



---

**Universidad de Valladolid**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS EUROPEOS**

TESIS DOCTORAL:

**Europa habla de Europa:  
Euranet, la primera red de radios  
europeas**

Presentada por **Sonia Andrino San Cristóbal**  
para optar al grado de doctor /ra por la  
Universidad de Valladolid

Dirigida por:  
**Ricardo Martín de la Guardia**

*A mi padre y a mi madre,  
porque me lo habéis dado todo.*

## **Europa habla de Europa: Euranet, la primera red de radios europeas**

### **ÍNDICE**

#### **INTRODUCCIÓN.**

#### **CAPÍTULO I.**

#### **POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA**

##### **1. Los orígenes de la política de información y comunicación en la Unión Europea**

- 1.1. Perspectiva histórica. Los Tratados de la UE
- 1.2. De la Oficina de Prensa e Información a la DG COMM
- 1.3 El actual servicio de comunicación de la Comisión Europea

##### **2. La década de los 90: Atrapados entre la búsqueda del nuevo enfoque y el desarrollo de la sociedad de la información**

###### **2.1. El nuevo enfoque**

- 2.1.1 Informe Oostlander
- 2.1.2. Informe De Clercq
- 2.1.3. Informe Pinheiro
- 2.1.4 Informe Pex

###### **2.2. “La espiral del disimulo”. Primer acercamiento a la política de comunicación europea de principios de los noventa**

###### **2.3 La Sociedad de la Información**

- 2.3.1 Libro Blanco. Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI
- 2.3.2. Libro verde. Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual europea.
- 2.3.3 Europa y la sociedad de la Información. Recomendaciones del Grupo Bangemann al Consejo Europeo.
- 2.3.4 Europa en marcha hacia la sociedad de la información. Plan de actuación.
  - 2.3.4.1 Libro Verde sobre la Liberalización de las Infraestructuras de Telecomunicación y las redes de televisión por cable.
  - 2.3.4.2 Libro verde Los derechos de autor y los derechos afines en la Sociedad de la Información.

2.3.4.3. Libro Verde. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria.

2.3.5. Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital.

3. Los primeros años de la década del 2000. La redefinición de la comunicación europea.

3.1. Un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y comunicación de la Unión Europea

3.2. Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea.

3.2.1. Objetivos de la estrategia

3.2.2. Las grandes pautas de la estrategia de comunicación

3.2.3. Los grandes temas a comunicar

3.2.4. Público

3.2.5. Una verdadera política de comunicación

3.2.6. El mensaje

3.2.7. La aplicación de la estrategia

3.3. Plan de acción de la Comisión para comunicar sobre Europa

3.4. Plan D de democracia, diálogo y debate

3.5. Libro blanco sobre una política europea de comunicación.

3.6. Comunicar sobre Europa en asociación.

4. Viviane Reding y el giro hacia una política de comunicación presidencialista

## CAPÍTULO II.

### EURANET, LA PRIMERA RED DE RADIOS EUROPEAS

1. El nacimiento de Euranet

1.1 Los cuatro protagonistas

1.2 Radio E, el origen de Euranet

1.3 La creación de la red: el consorcio E. R. P (European Radio Project)

1.4 Los primeros Estatutos: organización y compromisos

1.4.1. De 12 radios fundadoras a 23 del final del proyecto

1.4.2. La organización interna del ERP (European Radio Project)

1.4.3. El bautizo de Euranet

1.4.4. Un trimestre de infarto

1.4.5. La página web

1.4.6. Los grandes programas

2. Euranet: de consorcio a grupo de empresas

2.1. La transformación final: una única dirección general y el nuevo equipo editorial

2.1.1 La teoría de los cinco círculos

3. De cinco Core Languages a 23 idiomas oficiales

4. La llegada de Viviane Reding y sus efectos en Euranet

5. El final de Euranet: más que una red de radios europeas

5.1 Conecting U and EU

5.2 Euranet Adwards

5.3 “Hacia 2014”, un proyecto con el Parlamento Europeo

5.4 Fundación Euranet

6. Euranet plus

## CONCLUSIONES

## FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

4.1. Fuentes documentales

4.1.1. Fuentes hemerográficas

4.1.2. Otras fuentes de Internet

4.1.3. Entrevistas

4.2. Bibliografía

## INTRODUCCIÓN

El texto que presento puede ser considerado como una tesis monográfica, tal y como la entiende Umberto Eco en su obra clásica en la que argumenta cómo elaborar una tesis rigurosamente científica no significa en modo alguno perder de vista el panorama general. De hecho, tomando como referencia las explicaciones del escritor italiano, lo que se plantea en esta investigación es analizar el nacimiento de la primera red de radios europeas, Euranet, aunque para ello se considera necesario partir del acercamiento a la evolución de la política comunicativa de la Comisión Europea durante la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI.

Pretendemos con esta investigación, titulada “Europa habla sobre Europa: Euranet, la primera red de radios europeas”, conducir al lector hasta una forma muy peculiar de hacer política comunicativa. La complejidad de las instituciones europeas así como el distanciamiento entre ellas y los ciudadanos complican considerablemente esa labor aunque, tal y como trataremos de demostrar, el nacimiento de la primera red de radios europeas ha supuesto un cambio importante en la forma de enfrentarse a esta tarea por parte de la Comisión Europea.

Esta tesis se divide en dos grandes capítulos. El primero de ellos, “*Política de información y comunicación de la Comisión Europea*”, analiza en sus cuatro apartados, desde una perspectiva histórica pero también interpretativa, los orígenes y la evolución de la acción comunicativa de la UE desde 1990 hasta 2010, coincidiendo con las dos décadas en las que se ha ido armando la política comunicativa europea. El segundo capítulo, “*Euranet, la primera red de radios europeas*”, responde a un ejemplo práctico de esa acción comunicativa comunitaria desde un enfoque analítico y centrado, especialmente, en sus resultados. El documento se completa con seis conclusiones que darán respuesta a las consideraciones que se plantean inicialmente en esta introducción.

Históricamente, la percepción que tenían los ciudadanos de la Comunidad Económica Europea (hoy la Unión Europea) se aproximaba a la de una superestructura burocrática que tenía más que ver con los gobiernos que con la sociedad. De hecho, a principios de la década de los noventa, el rechazo danés al Tratado de la Unión Europea (TUE) o Tratado de Maastrich y la segunda vuelta a la que tuvo que someterse en Francia para obtener el respaldo del país galo condujeron a las instituciones comunitarias a plantearse seriamente el problema de la desafección ciudadana. Como consecuencia de ello, la Unión Europea asumió que debía de convertirse en una potencia informativa y crear contenidos comunitarios, aunque la fórmula para hacerlo ha ido variando en función de los gobiernos, por un lado, y del propio contexto histórico y económico, por otro.

El resultado de esa reflexión se ha traducido en la elaboración de más de una treintena de documentos y comunicaciones sobre los que se han asentado las directrices de la acción política comunicativa en las instituciones comunitarias. El análisis de todos ellos constata una evolución tanto en la forma como en el contenido de esta labor, matizada en algunas cuestiones que considero fundamentales. Es el caso, por un lado, del protagonismo de los ciudadanos que, desde la práctica inexistencia durante los años noventa, ha ido evolucionando paulatinamente hacia el intento de ser convertidos en el centro de las obligaciones comunicativas de las instituciones comunitarias o de la búsqueda de un mensaje elaborado desde la coordinación y la colaboración no solo de las instituciones entre sí, sino también con los estados miembros. Y en este sentido, las Representaciones de la UE en cada país juegan un papel fundamental. En definitiva, como trataremos de demostrar, estas fueron las grandes líneas de la acción política comunicativa que desarrolló la Comisión Europea hasta la primera década del siglo XXI.

En 2007, el Ejecutivo comunitario decidió apoyarse en emisoras radiofónicas (públicas y privadas) asentadas en los territorios nacionales para hacer llegar la información europea a los ciudadanos. De esta forma, auspició la creación de la primera red de radios europeas, Euranet, en lo que se puede traducir como una especie

de servicio externalizado, que se sumó a las propias herramientas de comunicación de las que ya disponía la Comisión, y con el que conseguir crear una verdadera opinión pública europea.

A día de hoy, ese objetivo de desarrollar una esfera pública comunitaria no se ha conseguido todavía, si bien es verdad que, sobre todo como consecuencia del papel que las instituciones de Bruselas están jugando en la crisis económica mundial de los últimos seis años y especialmente a la hora de paliar sus efectos en algunos estados miembros a través de rescates financieros, la ciudadanía es algo más consciente de la existencia de Europa. Precisamente por eso, todo hace pensar que, después de la crisis, la idea que los ciudadanos tendrán de la Unión Europea y de su papel cambiará. Aún así, será un proceso lento que se traducirá en una mayor percepción de que la influencia europea en su día a día es más importante de lo que se creía inicialmente. No hay que olvidar no obstante, que como consecuencia de ese contexto de crisis económica, la imagen que los ciudadanos tienen de Europa sigue siendo bastante negativa con lo cual, la labor pendiente, sobre todo en el ámbito de la comunicación y la información, es todavía mucha.

Un estudio del Real Instituto Elcano titulado *Cómo influye la crisis económica en el apoyo ciudadano a la UE*<sup>1</sup> revela precisamente la sensible disminución del apoyo de los ciudadanos a la Unión Europea. Según ese informe, la reducción del “euro-optimismo” es generalizada aunque la intensidad varía según los países. Así, Grecia y Portugal, dos de los países más castigados por la crisis económica y por la deuda soberana, lideran el ranking en disminución. Entre los dos, se coloca Alemania, a pesar de ser uno de los estados miembros que mejor está capeando la crisis. Esto se puede explicar por el coste de los rescates a Grecia e Irlanda. En cualquier caso, el informe concluye asegurando que “en los viejos socios hay una asociación entre el deterioro de la imagen de la UE y la situación de crisis”. Por el contrario, en los países

---

<sup>1</sup> Estudio de Ismael Sanz, Ferrán Martínez y Federico Steinberg.  
[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/europa/ari7-2011](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/europa/ari7-2011)



de nueva incorporación ha habido un incremento en el respaldo a la integración. Destacan por ejemplo los casos de Hungría (11% más) o Letonia (8%) y llama poderosamente la atención Chipre, otro de los países intervenidos, donde se ha reducido el apoyo a la Unión Europea el 20%.

La interpretación de todos estos matices no debería considerarse una cuestión baladí sino más bien todo lo contrario, un aspecto importante a tener en cuenta a la hora de diseñar la acción comunicativa de las instituciones comunitarias puesto que, como ya se ha visto, la orientación de la misma ha de ser el ciudadano y, dentro de esta consideración, hay que tener en cuenta su percepción sobre Europa.

La necesidad de las instituciones de comunicar se remonta a los propios orígenes de cada una de ellas. Igual que las empresas, las instituciones consideran parte de su labor el hecho de justificar ante los ciudadanos su razón de ser y compartir con ellos los efectos de su actividad. En el caso de la Comisión Europea no se trata de una forma de comunicación política propiamente dicha, ni siquiera de una acción de comunicación institucional, sino de una mezcla entre ambas apuntalada con algo más: la peculiaridad de su funcionamiento a través de un órgano colegiado en el que las decisiones se adoptan de una forma muy lenta, lo que se traduce en un avance ralentizado de su gestión. Esto se debe, entre otras razones, al elevado número de miembros que tienen capacidad de decidir dentro de las instituciones comunitarias y al propio proceso de toma de decisiones.

A este hecho ya se refirió el comisario Joao de Deus Pinheiro en su informe de 1993 titulado *La Política de Información y Comunicación de la Comisión: el nuevo enfoque* (el que podría ser considerado como la primera estrategia verdadera de comunicación en la historia de la Comisión) al aludir a uno de los principales problemas a los que tenía que enfrentarse la Comunidad Europea, las (entonces) “doce opiniones públicas diferentes que hacen que la tarea de la Comisión resulte mucho más difícil”. Hoy esa cifra se ha multiplicado por dos y se eleva a veintiocho opiniones públicas diferentes. Este hecho, como se pretende constatar en esta investigación, ha dificultado la labor

de lanzamiento de un mensaje único capaz de llegar a todos los ciudadanos de la Unión.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que la información europea se somete, en la gran mayoría de los casos, a un efecto catalizador por parte de los medios de comunicación a los que llega, de tal forma que termina sirviéndose desde una óptica nacional o regional, con lo cual, se traduce en un hecho que limita la capacidad de desarrollarse y ser entendida por parte del ciudadano en términos comunitarios. La pregunta es hasta qué punto se puede catalogar como información europea la recepción de ese mensaje filtrado en clave autonómica o nacional. Los expertos en comunicación no han encontrado en este asunto un gran motivo de interés y este hecho fue el que me condujo a plantearme cuál es el estado de la cuestión al hablar de comunicación europea.

Los estudios e investigaciones sobre la política de comunicación europea son escasos. A pesar de estar hablando de instituciones que superan el medio siglo de vida, lo cierto es que este asunto no se ha considerado fundamental desde el punto de vista académico, universitario o científico y apenas hay monografías que se hayan centrado en el estudio de esta materia.

