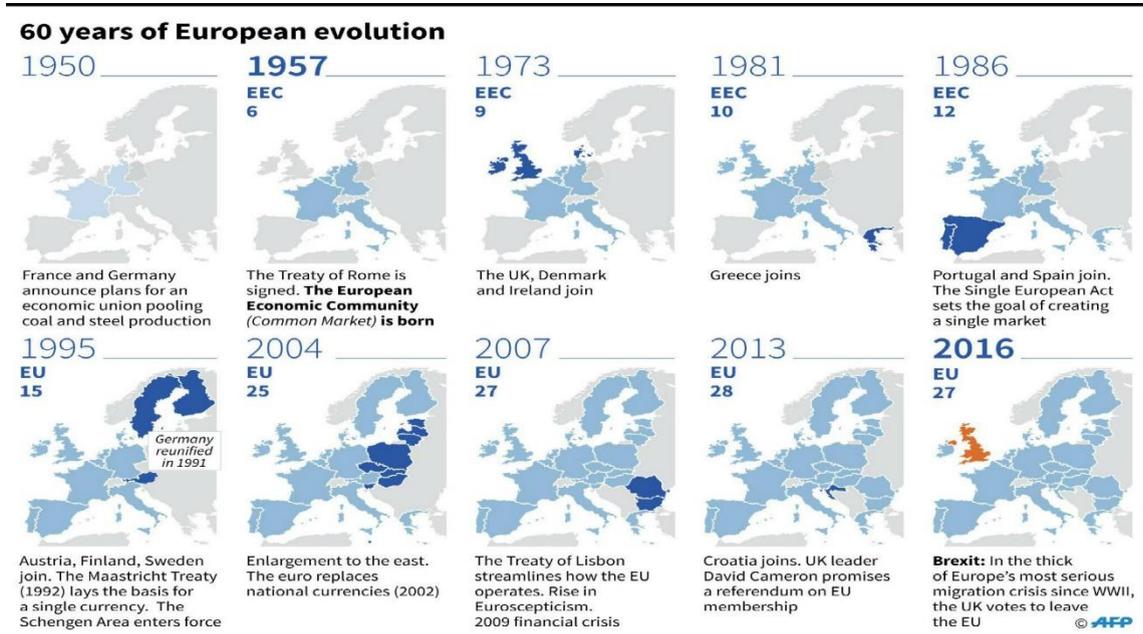
\* Incluye el uso de internet móvil.