La gran mayoría de las obras que existen al respecto son artículos de expertos, profesores o doctores en distintas materias, casi siempre muy concretas (el mundo de la comunicación, las empresas periodísticas, la radio, etc), publicados en revistas especializadas que han visto la luz dentro del ámbito universitario, pero hasta ahora no se ha presentado ningún análisis más general con el que poder comprender la evolución de la acción política en materia comunicativa de la principal institución comunitaria, la Comisión Europea. Tampoco este trabajo lo será en el sentido estricto del término puesto que, en coordinación con mi director de tesis, hemos considerado necesario acotar temporalmente el objeto de estudio, lo que no significa que en futuras investigaciones pueda completarse y retrotraer la fase de análisis hasta los orígenes mismos de la Comunidad Europea.

No obstante, del periodo comprendido entre estos primeros momentos y el año 1993 en el que se publicó el *informe Pinheiro*, realiza un profundo análisis el profesor Mariano Sánchez Martínez en su libro *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*, donde revisa el problema del nuevo enfoque de este tipo de política así como las medidas adoptadas por las instituciones comunitarias para solventarlo. Este acercamiento se completa con la investigación de María Antonia Martín Díez que en su manual *Estructura de la comunicación de Europa: las organizaciones internacionales*, culmina ese análisis llegando hasta el año 1997 con la potenciación de los medios audiovisuales, o lo que el lector encontrará en esta tesis explicado como el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Lo novedoso, por tanto, de esta investigación es que en ella se aporta un análisis reflexivo sobre los documentos oficiales que publicó la Comisión Europea entre 1990 y 2010, coincidiendo con el que hemos considerado el periodo en el que explotó la verdadera política de comunicación de la Unión Europea. De ese escenario temporal destacan especialmente dos estrategias, la del comisario portugués Antonio Vitorino, en 2002, y la de la comisaria sueca Margot Walström, en 2006, a partir de la publicación del Libro Blanco para la *Política Europea de Comunicación*.

Sobre estos dos momentos se incidirá de una manera especial en la presente investigación puesto que supusieron un avance importantísimo en la forma de comunicar. Ya en el periodo final, a partir de 2009, la labor de la periodista luxemburguesa Viviane Reding marcará igualmente un hito en la acción comunicativa de la Comisión Europea a partir de su propuesta más presidencialista, es decir, buscando poner cara a las políticas europeas.

Como se ha apuntado anteriormente, existen algunos otros informes y tesis doctorales centradas en aspectos muy concretos dentro de lo que ha sido la propia maduración de la Unión Europea en esta materia, como es el caso del trabajo de Eduardo Martín

Segovia sobre la campaña del euro o el artículo de Guadalupe Pérez García sobre el Libro Blanco de 2006. Pero hasta este momento ningún texto ha entrado a analizar con profundidad esta labor a partir de los propios documentos comunitarios que vieron la luz a principios del siglo XXI. Eso es lo que el lector se va a encontrar en la primera parte de esta tesis y dentro de lo que se podría considerarse la cuestión panorámica (en términos de Umberto Eco) de la investigación.

El escritor italiano entendió que “una tesis demasiado panorámica constituye siempre un acto de soberbia” y, desde mi punto de vista, pretender hacerla sería lo más parecido a un caos incontrolable en forma de documento. Por este motivo decidimos acotar en el tiempo y el espacio el foco de esta investigación y centrarnos en la labor de la principal institución comunitaria, la Comisión Europea, para llegar a explicar el porqué de crear una red de radios europeas a través de la cual contribuir a desarrollar una esfera pública comunitaria.

Aún así, en algunos apartados concretos de esta tesis se ha hecho necesario analizar también algunos informes elaborados directamente por el Parlamento Europeo y tomados en consideración por el Ejecutivo comunitario. Es el caso de los informes Oostlander y De Clerq, de principios de los noventa, que fueron criticados poco tiempo después por el comisario Pinheiro y que marcaron, a partir de entonces, la acción comunicativa del Ejecutivo europeo. De ahí la importancia de tenerlos en cuenta en esta investigación.

Respeto a la acotación temporal, el análisis se ha centrado en las dos últimas décadas (finales de los años noventa y principios de 2000) ya que, como se ha apuntado anteriormente, son los momentos en los que la política comunicativa adquiere el mayor protagonismo en la historia de la Unión Europea. A pesar de que siempre se ha considerado una preocupación por parte de los responsables políticos desde el mismo origen de la Comunidad Europea en 1951, no fue hasta esta época cuando la comunicación pasó a formar parte de la acción política de la Comisión.

Teniendo en cuenta ese hecho, el objetivo de esta tesis ha sido analizar cómo ha evolucionado la acción comunicativa hasta llegar a entender la necesidad de crear una red de radios europeas. Lograrlo solo era posible si se tomaban como referencia los propios documentos oficiales elaborados por la Comisión Europea desde 1990 hasta finales de la primera década del siglo XXI, momento en el que nació Euranet.

Para adquirir ese material, un hecho marcado en muchas ocasiones por la dificultad de ubicar su existencia, ha sido imprescindible la colaboración de la responsable del Centro Europa Direct en Coslada (Madrid), Daniela Varzari, así como la de las funcionarias de la DG COMM de la Comisión Europea en Bruselas, Flaviana Teodosiu e Ioana María Gligor, que me han facilitado algunos de los textos más difíciles de encontrar. He podido trabajar también con otros muchos documentos publicados en el portal de legislación europea Eur-lex ([http://europa.eu/documentation/legislation/index\\_es.htm](http://europa.eu/documentation/legislation/index_es.htm)<sup>2</sup>) y he completado la base de la tesis con los que se me han facilitado desde la oficina de la Representación de la Comisión Europea en España, con sede en Madrid.

Esta preferencia por las fuentes directas tiene la limitación de la publicidad de las mismas. Mi investigación se basa en fuentes públicas y accesibles, bien al público en general, bien a cualquier investigador social. Sólo hay una excepción en este trabajo representada por los documentos internos elaborados por Euranet, algunos de los cuales fueron conocidos por mí durante el tiempo en el que tuve una relación laboral con la red de radios.

Tal y como se recoge en el contrato firmado entre Euranet y la Comisión Europea, ninguna de las dos partes tiene la obligación de hacer públicos esos documentos, de ahí que su acceso resultara hartamente complicado. No obstante, dado el enorme interés de estos datos para la presente investigación doctoral, decidí aprovechar que en

---

<sup>2</sup> Pagina web accesible en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea que proporciona información sobre los Tratados Constitutivos, el Diario Oficial, la Legislación Comunitaria, etc.

un momento dado tuve acceso a ellos para citarlos en este trabajo. Asimismo, he de destacar la inestimable colaboración de la coordinadora de Euranet en España, Andrea Díez, de la jefa de informativos de EsRadio Castilla y León, Elena Rodríguez, y del responsable de Euranet en Radio Slovenian International, Srcko Tgrlec.

Por otra parte, y para completar el recorrido de las fuentes que han hecho posible esta tesis, he recurrido a la entrevista personal con los responsables del proyecto, con los que he contrastado los contenidos de los documentos internos, así como con los principales representantes de la Comisión Europea en Madrid y en Bruselas. Igualmente, he realizado varias encuestas a través de correo electrónico, que he enviado a los responsables de contenidos de Euranet de varias emisoras participantes, con los que he conseguido acercarme a la información emitida a través de los programas específicos de la red.

Por último, he realizado varias visitas a algunas emisoras que forman parte del proyecto desde sus orígenes. Entre ellas Radio France Internationale (París), Deutche Welle (Bonn), Radio Netherland Werendomroel (Hilversum), RTBF (Bruselas), Radio Slovenia International (Maribor) Bulgarian National Radio (Sofía), Radio Rumania International (Bucarest) y Castilla y León Radio (Valladolid).

Para elaborar esta tesis también se han tomado como referencias bibliográficas y fuentes documentales las comunicaciones y documentos SEC que durante las dos décadas analizadas ha publicado la Comisión Europea en materia de comunicación. Con este material se ha elaborado el marco contextual en el que ubicar el objeto concreto de la tesis que, como ya se ha dicho, es estudiar el nacimiento y la vida de Euranet. Entre ellos se incluyen Libros Verdes; Libros Blancos: Documentos COM (textos de la Comisión y de la Secretaría General transmitidos por la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y a otras instituciones comunitarias en el marco del proceso de toma de decisiones y de legislación que están elaborados en las 24 lenguas de la Unión y que permiten conocer la evolución de las propuestas legislativas de la

Comisión antes de llegar a su redacción final en el Diario Oficial<sup>3</sup>), y Documentos SEC (textos internos de la Secretaría General de la Comisión Europea que no son de divulgación general, es decir, que no se envían sistemáticamente a los Centros de Información Comunitaria. Es un documento previo a la publicación de un COM<sup>4</sup>).

Como se ha recogido anteriormente, el objeto de esta investigación es analizar los resultados de Euranet una vez finalizado el proyecto de cinco años aunque, en este sentido, he de reconocer la imposibilidad de acceder a documentos con los que valorar a efectos prácticos los efectos de su funcionamiento. Los indicadores para emitir un análisis en estos términos tienen más que ver con las impresiones de los actores que han formado parte del proyecto.

Los únicos textos públicos que existen en este sentido son los programas anuales que la Comisión Europea publica en su página web, en la que reconoce el mantenimiento del proyecto a través, entre otros elementos, de la aparición de partidas económicas. No se han publicado estudios detallados de audiencias referidas únicamente a Euranet, si bien es cierto que internamente, tanto los socios de la red como la Comisión Europea conocen la evolución de esos datos a partir de análisis más generales que les sirven para extraer determinadas conclusiones de uso exclusivamente doméstico.

Esos documentos reflejan la evolución de las audiencias generales de las emisoras con la base, por ejemplo en el caso español, del Índice General de Medios (EGM). En estos casos, se manejan los datos que reflejan las franjas horarias en las que se emiten los programas Euranet, y con ellos se envían las reflexiones a la Comisión Europea. Insisto en que adquirir estos análisis ha sido una labor inalcanzable.

Al hilo de lo anteriormente expuesto soy consciente de que una crítica fácil podría ser censurar la ausencia de ese impacto práctico sobre los efectos que Euranet ha causado en la sociedad europea. Sin embargo, el lector ha de saber que la fórmula para medir

---

<sup>3</sup> EVA RAMÓN REYERO y BENILDE LUENGO, “Fuentes de información de la Unión Europea y organismos internacionales”.

<sup>4</sup> Ibidem.

tales resultados es prácticamente imposible. Aún así, con el ánimo de despejar esta duda he demandado esa información tanto a los responsables del departamento de Media de la Comisión Europea como a las propias radios que participan en el proyecto Euranet, así como a sus máximos responsables. El resultado de mis solicitudes han sido evasivas, más o menos generales, que apuntan hacia un reconocimiento social que dicen las radios que han constatado, pero que no se sustentan en una base científica ni empírica. La conclusión que extraen los protagonistas del proyecto es la sensación de que las cosas funcionan bien, y no tanto un hecho manifiestamente demostrado y que se pueda fundar en documentos concretos y públicos.

Llegados a este punto he de reconocer que este hecho ha dificultado el desarrollo de la hipótesis principal de mi investigación que es analizar si la primera red de radios europeas ha sido efectiva en cuanto a la promoción de una esfera pública comunitaria, y si la fórmula empleada, hasta entonces novedosa, ha servido a la Comisión Europea para llegar al ciudadano y contribuir a solventar así una de las grandes deficiencias que arrastraba la institución desde el mismo momento de su creación.

Para llegar a esa hipótesis, al inicio de mi investigación me planteé varias preguntas. ¿Por qué surge Euranet? ¿Por qué nace en un momento determinado y sobre la base con la que lo hace? ¿Qué es lo que lleva a la Comisión Europea a innovar en una fórmula desconocida con la que pretendía alcanzar los que, por otro lado, eran antiguos objetivos? Una vez creado el proyecto, ¿obtiene los resultados esperados? ¿Qué posibilidades de continuidad en el tiempo tendría una red de estas características basada en la cooperación entre empresas de muy diversa naturaleza y condenadas a entenderse para mantener el proyecto?

Ya en un segundo nivel de análisis, y tomando como referencia el contexto histórico previo al nacimiento de Euranet, me planteé igualmente responder a otro tipo de cuestiones: ¿Hasta qué punto es necesaria la colaboración entre instituciones en la acción comunicativa? ¿Qué pasos tienen que dar estas administraciones para obtener buenos resultados? ¿Qué han planteado para acercarse al ciudadano? ¿Hacia qué



ámbitos sería necesario ampliar la colaboración para comunicar mejor? ¿Es necesario comunicar mejor? ¿Qué tipo de mensaje quieren lanzar para llegar al ciudadano? ¿A través de qué canales? ¿Se ha elegido el canal correcto para conseguir esa proximidad a la ciudadanía y contribuir así al nacimiento de una opinión pública europea?

En ese último escenario, en el de crear una esfera pública europea, planteo la siguiente reflexión recogida también en esta tesis que surge a raíz de preguntarme hasta qué punto se tenía que hablar de creación de opinión pública europea o, por el contrario, dar por superada la fase del nacimiento y centrarse en el desarrollo de la misma.

Si se tiene en cuenta que es una preocupación constante desde los orígenes de la Unión hasta el momento histórico en el que se detiene esta investigación, es decir, el año 2007, cuando surge Euranet, mi hipótesis es que si ha nacido, no se ha desarrollado mucho. Propongo comparar dos afirmaciones separadas durante algunas décadas en el tiempo para comprenderlo.

La primera tiene como referencia uno de los primeros textos que aluden a la política de información y comunicación de la Unión Europea al poco de nacer. Me refiero al Informe Schuijt, presentado en la Asamblea Europea –que en 1962 pasó a llamarse Parlamento Europeo-, y en el que ya se analizaban los problemas de información en las Comunidades Europeas.

En el citado texto se reafirmaba “la importancia capital de una política eficaz de información de la Comunidad europea con vistas a favorecer la formación de una opinión pública europea consciente de los grandes valores culturales y materiales de la unificación de Europa”. La segunda consideración es que, como se verá en el segundo capítulo de esta tesis, el objeto principal de la primera red de radios europeas seguiría siendo, 45 años después de aquel primer informe de 1962, el mismo: crear una esfera pública europea y acercar las instituciones comunitarias al ciudadano.

Además, en el debate del lanzamiento del proyecto que sucedió a Euranet en 2013 y que se denominó Euranet Plus, se planteó el papel que debía de jugar la UE bajo la denominación “Opinión Pública Europea”. En él participaron el presidente del Parlamento Europeo, Martín Schulz, la vicepresidenta de la Eurocámara, Anni Podimata, y el director general de Euranet Plus, Erlends Calabuig. Juntos analizaron la existencia de esa esfera concluyendo en la convicción de que aún está por desarrollar.

Este hecho me llevó a iniciar mi investigación, partiendo de la base de que el concepto de opinión pública europea no era todavía una realidad, y a plantearme por qué, si se ha constatado una evolución económica e incluso política durante todo el periodo de existencia de la Unión Europea, el caso de la comunicación sigue siendo todavía la asignatura pendiente como se abordará en el capítulo de conclusiones a las que ha conducido esta investigación.

Aún así, es justo reconocer que se han dado algunos pasos importantes, en el caso, por ejemplo de la colaboración interinstitucional, no solo entre administraciones, sino también entre administraciones y empresas comunicativas. Tanto es así que se puede considerar que el caso de Euranet es uno de los mejores reflejos del apoyo por el que, desde principios de los años noventa, trabajó la Comisión Europea entre los medios de comunicación. Las empresas radiofónicas en este caso han demostrado estar a la altura de las circunstancias y apostar por una iniciativa en la que inicialmente pocos medios creyeron.

El proyecto que sustenta esta investigación, Euranet, se basa en el trabajo de varias empresas radiofónicas, a través de una fórmula asociada, en cuya labor es fundamental el apoyo de las instituciones comunitarias. No en vano, esa colaboración es más económica que editorial o de contenidos, siendo este último aspecto el que queda pendiente aún de desarrollar. Y es en ese escenario en el que se contempla la ya comentada búsqueda de la esfera u opinión pública europea.

Bajo ese prisma se desarrolla el segundo capítulo de esta investigación centrado exclusivamente en el análisis de la primera red de radios europeas. En él se detalla el nacimiento de Euranet, a partir de la unión de doce emisoras que decidieron asociarse para presentarse a una oferta pública de la Comisión en cuyas bases se solicitaba elaborar información europea desde una óptica comunitaria y abordada desde los cimientos de la colaboración. La convocatoria detallaba un presupuesto anual de 5,8 millones de euros durante un lustro así como el compromiso de ir ampliando poco a poco el grupo de socios hasta completar los entonces 23 idiomas oficiales de la Unión Europea. Este hecho obligó a los directivos de la red a buscar emisoras en cada uno de los estados miembros de la UE para garantizar emisiones en todas las lenguas.

La variedad en la naturaleza de las radios fue una de las señas de identidad del proyecto, así como la concepción de los programas desde una óptica paneuropea y de visión cruzada, es decir, comparada y completada a partir del planteamiento con el que cada país se enfrentada a un asunto determinado.

En ese segundo capítulo se explican además las dos crisis internas que terminan provocando un cambio en la gestión del grupo de empresas, por un lado, y en los contenidos que estas elaboraban para sus oyentes, por otro. El apartado segundo se completa además con las primeras pinceladas del momento actual en el que Euranet dio paso a Euranet Plus, un proyecto que comparte la misma filosofía que el primero pero que, a efectos prácticos poco tiene que ver con él.

Precisamente este hecho, así como las posibilidades de mantenerse en el tiempo a partir de la propuesta que los directivos de la red de radios quieren trasladar al Parlamento Europeo para que se apruebe políticamente esta forma de comunicación, abre las posibilidades de ampliar la presente tesis que, por motivos de espacio y de tiempo, se tienen que cerrar en algún momento.

Por este motivo, el final de esta investigación coincide con el momento en el que desaparece Euranet como red de radios aunque, como se recoge en la parte final de la

tesis, todavía se mantiene una fundación con el mismo nombre que ha empezado a organizar algunos proyectos aunque está todavía por desarrollar. Esto reitera las posibilidades de seguir ampliando en futuros trabajos la investigación sobre el desarrollo de proyectos ligados a la política comunicativa de la Comisión Europea que es, al fin y al cabo, la que garantiza su mantenimiento.

Para terminar, permítame el lector que explique cómo fue mi primer contacto con la información europea. Nació en el seno de mi labor profesional cuando, ejerciendo mi trabajo de periodista, tuve la oportunidad de formar parte del proyecto de Euranet en sus orígenes y, como sugerencia de Paula, una buena amiga y compañera de avatares anteriores en el mundo del periodismo, consideré que podría ser un buen tema para investigar y convertirlo en mi tesis doctoral. No lo medité mucho porque era una materia que por si misma me atrae bastante y tras comentarlo con el que se ha convertido en el gran apoyo durante todo el periodo de investigación, Nacho Foces, buscamos la ayuda del director de tesis que pudiera conducir con éxito una investigación como esta. Esto nos condujo hasta el director del Instituto de Estudios Europeos, Ricardo Martín de la Guardia, que aceptó el reto, consciente de que, al seguir manteniendo la doble actividad de periodista profesional y estudiante investigadora, supondría ampliar su capacidad de aguante y paciencia para que este texto algún día viera la luz. Tres años después de iniciar la investigación, el objetivo se ha conseguido.

A ellos, y solo ellos, son los responsables de haber terminado mi investigación. Espero que disculpe el lector que concluya esta introducción con un agradecimiento sincero y personal a mi director de tesis por la paciencia y el esfuerzo de dirigir a una persona tan complicada; a mi familia por todo el tiempo que les he robado y por las cosas que me he perdido junto a ellos; y especialmente a Nacho, por sus desvelos, su sufrimiento parejo al mío, y su constancia hasta ver que al final, juntos, hemos conseguido terminar esta tesis.

## CAPÍTULO I. POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA

### **1. Los orígenes de la política de información y comunicación en la Unión Europea**

#### 1.1. Perspectiva histórica. Los Tratados de la UE

Aunque empezó sin ser una de las fundamentales preocupaciones, lo cierto es que desde los orígenes de la Unión Europea siempre ha existido la necesidad de desarrollar una política de información a pesar de que no quedó inicialmente recogido en los documentos fundacionales.

La revisión de estos textos legales supondría un análisis mucho más detallado que el que aquí se va a encontrar pero, aún así, considero importante ofrecer algunas trazas de lo que los tratados fundacionales de la Unión Europea recogieron respecto al asunto que nos ocupa, el de la información y la comunicación a nivel europeo. Este último concepto no se aplicará como política comunicativa (entendiendo por esta una serie de acciones conjuntas dirigidas a informar e involucrar a los ciudadanos europeos en todos los asuntos de la Unión así como a tintar de comunicación todas las acciones políticas que se lleven a cabo desde las instituciones comunitarias) hasta entrada la década de 2000 pero, tal y como se ha dicho anteriormente, la preocupación por la información nació prácticamente en el mismo momento en el que se gestó lo que hoy es la Unión Europea hace más de medio siglo.

Ni en el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) de 1951, ni en el Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea (CEE), de 1957, se recoge nada sobre la política o capacidad comunicativa que debieran desarrollar los países que desde ese momento se unieron para promover,

mediante el establecimiento de un mercado común y la progresiva aproximación de las políticas económicas de los Estados miembros, un desarrollo armonioso de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad<sup>5</sup>. No obstante, en estos dos primeros documentos se constata esa preocupación por comunicar y compartir información, si bien, este deseo se circunscribe casi exclusivamente a un contexto económico que fue, al fin y al cabo, el seno en el que nació la Unión Europea a principios de los años 50.

El ejemplo más claro se recoge en el del artículo 46 del Tratado de la CECA que se corresponde con la primera disposición general en cuyo punto número cinco se habla de:

“Reunir las informaciones necesarias para la evaluación de las posibilidades de mejora de las condiciones de vida y de trabajo de los trabajadores en las industrias de su competencia y de los riesgos que amenacen estas condiciones de vida. La Alta Autoridad publicará los objetivos generales y los programas, después de haberlos sometido al Comité Consultivo. La Alta Autoridad podrá hacer públicos los estudios y las informaciones antes mencionadas<sup>6</sup>”.

Seis años después no parecía que las cosas hubieran cambiado mucho en este sentido y de hecho el Tratado de Constitución de la Comunidad Europea de 1957 tampoco le prestaba demasiada atención a este cometido.

En el Tratado de Constitución de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (EURATOM) de 1957, según la versión consolidada en 2012 y publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea el 26 de octubre de ese año, en sus artículos 12 y 13, se recoge también una consideración explícita sobre la importancia de la comunicación entendida más bien como un servicio de información pública que otra cosa.

---

<sup>5</sup> Tratado de Constitutivo de la Comisión Económica Europea. Artículo 2.

<sup>6</sup> Tratado de la CECA. Artículo 36

Cuando en el primero de esos artículos señalados, en el 12, alude a la concesión de licencias nucleares de uso no exclusivo de patentes, el acuerdo exige a la Comisión que “comunique todos los conocimientos necesarios para su explotación”, pero entendido desde la vocación de servicio público, o más bien relacionada con el acceso a la información para garantizar la libre competencia que en ese momento se estaba regulando.

El artículo dice:

“En las condiciones que se determinen de común acuerdo con los beneficiarios, la Comisión concederá estas licencias o sublicencias y comunicará todos los conocimientos necesarios para su explotación. Estas condiciones se referirán, en particular, al pago de una adecuada indemnización y, eventualmente, al derecho del beneficiario de conceder sublicencias a terceros, así como a la obligación de considerar los conocimientos comunicados como secretos de fabricación<sup>7</sup>”.

En ese sentido se formula también el artículo siguiente, el 13, en el que se regula todo lo referente a la salvaguarda de la confidencialidad, una condición fundamental que debían obedecer los firmantes del Tratado, hasta el punto de que si ésta se viera mermada se podría suspender la comunicación.

“La Comisión deberá comunicar a los Estados miembros, personas y empresas los conocimientos no previstos en el artículo 12 adquiridos por la Comunidad y que resulten de la ejecución de su programa de investigación o que le hayan sido comunicados con la facultad de disponer libremente de ellos. Sin embargo, la Comisión podrá subordinar la comunicación de tales conocimientos a la condición de que éstos sigan siendo confidenciales y no sean transmitidos a terceros. La Comisión no podrá comunicar los

---

<sup>7</sup> Versión consolidada del Tratado de EURATOM publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea el 26 de octubre de 2012. Artículo 12.

conocimientos adquiridos que estén sujetos a restricciones en cuanto a su uso y difusión –tales como los llamados conocimientos clasificados- a menos que garantice la observancia de tales restricciones<sup>8</sup>”.

Tuvieron que pasar casi treinta años desde el inicio de la construcción de la Unión Europea para que jurídicamente quedara reflejada la expresa preocupación de las instituciones comunitarias por la información y la comunicación. Fue el Tratado de Maastrich, firmado el 7 de febrero de 1992 en el que los Estados miembros, así como la Comisión y el Parlamento Europeo junto con el resto de instituciones comunitarias, asumieron el compromiso de velar por el derecho a la información. La disposición no aparece recogida en el articulado del Tratado sino como una declaración final, la 17, denominada Declaración al derecho de acceso a la información, que dice así:

“La Conferencia estima que la transparencia del proceso de decisión refuerza el carácter democrático de las Instituciones, así como la confianza del público en la Administración. La Conferencia recomienda, por consiguiente, que la Comisión presente al Consejo, a más tardar en 1993, un informe sobre medidas destinadas a mejorar el acceso público a la información de que disponen las Instituciones<sup>9</sup>”.

En la revisión del Tratado de Maastrich que se hizo después de haberse publicado en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas se avanzó, aunque todavía tímidamente, y se planteó la defensa del sector audiovisual pero como un valor patrimonial de cada país. De hecho, se incluye un nuevo Título en el Tratado, el décimo, denominado Cultura, en cuyo artículo 128.2 se fomenta el cuidado y la atención de estos valores.

“La acción de la Comunidad favorecerá la cooperación entre Estados miembros y, si fuere necesario, apoyará y completará la acción de estos en los

---

<sup>8</sup> Artículo 13 del Tratado de EURATOM en la versión consolidada de 2012.

<sup>9</sup> Tratado de Maastrich publicado el 29 de julio de 1992 en el Diario Oficial de las Comunidades Europea. Pg. 104.



siguientes ámbitos: la mejora del conocimiento y 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 y no comerciales; la creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual<sup>10</sup>”.

No es de extrañar que se recogiera una alusión de este tipo en esos momentos puesto que coincide en el tiempo con el auge de la Sociedad de la Información y la preocupación de la Comisión Europea por encontrar su sitio en medio de esta revolución tecnológica. Así se recoge en los documentos publicados por la institución comunitaria de finales de los años noventa que serán analizados más adelante.