Fuente: Zenith



statista

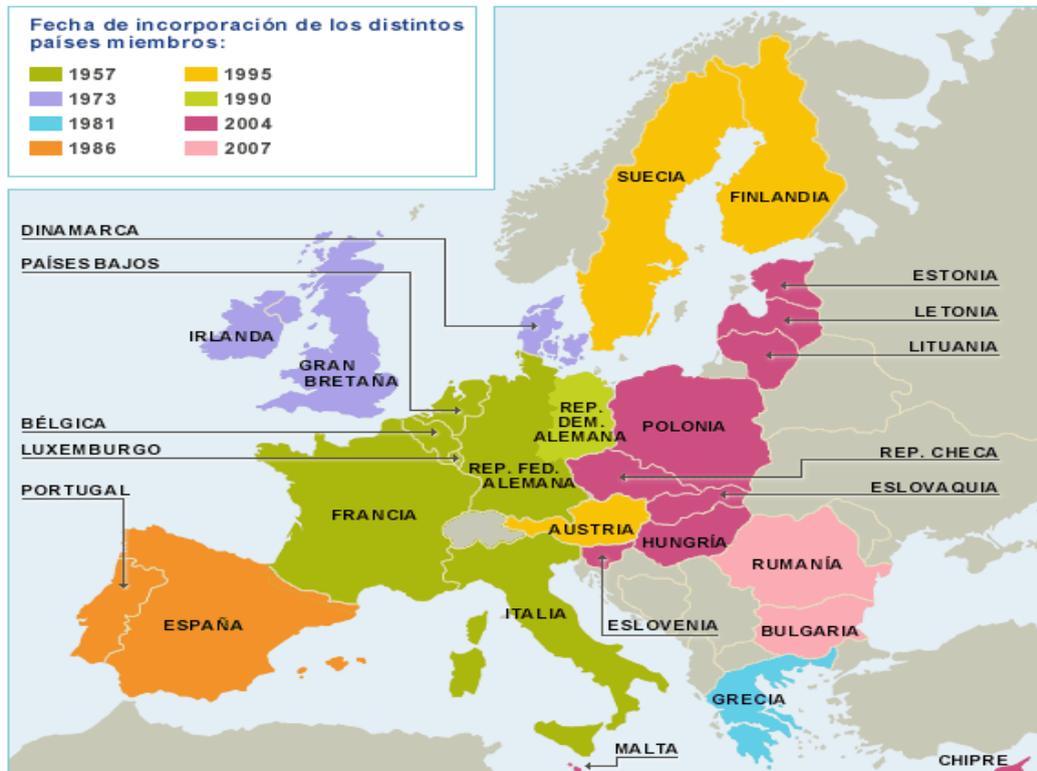
## GRÁFICO 5



<http://iris.cnice.mec.es/kairos/mediateca/cartoteca/pagsm>

### Estados miembros de la Unión Europea

imprimir



[apas/union\\_europea.html](http://apas/union_europea.html)



## ANEXO 2

### Parrilla de programación de Euronews de lunes a viernes

(Facilitada por la propia cadena en nuestra primera visita en 1994)

De lunes a viernes emitía cada 30 minutos el boletín de noticias seguido por la información del tiempo. De 06:00 a 09:30 h, la emisión era todo noticias y cada 30 minutos: Economía, Sports, Revista de prensa. De 19:00 a 23:00 noticias y cada 30 minutos Economía, Europa: Europa y sus ciudadanos y Sports

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
09:45	Visa/Style	Cult	International	International	Cult
10:15	Cult	Visa/Style	2000	Cult	International
10:45	International	International	Visa/Style	2000	2000
11:15	2000	2000	International	Visa/Style	International
11:45	No Comment				
12:15	2000	Cult	International	Cult	2000
12:45	Cult	International	2000	International	Cult
13:15	International	2000	Cult	Cult	Visa/Style
13:45	Visa/Style	Cult	International	2000	Cult
14:15	Cult	Visa/Style	2000	International	Visa/Style
14:45	International	International	Visa/Style	2000	Cult
15:15	2000	2000	International	Visa/Style	Eurozoom
15:45	International	International	2000	International	International
16:15	2000	Cult	International	Cult	2000
16:45	Cult	International	2000	International	International
17:15	International	2000	Cult	Cult	2000
17:45	Visa/Style	International	International	2000	International
18:15	Cult	Cult	2000	International	Cult
18:45	International	International	Visa/Style	2000	International
23:15	Eurozoom	Cult	Visa/Style	International	International
23:23	No Comment				
23:45	International	International	International	Cult	Euroforum
00:15	2000	Cult	Euroforum	Euroforum	International
00:45	International	2000	International	Cult	Eurozoom
01:15	Visa/Style	International	Cult	Euroforum	International
01:23	No Comment				
01:45	2000	Euroforum	International	International	Cult
02:00	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE

## Parrilla de programación de Euronews de fin de semana

HORARIO	SÁBADO	HORARIO	DOMINGO
06:15	Euroforum	06:15	Eurozoom
06:45	Cult	06:45	International
07:15	International	07:15	Cult
07:45	Visa/Style	07:45	International
08:15	Eurozoom	08:15	Visa/Style
08:45	International	08:45	Euro7
09:15	Cult	09:15	2000
09:45	2000	09:45	International
10:15	International	10:15	2000
10:45	2000	10:45	Eurozoom
11:15	Euroforum	11:15	International
11:45	No Comment	11:45	No Comment
12:15	Eurozoom	12:15	Cult
12:45	Cult	12:45	Euro7
13:15	2000	13:15	International
13:45	International	13:45	Visa/Style
14:15	Cult	14:15	2000
14:45	Eurozoom	14:45	Cult
15:15	International	15:15	Eurozoom
15:45	2000	15:45	International
16:15	Visa/Style	16:15	2000
16:45	International	16:45	Visa/Style
17:15	Eurozoom	17:15	International
17:45	Cult	17:45	Cult
18:15	2000	18:15	Euro7
18:45	International	18:45	2000
19:15	Visa/Style	19:15	International
19:45	Cult	19:45	Cult
20:15	2000	20:15	Eurozoom
20:45	Euroforum	20:45	2000
21:15	Eurozoom	21:15	Cult
21:45	Cult	21:45	International
22:15	International	22:15	Euro7
22:45	2000	22:45	Cult
23:15	Visa/Style	23:15	International
23:45	Eurozoom	23:45	Visa/Style
00:15	International	00:15	Eurozoom
00:45	Cult	00:45	International
01:15	2000	01:15	Cult
01:45	Eurozoom	01:45	International
02:00	Cierre	02:00	Cierre