En ese mismo sentido, el modificado Tratado de Maastrich reconocía el compromiso por el impulso de las redes de telecomunicaciones. Lo hace en el artículo 129 B.2

(..) “la Comunidad contribuirá al establecimiento y el desarrollo de redes transeuropeas en los sectores de las infraestructuras de transportes, de las telecomunicaciones y de la energía<sup>11</sup>”.

Sin embargo, esa preocupación por legislar sobre asuntos relacionados con las telecomunicaciones manifestada en el Tratado original se tornaría, veinte años después, en una apuesta por regular el sistema de la radiodifusión en los Estados miembros. Así se recoge en la versión consolidada del Tratado de Maastrich publicada en 2012 en la que se incluyó un nuevo protocolo, el número 29, con el que se reguló el sistema de radiodifusión pública de los países de la Unión.

El artículo dice así:

“Las Altas partes contratantes,

---

<sup>10</sup> Artículo 128 del Tratado de la Unión Europea junto con el texto completo del Tratado constitutivo de la Comisión Europea. Publicado en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas del 31 de agosto de 1992.

<sup>11</sup> Artículo 129 B del Tratado de Maastrich.

Considerando que el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación,

Han convenido en las siguientes disposiciones, que incorporarán como anexo al Tratado de la Unión Europea y al Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea:

Las disposiciones de los Tratados 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, en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia de la Unión un grado que sea contrario al interés común, debiendo tenerse en cuenta la realización de la función de dicho servicio público<sup>12</sup>”.

Cabe señalar además la inclusión de un protocolo específico, el Protocolo de Ámsterdam, incluido en el anexo al Tratado del mismo nombre (27 de octubre de 1997<sup>13</sup>), en el que se reguló el sistema de radiotelevisión pública y privada. A modo de resumen, en él se venía a decir que ese sistema era un rasgo distintivo del paisaje audiovisual europeo con lo cual, cada Estado miembro, así como las fuerzas del mercado, debían ser quienes determinaran la importancia respectiva del sector público y del sector privado en cada país. Sin embargo, debían aplicarse ciertos principios básicos, traducidos en un conjunto de criterios concretos, para determinar el sistema de financiación del servicio público de radiodifusión.

---

<sup>12</sup> Protocolo número 29 de la versión consolidada del Tratado de la Unión Europea y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea el 26 de octubre de 2012.

<sup>13</sup> El Tratado de Ámsterdam se puede consultar en <http://eurlex.europa.eu/es/treaties/dat/11997D/htm/11997D.html#ld>

Dichos principios básicos se fundamentan en la voluntad de los Estados miembros, expresada en el Protocolo, de subrayar que el papel de servicio público de radiodifusión estaba directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo en los medios. Además, el texto insistía en que corresponde a cada Estado miembro definir y organizar su sistema de radiodifusión y procurar la financiación necesaria.

Proporcionalidad y transparencia eran dos principios esenciales que debían aplicarse al establecer un sistema de financiación. El primero implicaba que los fondos públicos se utilizarían exclusivamente para actividades de servicio público y no deberían superar lo necesario para satisfacer este fin. Esto quiere decir que las actividades de servicio público debían por tanto financiarse principalmente con fondos públicos.

El segundo criterio implicaba que los Estados miembros debían definir de forma clara la misión de servicio público que confiaban a sus operadores, de forma que se garantizase la transparencia financiera y que cuando operadores del sector público se dedicaran a actividades puramente comerciales, se llevara una contabilidad separada.

En definitiva, y tal y como se recogía en el Tratado de Amsterdam, estos principios y criterios debían servir de base para el futuro del servicio público de radio y televisión, asegurando el respeto de los principios de libre mercado y de competencia para que las empresas de radiotelevisión privadas pudieran desarrollar también sus actividades. De hecho, así fueron ratificados con posterioridad en el Tratado de Lisboa firmado diez años después, el 13 de diciembre de 2007 que entró en vigor el 1 de enero de 2009.

Tampoco en este último documento se llegó a introducir artículo alguno que detallara explícitamente la política comunicativa de la Unión Europea pero, como explicó la que fuera la primera vicepresidenta de la Comisión Barroso y responsable directa de las políticas de comunicación, Margot Wallström, la propia filosofía del Tratado y el articulado que le daba forma incluían un principio importante para esta labor que era

el de la colaboración interinstitucional y entre Estados miembros en materias importantes.

La propia Wallström reconoce, en una entrevista a EuroActiv<sup>14</sup>, que se llegó tarde a la incorporación de esta idea en la redacción del articulado pero, a su juicio, la entrada en vigor del Tratado de Lisboa suponía por sí mismo un paso adelante en el asentamiento de las bases de una verdadera política de comunicación a nivel comunitario.

“Creo que con el nuevo articulado del Tratado de Lisboa será más difícil que no firmemos acuerdos interinstitucionales. Se dice expresamente que hay que cooperar (...). Se considera que está pasado de moda escribir en el nuevo tratado algo así como que ‘la comunicación es una herramienta para la democracia’ y eso es un fallo, pero nosotros llegamos demasiado tarde para cambiarlo<sup>15</sup>”

En el fondo y como conclusión, el problema seguía siendo la ausencia de una base jurídica que permitiera a una determinada institución comunitaria llevar a cabo acciones de información y comunicación en nombre del conjunto de la UE ya que ni los tratados ni el legislador europeo (Consejo y Parlamento) lo habían previsto<sup>16</sup>, a diferencia por ejemplo del derecho de acceso a los documentos. Bien es verdad que tampoco es algo común a nivel institucional y, de hecho, la política de comunicación está ligada a la gestión personal de quienes lideran las instituciones.

No obstante, la Comisión considera que su labor de comunicador en nombre de la Unión Europea a través de su amplia panoplia de medios (Oficinas de representación,

---

<sup>14</sup> “Wallstrom: Legal basis necessary to communicate”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

<sup>15</sup> Traducción de la autora de entrevista a Margot Wallstrom publicada por EurActiv el 9 de septiembre de 2009 titulada “Wallstrom: Legal basis necessary to communicate”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

<sup>16</sup> JIMÉNEZ FRAILE, Ramón. “La Unión Europea ante el desafío de recuperar la confianza de sus ciudadanos”. Publicado en la revista *Pliegos de Yuste*. 2008.

actividades PRINCE<sup>17</sup>, redes, página web, publicaciones, facilidades audiovisuales, campañas sectoriales, etc.) forma parte de las prerrogativas de la institución.

## 1.2. De la Oficina de Prensa e Información a la DG COMM

Al margen de que se recogiera o no explícitamente en textos de los Tratados constitucionales de la UE, lo cierto es que desde los mismos orígenes de la Unión Europea ha existido siempre una cierta preocupación por las políticas de comunicación e información, si bien es verdad, que con un carácter bastante desigual, dependiendo del momento al que se refiera.

En la Declaración Schuman de 1950<sup>18</sup> se reconocía la necesidad de contar con los medios de comunicación para informar a la opinión pública de las decisiones de la Comunidad que se estaba creando y de la misma forma, Monnet también tenía claro que la confianza de los ciudadanos era imprescindible, pues equivalía a apoyo y legitimidad social. Sin embargo, inicialmente no fue una prioridad.

La Alta Autoridad de la CECA (lo que hoy es la Comisión Europea), que se constituyó el 10 de agosto de 1952, obligó a tomar conciencia del importante papel que la información podía desempeñar tanto en el desarrollo de la Comunidad como de la idea europea, fuera de ella. Así lo explica el miembro del Servicio de Documentación de la Comisión Europea, Sven Carnel en su informe titulado *Orígenes y desarrollo de servicios a cargo de las Políticas de Información y comunicación de las Comunidades Europeas (1952-2006)*<sup>19</sup> publicado por su departamento.

---

<sup>17</sup> PRINCE (Programa de Información para el Ciudadano Europeo) es un programa de información que pretende difundir y sensibilizar a los ciudadanos respecto a los logros y retos de la construcción europea.

<sup>18</sup> [http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/europe-day/schuman-declaration/index\\_es.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/europe-day/schuman-declaration/index_es.htm)

<sup>19</sup> CARNEL, S. *Orígenes et développement des services en charge de la politique d'information et de communication des communautés européennes (1952-2006)*. Publicado por el Servicio de Documentación de la Comisión Europea.

Según Carnel, el primer Ejecutivo comunitario estuvo formado por doce departamentos y en ninguno de ellos se incluyeron competencias sobre información y comunicación como tal, de hecho, colgaban directamente de las responsabilidades del presidente. Sin embargo, no se tardó mucho en incluir esta materia dentro de las tareas de las instituciones comunitarias y así fue como tres años después, en 1955, se creó el primer departamento de Prensa e Información dirigido por Jacques René-Rabier, conocido como el padre del Eurobarómetro. Paralelamente se habían abierto las tres primeras oficinas de representación de la CECA en Berlín, París y Roma en las que se realizaban también labores de información y comunicación. Esta red de oficinas se fue ampliando progresivamente a lo largo de la siguiente década no solo entre las capitales europeas sino incluso fuera de sus propias fronteras. Sin ir más lejos, las instituciones europeas contaron con una representación en Montreal, en Nueva York o en Caracas durante los años sesenta.

A pesar de que existiera esa oficina de Prensa e Información y después de que se hubiera firmado el Tratado de Roma en 1957 fundando la Comisión Económica Europea (CEE) y la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom), las tres instituciones comunitarias (se suma la que entonces se llamaba Asamblea parlamentaria que es el actual Parlamento Europeo) consideraron que había que realizar una labor comunicativa conjunta. El primero en proponerlo fue el comisario Hans von der Groeben que en enero de 1958 abogó por disponer de un servicio común en el campo de información que cumpliera con dos tareas: En primer lugar, que se distribuyeran de forma equilibrada frente a la opinión pública las soluciones aportadas por los Tratados; y, en segundo lugar, informar a la Comisión cada día del contenido de los periódicos<sup>20</sup>. En ese mismo momento se propuso además que la CEE tuviera un Portavoz y se abrieron los primeros debates acerca de la prestación de servicios comunes respecto a información y comunicación por parte de las distintas instituciones comunitarias. Y así fue como, de los tres primeros servicios comunes que

---

<sup>20</sup> Ibidem.

crearon las instituciones europeas en 1958, uno de ellos fue el servicio de prensa e información. Los otros dos fueron el servicio jurídico y el estadístico.

La puesta en funcionamiento de ese servicio de información no fue una tarea sencilla porque la organización se ajustó igual para todos y además cada estructura organizativa quería tener su propia voz. Finalmente, y casi dos años después, los presidentes de las tres instituciones se pusieron de acuerdo para fijar las normas de gestión y organización de los tres servicios comunes y, en particular, la organización de un Servicio de Información y Prensa conjunta que recogiera un plan de actividades. El control de este Servicio dependería del consejo de administración formado por las tres instituciones mientras que cada servicio de portavoz se encargaría, bajo la responsabilidad de su presidente, de los contactos con la prensa.

Diez años después, el comisario europeo de Programación Financiera y Presupuestos, el belga Albert Coppé, unificó los servicios que había y creó la Dirección General de Prensa e Información cuyo máximo representante fue Karl-Heinz Narjes, mientras que el portavoz de la Comisión de la CEE, Beniamino Olivi, fue nombrado jefe del portavoz del nuevo servicio. El presidente de la CECA era Jean Rey.

A finales de los 60 y principios de los 70, la política de comunicación europea experimentó el primer gran cambio tanto en la forma como en el objetivo, empezando a buscar, sobre todo y como principal valor, las audiencias públicas. Por un lado, este hecho condujo a una modificación interna en la estructura de la dirección general, y por otro, supuso la ampliación de tareas entre las que se incluyó la de empezar a proveer de información a los periodistas en Bruselas, aunque de ningún modo se consideraba aún la posibilidad de adoptar una estrategia global de comunicación institucional europea<sup>21</sup>. En ese momento, las instituciones comunitarias invitaron a todos los servicios de los que disponían y a los gobiernos que conformaban entonces la CEE a volcarse y trabajar juntos en aras de mejorar la información pública sobre la

---

<sup>21</sup> PÉREZ GARCÍA, Guadalupe. “El Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación, Diálogo social y descentralización en el caso español”. Revista *Historia y Comunicación Social* 2008. Pg.87

construcción europea. Los primeros años de la década de los 70 se esmeraron en hacer una política informativa de vis a vis entre el público en general y las instituciones comunitarias, el objetivo era acercarse al ciudadano y conocer su opinión y para ello se empezaron a utilizar las encuestas como herramienta en las que basar la construcción de esa nueva política comunicativa. Además, los miembros del Parlamento Europeo empezaron a hacer visitas a los distintos países de la Comunidad con ese mismo objetivo.

Estas dos apuestas se mantendrán prácticamente a lo largo de toda la historia de la política de comunicación europea como pilares básicos, si bien es cierto que con una insistencia desigual, dependiendo del periodo del que se trate. Así, por ejemplo, en la década de los noventa la Comisión lo reducirá a un segundo nivel, sin olvidarlo del todo, pero dedicando la gran mayoría de sus esfuerzos a la búsqueda de su papel ante la evolución de la Sociedad de la Información. No sería hasta iniciada la década del 2000 cuando el departamento que dirigiera Margot Wallström recuperara el acercamiento a los ciudadanos y la insistencia de colaborar entre estados e instituciones como pilares básicos de su política de comunicación.

Con la primera ampliación de la Comunidad Europea (Gran Bretaña, Irlanda y Dinamarca se convirtieron en socios de las Comunidades Europeas el 1 de enero de 1973), las instituciones comunitarias centraron su política informativa en acercarse a los ciudadanos de los países candidatos y, coincidiendo con la renovación en la cúpula de la Dirección General – el irlandés Sean G. Ronan sustituyó a Jacques-René Rabier- se produjo también un cambio en la denominación del departamento encargado de las políticas comunicativas que se bautizó como Dirección General de Información. Esto se tradujo, entre otras cosas, en el estrechamiento de los lazos con otras direcciones generales para hacer una política comunicativa más sectorial.

Dos acontecimientos contribuyeron además a generar una cierta apertura hacia el ciudadano durante la década de los setenta: en primer lugar, la creación del Consejo



Europeo en 1974 y las elecciones directas al Parlamento Europeo en 1979<sup>22</sup>. Además, la crisis económica y del petróleo marcó también los años siguientes y esto afectó igualmente a la labor informativa que, por sugerencia del Parlamento Europeo, se centró en mantener la cercanía al ciudadano en colaboración con otras organizaciones y se buscó adaptar el mensaje a las peculiaridades de cada Estado miembro.

Ahí fue cuando, como explica Cernel, nació la apuesta por lo regional a partir de la adaptación del mensaje a las audiencias nacionales y el desarrollo de la información regional. Esta apuesta vino acompañada de la creación de instrumentos financieros comunitarios, principalmente el Fondo Regional de los Fondos Sociales, o el FEOGA, y a ello se sumó la apertura de recursos para que la oficina de prensa y de información pudiera desarrollar otras actividades como exposiciones, seminarios, etc. Además, las instituciones empezaron a volcarse, también desde el punto de vista informativo, a partir de 1976, en las primeras elecciones al Parlamento Europeo que se celebrarían en 1979 con el objetivo de llegar a los 180 millones de electores que había entonces. Este hecho dio lugar al fortalecimiento de la colaboración entre la Dirección General y el Servicio de Prensa del Parlamento ofreciendo una buena oportunidad para que los servicios de información de la Comisión y el Parlamento aunaran esfuerzos y establecieran procedimientos comunes de consulta.

En 1977, bajo la presidencia del británico Roy Jenkins, se unificó en una misma persona la tarea de director general de información y la de portavoz, y el cargo fue ocupado inicialmente por Renato Jenkins Ruggier y después por Enzo Perlot (le sustituyó un año después). Sin embargo, poco a poco se fue viendo que la doble tarea no terminaba de cuajar y cuando llegó al poder Jacques Delors, en 1985, volvió a separar los dos cargos.

Las Comunidades continuaban entonces con su política de descentralización, apostando por la regionalización y ampliando incluso su presencia en terceros países a partir del asentamiento de nuevas Representaciones. De hecho, las instituciones

---

<sup>22</sup> Ibidem

comunitarias entraron en la década de los ochenta con una red de oficinas que les permitieron estar presentes en Bangkok, Nueva York, Hong Kong o Nueva Delhi.

A esa política expansiva había que sumar la búsqueda de nuevas iniciativas para seguir acercándose al ciudadano puesto que las encuestas del momento se mantenían tozudas en seguir dibujando una brecha entre instituciones y población europea. Entre los aspectos más destacados de esta década de los ochenta llama la atención por ejemplo, la apuesta del Gobierno comunitario por el deporte como medio para acercarse a los europeos desde el convencimiento de que así se podía aumentar la conciencia de la idea de Europa. En otras palabras, como explica Cornel, la Comisión entendió que “el deporte se podía utilizar como un medio de comunicación entre las personas”. No hay constancia sobre si fue o no una buena política de comunicación, pero de cualquier forma el deporte, ligado sobre todo a la juventud, pasó a formar parte de las preocupaciones de los sucesivos gobiernos comunitarios.

Como ya se ha dicho, a partir de 1985 y con la llegada de Jacques Delors al Ejecutivo comunitario se produjeron de nuevo algunos cambios en la estructura de los departamentos volcados en la política de comunicación. El presidente francés deshizo la unión entre el director general de información y el portavoz y creó el Servicio del Portavoz, que pasó a depender directamente de la presidencia. Por otro lado, renombró a la dirección general que pasó a llamarse Dirección General de Información, Comunicación y Cultura (DG X). Además, reorganizó la política de descentralización y buscó recuperar el foco de atención sobre el ciudadano nacional. Esto le llevó a cerrar las oficinas que su antecesor había abierto en los países terceros llevando a cabo una redistribución de los recursos en favor de las actividades de información en los Estados miembros.

Dos años después, en 1987, esa misma Comisión puso en marcha lo que se denominó el Programa Prioritario de la Información (PIP), que organizaba anualmente las principales acciones comunicativas y apoyaba a la DG X en su función de supervisión de las actividades informativas que llevaban a cabo otras direcciones generales.

El PIP era un documento anual que tenía por objeto mejorar la programación, la coherencia y la concepción de todas las actividades informativas de la Comisión. Sus fines eran promover y reforzar el apoyo popular a la integración europea, fortalecer los sentimientos de ciudadanía y solidaridad europeas y promover y reforzar el papel dirigente de la Comunidad en la escena internacional. La razón del PIP residía en que no toda la actividad informativa de la Comisión se encontraba en los dos encargados de esta materia, la Dirección General X y el Grupo del Portavoz, sino que existían numerosos organismos diseminados en las distintas comisarías<sup>23</sup>.

En el PIP se abordaban asuntos como las principales preocupaciones de las opiniones públicas de los países miembros acerca de la acción comunitaria, las prioridades políticas de la Comunidad y su traducción en términos de comunicación, las acciones particulares de los servicios de la Comisión y los ejes sobre los que debía concentrarse la coordinación de esta política. No obstante, este intento se quedó muy corto para los requerimientos de la Comunidad, como la propia Comisión reconocería más adelante en el denominado Informe Pinheiro<sup>24</sup>.

Las campañas dirigidas al gran público en este período se centraron especialmente en los estados periféricos, como España, Dinamarca, Grecia o Reino Unido, por ser estos países los identificados por la Comisión como los menos proclives a la integración europea. Para llegar al gran público, la CEE permitió un mayor acceso a las publicaciones oficiales, participó en eventos como la Expo 92 de Sevilla y patrocinó acontecimientos deportivos. No obstante, la escasez de recursos con los que contaba la Comisión en esa etapa para la información contrastaba con este ambicioso objetivo comunicativo antes mencionado. Los principales medios utilizados entonces eran el servicio del portavoz de prensa, el programa MEDIA destinado al sector audiovisual,

---

<sup>23</sup> MARTÍN SEGOVIA, Eduardo. *La campaña del euro (1996-2002): La Unión monetaria europea como objeto de comunicación política y opinión pública*. Tesis doctoral ISBN: 84-669-2208-3. Madrid, 2003. Pg. 217. Se puede consultar en <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26791.pdf>

<sup>24</sup> Es un informe encargado por la propia Comisión al miembro de su Ejecutivo, el comisario portugués Joao de Deus Pinheiro en el que analiza las causas del fracaso en la política de comunicación y propone, entre otras cosas, incluir estas tareas en la acción política del Gobierno comunitario.

las publicaciones y estadísticas y las acciones destinadas a la juventud y la universidad.

Este período se caracterizó también por la toma en consideración de medidas para promover el desarrollo de la industria audiovisual y, de hecho, durante la década de los ochenta los profesionales del sector audiovisual europeo fueron consultados sobre la necesidad de llevar a cabo una acción comunitaria en esta materia. Como su opinión fue positiva, la Comisión Europea puso en marcha el programa MEDIA, iniciado y coordinado por la DG X. Además, y sin salirse del ámbito audiovisual, el Consejo adoptó en 1989 un marco regulador de la televisión de alta definición y Televisión sin Fronteras.

Sin embargo, la mayor reorganización de estos departamentos tendría lugar un par de años después, cuando en 1991 Delors decidió organizar de nuevo la DG X y creó la Dirección General de Información Audiovisual, Comunicación y Cultura. Era tal el calado de la materia que había que tratar que se decidió fragmentar en departamentos estancos que se encargaron de repartirse todas estas tareas. “No se trata de la enésima operación de reforma en estado puro”, les dijo Colette Flesch<sup>25</sup> en una nota al personal trabajador, sino que formaba parte de un paquete de reformas presentado por el Ejecutivo en 1989 en el que, entre otras consideraciones, se descentralizaban los sistemas de información y comunicación dando a cada dirección general (DG) la responsabilidad para llevar a cabo sus propias actividades de información acerca de su jurisdicción. Sin duda, este hecho supuso un paso importante en la política de descentralización que había iniciado el presidente francés y que buscaba, de alguna forma, implicar al mayor número posible de departamentos en la difícil tarea de informar al ciudadano sobre lo que se estaba haciendo en Europa.

Esta reorganización se paralizó poco tiempo después tras haberse constatado el rechazo a la aplicación del Tratado de Maastrich en parte de la ciudadanía europea.

---

<sup>25</sup> Colette Flesch fue Director General de la DG X desde 1990 a 1997. La carta a la que se refiere la nota se cita en el informe de Carnel.

Por este motivo se elaboraron varios informes en el seno de las instituciones europeas con el ánimo de rediseñar las bases de una nueva estrategia de comunicación. El Parlamento Europeo fue el primero en tomar cartas en el asunto al encargar en febrero de 1992 al Comité de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación un informe sobre la política informativa de la CE. Este informe fue presentado ante la Eurocámara en septiembre de 1993 por el parlamentario holandés Arie Oostlander, de ahí que sea conocido como *Informe Oostlander*<sup>26</sup>. Los otros dos textos relevantes en este análisis son el informe encargado por la Comisión a un grupo de expertos, conocido como *Informe De Clercq*<sup>27</sup>, de marzo de 1993, y el elaborado por el propio comisario responsable de esta política, el *Informe Pinheiro*, adoptado en junio de 1993.

El *Informe De Clercq* se debatió en el seno del Consejo Europeo y al concluir el debate, el presidente Jacques Delors reconoció que la política de comunicación de la Comisión Europea que se estaba aplicando entonces no estaba resultando satisfactoria y decidió asumir algunas modificaciones. Tomando como referencia tanto el *Informe De Clercq* como el *Informe Oostlander* para la nueva estrategia de comunicación durante toda la década de los noventa, se creó un comité de dirección y un grupo de trabajo que analizara las razones del fracaso y se planteó incluso una nueva definición del papel de la Dirección General de Información Audiovisual, Comunicación y Cultura. La Comisión estaba convencida de que había que reforzar la labor conjunta.

En septiembre de 1995, las direcciones generales de Información de la Comisión Europea y del Parlamento establecieron un primer informe conjunto sobre la cooperación en el ámbito de la información para los cinco siguientes años. En él se describieron las acciones que deberían desarrollar en estrecha cooperación tanto a nivel central en las oficinas como en las Representaciones.

---

<sup>26</sup> Parlamento Europeo, Debate sobre “Oostlander A. Política Informativa de la Comunidad” de 16 septiembre 1993, nº 3-434/241.

<sup>27</sup> Informe sobre la información y la comunicación europeas presentado a la Comisión, Grupo De Clercq, 31.03.1993.

Esta estrecha colaboración se materializó en 1998 a través de la adopción por parte del Parlamento Europeo de una resolución sobre la política de información y comunicación europea (*informe Pex*<sup>28</sup>) que fomentaba el desarrollo y la cooperación entre las dos instituciones en ese campo. El documento proporcionó el fortalecimiento de las acciones de prestación de servicios comunes y entre ellos se incluyó el programa PRINCE que se centró inicialmente en abordar tres prioridades bautizadas bajo los epígrafes: "Primer Ciudadano", "Construyamos Europa juntos" y "Euro". A estos tres grandes proyectos se sumaron después otros planes como el debate sobre el futuro de Europa o la campaña de ampliación de nuevos miembros.

Aunque estos grandes temas siguieron componiendo gran parte del discurso comunicativo durante los años siguientes, el departamento encargado de ello volvió a reorganizarse con la llegada de Romano Prodi, en 1999, a la Comisión Europea. Por un lado, creó el Servicio de Prensa y Comunicación (SPC) responsable de las relaciones con los medios, con las Representaciones en los Estados miembros y otros temas relacionados con esta materia, y por otro lado, integró la DG X en la Dirección General de Educación, Formación y Juventud (DG XXII) dando origen a la Dirección General de Educación, Audiovisual y Cultura (EAC). Desde ese momento, la EAC fue la responsable de la política de información vis a vis con el público en general.

El SPC resultó de la fusión entre el departamento del Portavoz y las secciones de la DG X y esto provocó también un cambio en sus competencias. Se encargó de las redes de información y los productos audiovisuales; de llevar a cabo estudios para mejorar la capacidad comunicativa de la UE y sobre todo el acercamiento al ciudadano, y finalmente, de las relaciones con las Representaciones de los estados miembros. El propósito declarado de esta reestructuración fue que la Comisión hablara con una sola voz, a través del portavoz -que volvió a colocarse bajo la autoridad del presidente- y al que se le consideró responsable de la política de información y comunicación. Sobre la mesa se mantenía la idea de fortalecer la cooperación entre el Parlamento y la

---

<sup>28</sup> Informe sobre la política de información y comunicación en la Unión Europea por Peter Pex. Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación (A4-0115/98), 05.05.1998.

Comisión y para ello firmaron un acuerdo marco sobre las relaciones entre ambas instituciones mediante el cual se comprometieron a crear un grupo de trabajo interinstitucional sobre información y comunicación, el IGC (por sus iniciales en inglés).

Sin embargo, esta reorganización no se llegó a consolidar como tal y sufrió alguna modificación porque la que es hoy comisaria de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía, y en aquel momento era comisaria de Educación, Cultura, Juventud y Deportes, Viviane Reding, decidió incorporar a las tareas del SPC todo lo que tenía que ver con el contacto con los ciudadanos desviando el presupuesto correspondiente para esta tarea y así, de esta forma, con sus nuevos poderes, el Servicio de Prensa y Comunicación se convirtió en la Dirección General de Prensa y Comunicación, bajo la autoridad del presidente de la Comisión. Este hecho coincidió con el momento en el que se empezó a hablar de que Europa estaba muy alejada de los ciudadanos y comunicaba mal y además se produjo la famosa crisis de la Comisión a raíz del escándalo de corrupción protagonizado por la comisaria Edith Cresson a la que habían acusado de corrupción<sup>29</sup>.

Como consecuencia de todo ello y coincidiendo con el cambio en la presidencia de la Comisión, que había pasado a manos de Romano Prodi, se decidió dar más importancia a la comunicación y se encargó un análisis para saber cómo hacerlo al comisario portugués Antonio Vitorino, responsable de buscar una nueva estrategia que fuera más ambiciosa en el futuro y que hiciera de la información y la comunicación una prioridad incluso política, evitando que fueran consideradas únicamente como una especie de apéndice o restricción suplementaria del funcionamiento de la Unión

---

<sup>29</sup> Uno de los escándalos más sonados en la Comisión Europea fue el que protagonizó la ex comisaria de Investigación y ex primera ministra francesa Edith Cresson, que culminó con la dimisión colectiva del Ejecutivo presidido por Jacques Santer en marzo de 1999. Cresson mantuvo un contrato laboral con un cirujano cercano por más tiempo del que establecía la normativa, lo que provocó que un miembro de la Eurocámara interpusiese una denuncia. Colectivamente acusada de mala gestión, la Comisión dimitió en bloque. En 2006, la propia Corte de Luxemburgo declaró que la mandataria francesa había infringido sus obligaciones como comisaria europea.  
([http://www.dirigentesdigital.com/articulo/mercado\\_global/209669/cresso](http://www.dirigentesdigital.com/articulo/mercado_global/209669/cresso) )

Europea, o que acabara siendo, como parecía, un mecanismo más de marketing que de otra cosa.

Esto supuso que por primera vez la política de información y comunicación se empezara a considerar un elemento fundamental de la gobernanza<sup>30</sup> europea, con la consecuente aplicación del diálogo social, la comunicación y el debate público como herramienta articulada a todos los niveles de gobierno, de acuerdo a los principios de proporcionalidad y subsidiariedad. La Comisión Prodi presentó algunas Comunicaciones<sup>31</sup> adoptando esos principios de descentralización, diálogo social y partenariado a diferentes niveles. De ellas destaca especialmente la estrategia de comunicación de Vitorino, de 2002, que no llegó a desarrollarse del todo, de tal forma que hubo que esperar hasta la llegada de José Manuel Durao Barroso a la Comisión Europea (finales de 2004) cuando, por mandato del Consejo celebrado en noviembre de 2004, se materializó el desarrollo de esa nueva estrategia de comunicación. Barroso se lo encomendó a la vicepresidenta de la Comisión y comisaria responsable de Comunicación, Margot Wallström, que lo primero que hizo fue diseñar un plan de acción para mejorar la comunicación sobre Europa<sup>32</sup> y, unos meses después, puso en marcha también su *Plan D de democracia, diálogo y debate*<sup>33</sup>, cuyo objetivo fue fomentar el debate sobre el futuro de la Unión Europea y escuchar a los ciudadanos.

El segundo paso de la nueva estrategia se puso en marcha en 2006, con el *Libro Blanco sobre la Política de Comunicación Europea*<sup>34</sup> cuyo principal objetivo fue organizar una amplia consulta con los ciudadanos para mejorar la comunicación y estimular el debate público en Europa. Y por último, también en 2006, para reflejar mejor la nueva estrategia de la Comisión, la Dirección General de Prensa y

---

<sup>30</sup> PÉREZ GARGÍA, G. Pg. 88

<sup>31</sup> COM (2001) 354 final y COM (2002) 350 final/2.

<sup>32</sup> Véase SEC (2005) 985 final, Comunicación de la Comisión, de 20 de julio de 2005 *Plan de Acción de la Comisión sobre la mejora de la comunicación sobre Europa*

<sup>33</sup> COM (2005) 494 final, Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité, Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones – *Contribución de la Comisión al período de reflexión y más allá: Plan D de Democracia, Diálogo y Debate*. 2005.

<sup>34</sup> COM (2006) 35 final



Comunicación (PRESS) fue rebautizada como Dirección General de Comunicación (DG COMM) que es lo que funciona actualmente.

No obstante, y a pesar de la evolución que se ha repasado en este apartado del departamento encargado de la política de información y comunicación, lo cierto es que el escepticismo europeo no ha menguado con el tiempo. Las instituciones comunitarias persisten en su empeño de acercarse a un ciudadano al que le sigue costando identificarse con las políticas europeas y que, en un contexto de crisis tan fuerte como el que se está viviendo desde finales de la primera década del Siglo XXI, las preocupaciones de los ciudadanos no caminan precisamente de la mano de las aspiraciones de la Unión Europea, a pesar de que los discursos de los máximos representantes de las instituciones estén tintados de búsqueda de la recuperación económica y de defensa de la ciudadanía.

Las opiniones que los ciudadanos tienen sobre Europa estaban más relacionadas con conceptos como recesión o rescate económico que con ciudadanía o derechos y libertades. Y lo que es más grave, han perdido la confianza en la UE como institución.

Tomando como referencia los datos del Eurobarómetro de octubre de 2013<sup>35</sup>, el incremento del euroescepticismo durante la crisis ha sido espectacular. Según esa encuesta, entre 2007 y 2012 el porcentaje de ciudadanos que aseguran no reconocer a la Unión Europea como una institución se ha triplicado en algunos casos. En España, por ejemplo, se ha pasado del 23% en 2007 al 72% en 2012; en Reino Unido, del 49 al 69%; en Alemania, del 36 al 59%; en Francia, del 41 al 56%; en Italia, del 28 al 53%, o en Polonia, del 18 al 42%. Este descrédito incide de una forma muy negativa en la forma de hacer política comunicativa desde las instituciones europeas.

---

<sup>35</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion](http://ec.europa.eu/public_opinion)

### 1.3 El actual servicio de comunicación de la Comisión Europea

La actual política de comunicación de la Comisión Europea se centraliza en la Dirección General de Comunicación (DG COMM). Este departamento apoya al Servicio del Portavoz y a las diferentes unidades de información y comunicación, y además coordina a las Representaciones de la Comisión en los Estados miembros, se encarga de la página web, de las redes sociales y de toda la parte estratégica de comunicación.

Técnicamente, el proceso comienza a partir de la toma de las decisiones políticas que se adoptan en el Colegio de Comisarios que se reúne cada miércoles bajo la coordinación de la secretaria general. El principal objetivo es asegurarse de que hay coordinación en los mensajes que envían los distintos comisarios y de que existe unidad en la información que se va a dar sobre determinados asuntos. Para ello, cada comisario dispone de un portavoz que no depende directamente del Servicio de Portavoz y que está ligado a la Dirección General de Comunicación (DG COMM). De esta forma, el portavoz del comisario tiene acceso a toda la información e incluso está presente en algunas reuniones del Colegio de Comisarios. El equipo se completa con otra figura, la del portavoz jefe, que es quien tiene toda la información.

Siendo Romano Prodi presidente de la Comisión Europea se prohibió que los portavoces de los comisarios pudieran tener la misma nacionalidad que ellos y esto supuso una novedad importante en el panorama comunicativo. El responsable de comunicación de la Comisión Europea en Barcelona, Ferrand Tarradellas, recuerda esta decisión como “un cambio brutal, porque hasta entonces estaban dentro del equipo del comisario y se encargaban prácticamente de promocionar su agenda en su país de origen<sup>36</sup>”. El giro que representó esta decisión fue de 180 grados por varios

---

<sup>36</sup> Entrevista telefónica de la autora a Ferrand Tarradellas, 11 de julio de 2013.

motivos. Primero, porque los portavoces y los comisarios, al no proceder del mismo país, ya no pertenecían exactamente al mismo partido; y en segundo lugar, porque este hecho supuso un refuerzo del control sobre el Servicio del Portavoz que hasta ese momento había sido incapaz de reducir el riesgo de escape y ausencia de coordinación en los mensajes que procedían del Colegio de Comisarios.

El gran ‘supercontrol’ sobre el Servicio del Portavoz se produjo en la segunda Comisión presidida por José Manuel Durao Barroso, cuando se nombró como jefe del servicio de portavoces al que fuera su jefe de Gabinete, Johannes Liten Berger. Entre las primeras decisiones que adoptó se incluyó la creación de una gran unidad de trabajo al servicio del presidente que se encargaba de coordinar la labor de los portavoces con el objetivo de unificar el mensaje que se iba a comunicar.

Berger nombró además un jefe de servicio dentro del Servicio de Portavoz que, unido a la figura del portavoz jefe y bajo su responsabilidad, reforzó el departamento en el que había otros cuatro jefes de unidad que se encargaban de coordinar a los portavoces, que hasta ese momento iban por libre. Para Tarradellas, este fue el quid de la cuestión.

“El Servicio de Portavoz se convirtió realmente en el núcleo duro de la comunicación de la Comisión y la DG COMM pasó a ser un gran secretariado de apoyo del Servicio de Portavoz. Con todo esto se ha conseguido una unidad de mensaje y que el material de comunicación disponible para las Representaciones y los portavoces esté mucho más seguro<sup>37</sup>”

---

<sup>37</sup> Ibidem.

A su vez, el servicio de portavoz está organizado en distintas unidades, cada una de ellas dirigidas por un jefe de unidad, que realizan una labor más técnica y temática y que se coordinan con el Gabinete del presidente.

Finalmente, la estructura comunicativa de la Comisión Europea se completa con las unidades de comunicación e información que existen en cada dirección general y que sirven, por un lado, de apoyo al portavoz y, por otro, se encargan de preparar todo el material necesario para reforzar la información sobre determinados asuntos, redactan las informaciones para la web, etc. Estos trabajadores no están ligados a la DG COMM sino que dependen directamente del director general de cada departamento.

En lo que se refiere al funcionamiento diario de todos los actores que participan en el proceso, cabe destacar que es bastante similar al del resto de las instituciones y gabinetes de comunicación tal y como se describe en un vídeo promocional elaborado por la propia Comisión y colgado en el canal de televisión de internet Youtube<sup>38</sup>. La actividad arranca cada mañana con la recopilación de los recortes de prensa de cada país por parte de las Representaciones que son las que envían después ese material a Bruselas de tal forma que a las ocho de la mañana los portavoces y el servicio de prensa tienen acceso ya a la información de todos los países de la Unión Europea.

Con este material, los portavoces realizan el primer acercamiento a los asuntos que podrían centrar la actualidad del día y sobre los que podrían tener que pronunciarse en las comparecencias de prensa. Dos horas después, a las diez de la mañana, celebran una reunión en la que participan todos los portavoces y, por videoconferencia, los responsables de las Representación de la UE. El encuentro sirve, entre otras cosas, para que los portavoces decidan los asuntos sobre los que van a hablar en la rueda de prensa diaria que se celebra desde la sede de la Comisión a las doce de la mañana y

---

<sup>38</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=zkvbxMCt4Ms>

que se emite en directo a través de su página web. De esta forma, la Comisión aplica un ejercicio de transparencia y acercamiento a todos los medios de comunicación, no solo a los que tienen corresponsales en Bruselas.

Por último, y en lo que se refiere a la organización interna del proceso de comunicación, la DG COMM celebra otro tipo de reuniones esporádicas que sirven para planificar la estrategia de las siguientes semanas e incluso meses. El fruto de esos encuentros es lo que se denomina “Agenda Setting”, una especie de documento interno que incluye los temas que se van a aprobar en los Consejos Europeos, en los consejos de Ministros, otras proposiciones legislativas, etc, y que tienen que ser consideradas también por el Colegio de Comisarios.

Junto a este texto, la DG COMM elabora otro documento clave en su política de comunicación que se denomina LTT (line to take). Es un texto elaborado por la autoridad competente sobre un determinado asunto y que se hace circular a todos los niveles de la Comisión. En él se recogen las líneas argumentales en torno a las que se tienen que pronunciar sobre un determinado asunto y que se conoce también en las Representaciones de los Estados miembros de tal forma que, ante una pregunta sobre ese asunto en cualquier punto de la Unión, la respuesta debería ser la misma. Esta acción complementa con la elaboración de planes específicos sobre grandes asuntos sobre los que los responsables consideren que se hacía necesario reforzar la comunicación.

Tarradellas tiene claro que fue con el presidente José Manuel Durao Barroso con el que se impulsó de una manera más directa la comunicación europea incluyéndola en las tareas de acción política de las instituciones comunitarias. Sin embargo, los resultados no son todavía satisfactorios. A día de hoy, el problema sigue siendo el mensaje y las dificultades para acceder a la información porque, aunque la propuesta

de la comisaria sueca Margot Wallström de acercarse al ciudadano a través de conferencias, debates y acciones de ese tipo podría parecer acertada, la realidad deja constancia de que el contenido de los mensajes sigue quedando demasiado lejos del centro en el que se tomaban las decisiones, es decir, del Colegio de Comisarios.

Bajo el mandato de Wallström, las grandes líneas políticas siguen sin tener reflejo en la acción comunicativa que por entonces solo se centraba en hablar de Europa, organizar diálogos, discusiones, etc. Pero no se había aplicado todavía una preocupación por facilitar el acceso a la información desde el lugar en el que se tomaban las decisiones. Este hecho se modificará en parte con Viviane Reding como responsable de la comunicación de la Unión Europea a partir de 2009, aunque su propuesta se centra especialmente en ensalzar la figura del presidente y buscar así poner cara a la Unión Europea de tal forma que la identificación por parte de los ciudadanos termine traducándose en una proximidad a las instituciones comunitarias.

## **2. La década de los 90: Atrapados entre el nuevo enfoque y el desarrollo de la Sociedad de la Información**

En 1992, la aprobación del Tratado de Maastrich o Tratado de la Unión Europea (TUE) y su ronda de consultas entre la ciudadanía, con el rechazo protagonizado por Dinamarca, levantó de nuevo un escenario de inestabilidad en el seno de la Unión Europea que derivó en una nueva parada en seco. La negativa manifestada en los resultados del referéndum danés desvelaron el distanciamiento que existía entre la ciudadanía y los exultantes jefes de estado y de gobierno, más que convencidos de las bondades del nuevo Tratado que buscaba, entre otras cosas, dar un impulso político a la integración europea y aumentar su legitimidad democrática. Sin embargo, la realidad se volvió de cara y los ciudadanos no ocultaron su inapetencia y falta de compromiso con el nuevo deambular comunitario.

Las autoridades europeas responsabilizaron de este hecho a la ausencia de una estrategia comunicativa transparente, coordinada y eficaz, y propusieron como solución una reforma radical de la política de comunicación con una nueva estructura normativa, organizativa y presupuestaria, pero aún así, la reacción de cada una de las instituciones fue muy distinta<sup>39</sup>. El Consejo culpó del descenso del apoyo a que el mensaje europeo no llegaba a los ciudadanos y la solución pasaba por mejorar el acceso, la distribución y el tipo de información que se daba a los ciudadanos. El Parlamento Europeo, sin embargo, consideró que eso sólo era un parche y que el problema era mucho más grave y estructural: el déficit democrático de la UE, que había construido una Europa al margen de los ciudadanos, que ahora le retiraban su apoyo. Y entre tanto, la Comisión, encerrada entre dos aguas, buscó una solución intermedia que aumentase la democracia sin entorpecer el avance de la construcción europea, a través de la mejora de la subsidiariedad, la transparencia y la información y la comunicación<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> MARTÍN SEGOVIA, Eduardo. Pg. 200 y siguientes.

<sup>40</sup> Ibidem

El entonces presidente, Jacques Delors, entendió que la Comisión debía abordar su política comunicativa desde una nueva óptica coincidiendo con el proceso de desarrollo del Acta Única Europea, firmada en 1986 y cuya principal manifestación implicaría la creación de un espacio sin fronteras interiores en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estuviera garantizada, y desde la necesidad de acercar el proyecto europeo a los diversos actores económicos en el incipiente mercado único. Este escenario sería, a juicio del presidente de la Comisión, el primer paso para llegar al gran público y a los ciudadanos, aunque los resultados no fueron tan buenos como se esperaban.

Ya en la práctica, este hecho se tradujo en una política de liberalización del mercado de las telecomunicaciones que, como se verá en este capítulo, entretendrá a la Comisión durante gran parte de la década de los noventa, y que se completa, por otro lado, con la preocupación por buscar una estrategia de comunicación que permitiera a las instituciones comunitarias acercarse al ciudadano, lo que algunos expertos llamaron “el nuevo enfoque<sup>41</sup>”.

De esta forma, y para analizar la política de comunicación de la Comisión Europea en la década de los noventa, el presente capítulo abordará por un lado esa búsqueda de una nueva estrategia de comunicación con el análisis de los principales informes que se encargaron en ese momento desde las instituciones europeas, y por otro, toda la política de liberalización del mercado de las telecomunicaciones que llevó a la institución comunitaria a legislar en este sentido y que marcó gran parte de la línea de actuación de la UE en los noventa.

En el primer apartado se analizarán los principales documentos que orientaron la búsqueda (porque no terminó de materializarse) de ese nuevo enfoque para la estrategia política de comunicación de la institución comunitaria. Se trata del *Informe Declerq* (marzo de 1993), el *Informe Pinheiro* (junio de 1993) y el *Informe*

---

<sup>41</sup> Término acuñado en 1993 por el comisario responsable de acción de Información, Comunicación y Cultura, Joao de Deus Pinheiro.



*Oostlander* (presentado en el Parlamento Europeo en septiembre de 1993). Y en el segundo apartado se analizarán los libros blancos y verdes que asentaron las bases de la liberalización del mercado de las telecomunicaciones así como el denominado *Informe Bangeman*<sup>42</sup> (mayo de 1994), que se convirtió en la esencia de esa política de liberalización que aplicaría desde ese momento la Unión Europea y que más de una crítica le ha valido a las instituciones europeas entre los académicos<sup>43</sup>.

## 2.1 El nuevo enfoque

Durante los años cincuenta y gran parte de los sesenta no existió una política de comunicación de las Comunidades Europeas entendida como una estrategia perfectamente organizada y pensada para trasladar información sobre los asuntos comunitarios. Como se ha visto en el apartado anterior, la acción comunicativa se limitó, muy al final de este periodo, a la incorporación de periodistas para que empezaran a cubrir los acontecimientos europeos sin que, por entonces, pudiera hablarse de estrategia global de comunicación. La única labor era la de proveer de información a los profesionales de los medios, pero no mucho más. Sin embargo, una década después dos acontecimientos resultaron cruciales para comenzar una cierta apertura: la creación oficial del Consejo Europeo en 1974 y las elecciones directas al Parlamento Europeo en 1979. No obstante, no sería hasta diez años después, bajo la presidencia de Jacques Delors, y en pleno proceso de desarrollo del Acta Única Europea, cuando la Comisión abordara su política comunicativa desde una nueva

---

<sup>42</sup> Martin Bangemann fue comisario Europeo encargado en 1993 de todos los asuntos referidos a la Política de Telecomunicaciones en Europa. Coordinó a un grupo de expertos encargados de elaborar un documento que llevaba por título: “Europa y la Sociedad Global de la Información. Recomendaciones al Consejo Europeo”. El documento a elaborar por el grupo de expertos, debía contener las medidas necesarias y específicas que tendría que plantearse la Unión Europea para el establecimiento de unas infraestructuras de telecomunicaciones a lo largo de todo el continente. Después sería analizado por el Consejo de Europa de Corfú de 1994. Los miembros del grupo de expertos fueron Martin Bangemann, Enrico Cabral da Fonseca, Peter Davis, Carlo De Benedetti, Pehr Gyllenhammar, Lothar Hunsel, Pierre Lescure, Pascual Maragall, Gaston Thorn, Cándido Velázquez-Gastelu, Peter Bonfield, Etienne Davignon, Jean-Marie Descarpentries, Brian Ennis, Hans-Olaf Henkel, Anders Knutsen, Constantin Makropoulos, Romano Prodi, Jan Timmer, Heinrich von Pierer.

<sup>43</sup> QUIRÓS FERNÁNDEZ, F (1998)

óptica<sup>44</sup>. La necesidad de acercar el proyecto europeo a los diversos actores económicos en el incipiente mercado único sería un primer paso para llegar al gran público y los ciudadanos, plenamente reconocidos como tales en el Tratado de Maastrich. Precisamente, la aprobación de este tratado desencadenó una ola de informes y estudios auspiciados por las instituciones europeas en busca de una estrategia de comunicación sólida que terminó asentando sus pilares en dos de esos documentos: el *Informe De Clerq* y el *Informe Oostlander*.

A pesar de que fue una de las reuniones más tensas de la historia de la construcción de la Unión Europea, como contó en su momento en el diario Expansión Ramón R. Lavín<sup>45</sup>, los Jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea abandonaron a las tres de la mañana del 11 de diciembre de 1991 la cumbre de Maastrich con un acuerdo que se traduciría en el nuevo Tratado de la Unión Europea (TUE), un documento que abría la puerta a la unión monetaria, política, de seguridad y jurídica en Europa, y que recogía por primera vez en un texto de esas características, y a propuesta española, el concepto de ciudadanía europea.

Sin embargo, y a pesar del exultante resultado que defendieron los máximos representantes políticos de los Estados miembros, los ciudadanos en los países de origen no celebraron con el mismo entusiasmo la aprobación del nuevo documento. De hecho, así se reflejó en el referéndum que Dinamarca organizó en junio de 1992 en el que rechazó el Tratado. Tras conocerse esos resultados, y en un intento de reforzar el debate en el seno de la Unión Europea ciudadana, el entonces presidente francés, Jacques Chirac, decidió celebrar otro referéndum en su país que a muchos les pareció innecesario (no sentó nada bien al canciller alemán Helmut Kohl) y que a punto estuvo de volvérselo en contra. Los franceses apoyaron con el 51,01% de los votos, frente al 48,98% de los rechazos, el nuevo Tratado de la Unión Europea (TUE) y las instituciones comunitarias asumieron como una de las principales necesidades del

---

<sup>44</sup> PÉREZ GARCÍA, G. Pg. 87

<sup>45</sup> R. LAVÍN, Ramón. Una larga y caótica cumbre. Puede consultarse en <http://www.expansion.com/especiales/20aniversario/20economicos/maastricht.htm> (6 de octubre de 2013)

momento la democratización de Europa y el acercamiento a los ciudadanos a través de una serie de reformas estructurales que de nuevo se quedaron en el papel.

El Parlamento Europeo fue el primero que hizo examen de conciencia y encargó en febrero de 1992 a su Comité de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación un informe sobre la política informativa de la Comisión Europea. Este documento fue presentado ante la Eurocámara siete meses después por el parlamentario holandés Arie Oostlander, de ahí que el documento sea conocido como *Informe Oostlander*. Los otros dos textos relevantes en este análisis son el informe encargado por la Comisión a un grupo de expertos, conocido como *Informe De Clercq*, de marzo de 1993, y el elaborado por el propio comisario responsable de esta política, el *Informe Pinheiro*, adoptado en junio de 1993. A estos documentos se sumará el del también parlamentario Peter Pex sobre política de información y comunicación europea de mayo de 1998 conocido como *Informe Pex*.

A continuación se analizan cada uno de ellos.

### 2.1.1 Informe Oostlander

El rechazo de Irlanda, Dinamarca y Francia al Tratado de Maastrich sirvió como punto de partida para el análisis que realizó el parlamentario holandés Arie Oostlander sobre el momento que se estaba viviendo en la Unión Europea y las medidas que sus dirigentes estaban aplicando en materia comunicativa. El resultado de su estudio se tradujo en la necesidad de defender una comunicación más activa y dinámica que a su juicio tenía que ser incluida dentro de la acción política de las instituciones europeas. Esta última recomendación se convirtió en todo un clásico entre las conclusiones de todos los informes que se fueron publicando en los primeros años de los noventa.

Una de las consideraciones más importantes de esta reflexión se recoge en el giro que este experto propone desde el punto de vista con el que enfrentarse a la situación y, de

hecho, aunque Oostlander arranca inicialmente su informe hablando de política de información, tras realizar un exhaustivo análisis de las necesidades que tiene la Comisión, vira hacia la necesidad de referirse a una política de comunicación. En el primero de los casos, refiriéndose a la política de información, Oostlander asegura que existía un exceso de celo en la toma de decisiones por parte del Consejo Europeo de ministros que era necesario solventar con una mayor participación del Parlamento, al que le costaba obtener esa información. Creía necesario además una mayor implicación en este sentido por parte de los Estados miembros en base al principio de subsidiariedad.

Oostlander define la política de comunicación basada en aspectos externos e internos. Entre los aspectos externos destaca cuatro ideas generales: incluir dentro de la agenda política los problemas sociales; buscar al público y a sus organizaciones; unificar en la misma comunicación europea las decisiones del Parlamento, la Comisión y el Consejo (no pueden permitirse ser vagas e inconscientes, asegura), y, finalmente, respetar el rol que cada una de las instituciones tiene sin perder de vista que todas ellas se incluyen dentro de un todo común.

En cuanto a los aspectos internos, el europarlamentario defendió una mayor dimensión política de la comunicación y entendía que debía recibir más atención por parte de los políticos, incluyendo en este último aspecto, una mayor aportación económica.

Y en ese sentido repartió un juego de roles al que tendría que someterse cada institución. Del Parlamento demandaba un mayor protagonismo en la toma de decisiones del Consejo de Ministros en tanto en cuanto era el órgano elegido directamente por los ciudadanos el que a su juicio debía jugar un papel más importante en la toma de decisiones que el de la simple presión psicológica. En este sentido, entendió que la Comisión debía organizar un intercambio anual con el Parlamento en materia de política de comunicación. Y, finalmente, al Consejo le recomendó más transparencia para que el proceso fuera lo más flexible posible.

Según Oostlander, la información europea era más que la difusión de la actividad política y para ello consideraba imprescindible la implicación también de los ciudadanos individualmente y de sus organizaciones civiles y sociales en las que estaban representados. Es lo que denominaba “su derecho democrático<sup>46</sup>” que se traducía en el hecho de poder cambiar las normas y las leyes a través del Parlamento.

“Tanto los individuos como las organizaciones sociales necesitan saber cómo apelar e influenciar a la Comunidad si surge la necesidad. La política informativa no debe estar dirigida solamente a la consecución de una respuesta positiva por parte del individuo y las organizaciones. Puede, también, fomentar que éstos expresen sus críticas. Esto es lo que deberíamos esperar de una Comunidad que toma en serio a sus ciudadanos y a sus organizaciones. Por tanto, la política informativa es mucho más importante que “vender política” ya que, en lo que respecta a la comunidad, la gente, además de ser ciudadanos, son el objeto de su política. En otras palabras, la legislación y las normas europeas están dirigidas a los ciudadanos y a sus organizaciones como medio de aplicación de la política. Sin embargo, los ciudadanos pueden cambiar la legislación y las normas a través del Parlamento Europeo. Ese es su derecho democrático<sup>47</sup>”.

Otra de las recomendaciones del informe parlamentario para hacer una buena política de información era apostar por la transparencia. De hecho, recomendaba huir de los miedos a las distintas opiniones y abogaba por expresar las ideas claras sin ocultar las diferencias.

“En términos de información, no hay que temer la confrontación con los intereses públicos. La Comunidad tiene que ser muy clara con lo que quiere

---

<sup>46</sup> Report of the Committee on Culture, Youth, Education and the Media on the information policy of the European Community. PE 203.960/fin. Pg. 13.

<sup>47</sup> Ibidem.

(..). La información que oculta diferencias de opinión (con el Consejo, por ejemplo) es fatal para la democracia europea y la imagen de la Comunidad<sup>48</sup>»

Tal y como explica Martín Segovia<sup>49</sup>, las recomendaciones que se realizaron en ese informe sobre la política de comunicación son aún válidas y, de hecho, él las resume de la siguiente forma. Por un lado, asevera que la comunicación debe estar presente en todo el proceso de elaboración de las políticas en el que cada una de las tres instituciones de la Unión desempeña un papel específico en el proceso de toma de decisiones, pero las tres forman una unión. En este sentido, apunta, los servicios de las instituciones tienen que coordinar la organización de sus actividades de información.

Por otro lado, asegura que la política de comunicación debe realizarse siguiendo unos parámetros profesionales, con un fuerte compromiso y liderazgo político y valora el hecho de que se albergue en los mismos locales las oficinas nacionales de la Comisión y del Parlamento, que se utilicen las bibliotecas públicas y los medios de comunicación modernos para la difusión de la comunicación europea, y que se apoye a Euronews.

Todo ello procedía de los primeros pasos para esbozar una estrategia de comunicación coordinada entre las distintas instituciones que fue asumida por el Consejo Europeo en su reunión de Edimburgo de los días 11 y 12 de diciembre de 1992. Del encuentro trascendió la propuesta de activar el Grupo de Información que existía ya en el seno del Consejo pero que se ampliaría al resto de instituciones comunitarias. Al mismo tiempo había de perseguirse una mejor cooperación entre la Comisión y los Estados miembros.

Sin embargo, y aunque de nuevo el papel lo soportara todo, la realidad quedaba bastante alejada de las pretensiones iniciales. Tanto es así que el propio Oostlander, casi tres años después de haber presentado su informe, volvió a preguntar en el

---

<sup>48</sup> Ibidem. Pg.15

<sup>49</sup> MARTÍN SEGOVIA, Eduardo. Pg. 200 y siguientes.

Parlamento Europeo<sup>50</sup> por el grado de ejecución del compromiso adoptado por el Consejo a finales de 1992.

La respuesta que recibió entonces se redactó en términos de avances (escasos, no obstante), y de proyectos de futuro. En el Diario Oficial de las Comunidades Europeas se registró la respuesta escrita en la que el Consejo reafirmaba su voluntad de conseguir una comunidad más abierta y transparente para los ciudadanos. Y para ello había organizado una serie de seminarios semestrales (hablaba de veinte) y había abierto las reuniones del Grupo de Información del Consejo a otras instituciones y órganos de la comunidad. La Comisión y los Estados miembros llegaron a editar de manera conjunta una revista audiovisual denominada “Contact Magazine”, como se aventuraron a explicar en aquel momento. No obstante, la agilidad de los encuentros y, sobre todo, los resultados de los mismos, no resultaron satisfactorios como criticará después en otro informe similar el parlamentario Peter Pex.

Por otro lado, y en aras a defender esa política aperturista de comunicación, el Consejo exhibió ante el Parlamento el esfuerzo que estaba llevando a cabo para garantizar la transparencia a través de la libre consulta de datos y documentos por parte de los ciudadanos, entendiendo que esta labor completaba su política de comunicación.

“Los resultados de las votaciones sobre los actos de carácter legislativo se hacen públicos ahora de forma sistemática (...) El Consejo llevará a cabo con más frecuencia debates retransmitidos al público sobre cuestiones importantes que afecten a los intereses de la Unión o sobre nuevas propuestas legislativas importantes. (...) El Consejo procura ofrecer una información regular y completa a la prensa y al público antes de cada sesión<sup>51</sup>”.

---

<sup>50</sup> Diario Oficial de las Comunidades Europeas N° C 230/3 del 4.9.95 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:1995:230:FULL:ES:PDF>

<sup>51</sup> Diario Oficial de las Comunidades Europeas. 4/9/95 N° C 230/5

Y además, encargó un informe para examinar las condiciones en las que podría facilitarse al público el acceso a las actas de sus reuniones.

### 2.1.2. Informe De Clercq

Prácticamente en el mismo momento en el que el Parlamento Europeo había encargado del *Informe Oostlander*, la Comisión hizo lo propio y solicitó otro estudio similar al reconocer que seguía preocupada por la falta de conocimientos sobre la construcción europea<sup>52</sup>. La petición se realizó a comienzos de diciembre de 1992 con la única misión de reflexionar sobre la política de información y comunicación que estaba realizando la Comisión Europea. El encargo recayó en un grupo de expertos, en su mayoría procedentes del exterior de las instituciones europeas y bajo la presidencia del diputado belga y antiguo comisario europeo Willy De Clercq, que entonces era el presidente de la Comisión de Relaciones Económicas Exteriores del Parlamento Europeo.

De Clercq y su grupo recibieron un triple mandato. Por un lado, debía recapitular todas las estrategias de información y comunicación que se estaban aplicando en ese momento por parte tanto de las instituciones comunitarias como de los países miembros; en segundo lugar, debería aportar un diagnóstico sobre la calidad de los dispositivos que se estaban aplicando así como de las acciones, actitudes y medios utilizados en ese momento con el ánimo de concluir advirtiendo de las razones que habían conducido al déficit de comunicación que se reconoció entonces. Y por último, la Comisión esperaba recibir una serie de recomendaciones sobre la política a seguir encaminadas, no solo, a la aplicación desde esta institución comunitaria si no por parte

---

<sup>52</sup> Servicio del Portavoz. IP/93/242 31/03/1993. Se puede consultar en [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-93-242\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-93-242_es.htm)



también de todos aquellos que desearan trabajar por una adhesión más estrecha de los ciudadanos a la construcción europea<sup>53</sup>.

Con esas premisas, el resultado fue un detallado documento que el propio De Clercq presentó en marzo de 1993 y en el que se demandaba una estrategia de comunicación cuya gran recomendación se centraba en torno a la necesidad de ser capaces de transmitir las bondades de la Unión Europea y de asegurarse de que esos mensajes llegaban al ciudadano. Su propuesta tenía mucho más que ver con la propaganda que con la información propiamente dicha y de hecho el informe fue posteriormente criticado por este motivo. Contenía expresiones de este tipo:

“Conseguir el mensaje correcto significa decir lo correcto, de la forma correcta, a la gente adecuada, en el momento preciso y en el lugar apropiado<sup>54</sup>”

“Lo que hace falta es más comunicación: mensajes que estimulen, exciten, motiven y muevan a la gente; que estimulen el cambio de sus actitudes<sup>55</sup>”

El Informe, titulado *Reflexión sobre la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*, pretendía diseñar una estrategia a medio plazo, en la que las instituciones y los estados miembros tomaran conciencia de las necesidades, preocupaciones y esperanzas de los ciudadanos en un momento decisivo para la integración europea.

Bajo esa premisa, el grupo De Clercq construyó una estrategia partiendo de la base de que todavía no existía una opinión pública europea aunque entendían que esta ausencia dependía de cada país, de su situación económica, social y cultural y mostraban incluso su preocupación por el hecho de que los valores comunes que

---

<sup>53</sup> Ibidem.

<sup>54</sup> Reflection on Information and Communication Policy of the European Community. Report by the group of experts chaired by Mr Willy De Clercq. Member of the European Parliament. March 1993. Pg. 21

<sup>55</sup> Ibidem. Pg. 10

habían identificado a la ciudadanía europea (rechazo a la guerra, protección del medio ambiente, defensa de los derechos humanos, etc) tampoco gozaban de un gran apoyo ni se encontraban, ni mucho menos, en su mejor momento.

Políticamente hablando, se sucedieron dos hechos que marcaban el momento en el que surgió este informe. Por un lado, la promoción del Tratado de Maastrich entre la ciudadanía europea (rozado por el rechazo en referéndum de varios países), y por otro, la reciente aparición del Mercado Único Europeo. Tampoco hay que olvidar que Europa se encontraba en plena crisis económica con tormenta monetaria incluida y que, en cuanto a la paz, estaba en su apogeo la Guerra de Bosnia, en la que la UE demostró su debilidad política internacional.

Los expertos consideraron que la comunicación institucional no debía olvidar estos acontecimientos, pero insistían también en la importancia de desligarse de la creencia de que Europa era solo una cuestión económica. El espíritu de unidad impregnó todas las acciones comunicativas que a su juicio debían llevarse a cabo, apostando además por una colaboración entre las diferentes instituciones, pero siempre bajo el paraguas de las ventajas y las bondades que ofrecía para el ciudadano el hecho de pertenecer a la recientemente nombrada Unión Europea. Se volcaron en colocar al individuo en el centro de la acción comunicativa.

Como si de una agencia de publicidad se tratase, los firmantes del documento entendieron además que, dependiendo del tipo de público al que quisieran dirigirse, la estrategia de comunicación debería ser distinta. Así, De Clerq diferenciaba entre público general y público especializado (periodistas, empresarios y políticos). Entre los primeros apostaba por centrarse principalmente en las mujeres, a las que, apelando a su sensibilidad y a su condición de mayor responsabilidad que la del hombre, enviar un mensaje sobre las ventajas que la Unión Europea supondría para sus vidas, su familia, sus hijos, etc. En definitiva, porque ellas son más conscientes de la posibilidad de que haya “un mañana mejor”. Y sugirieron también centrarse en los

jóvenes, para llegar a través de ellos a sus progenitores, en el convencimiento de esas ventajas que acarrea el hecho de ser europeo.

Según el análisis realizado, el grupo de expertos alertaba de una sucesión de errores cometidos como consecuencia de una ausencia en la estrategia en la comunicación europea, y eso se tradujo en la difusión de un mensaje confuso, que no se identificaba como una sola voz y que procedía de una estructura empobrecida que arruinaba el trabajo realizado. Con esta radiografía, su propuesta consistía, en primer lugar, en marcarse un objetivo de comunicación:

“Europa no es solo una cuestión de los políticos o de las élites intelectuales, si no que es algo que concierne a todos los europeos. Los políticos, sin embargo, deben asumir responsabilidades<sup>56</sup>”.

Y en segundo lugar, en establecer un método. La idea transversal de este método reposaba en el hecho de identificar las ventajas de estar unidos, evitar las confusiones entre Europa e instituciones europeas (De Clerq y su grupo insisten a lo largo de todo el documento en las diferencias entre uno y otro concepto) y en el reparto de roles entre las distintas instituciones aunque todas girando sobre el mismo objetivo.

Propuso además elaborar una serie de símbolos para una mayor identificación (la bandera con las doce estrellas, por ejemplo) y crear una oficina de comunicación que dependiera directamente del comisario encargado de estos asuntos pero con línea directa con el presidente de la Comisión. A ambos les recomienda un mayor contacto con la prensa e incluso incluir la comunicación como un asunto permanente de la agenda política.

Y en este sentido, los expertos consideraron además que era necesario reforzar la cooperación con los medios de comunicación con una matización importante

---

<sup>56</sup> Reflection on Information and Communication Policy of the European Community. Report by the group of experts chaired by Mr Willy De Clerq. Member of the European Parliament. March 1993.

desconocida hasta el momento y es que, el excomisario y su equipo entendían que había que empezar por convencer a los profesionales de la información y cambiar su opinión<sup>57</sup> respecto a las instituciones europeas.

Teniendo en cuenta que esta tesis se centra en un proyecto de radio, hay que destacar el reconocimiento que realiza el *Informe De Clerq* al papel de este medio en esa política de comunicación. No es muy habitual que las instituciones comunitarias concedieran un gran protagonismo a la radio, sin embargo este documento reconoce como un valor la lealtad de los oyentes y sugiere que se puede utilizar como canal para difundir toda la información sobre el Mercado Único, las cuestiones culturales o los acontecimientos deportivos, valores todos ellos que, a su entender, mejor explotados podrían traducirse en una mayor unión entre los europeos puesto que son considerados símbolos de unidad que podrían compartir bajo la premisa de la identidad común.

Los medios de comunicación eran considerados como “multiplicadores relevantes”, que “deben ser persuadidos para presentar los logros, beneficios y oportunidades de la CE de una manera positiva y optimista, y no deleitarse con el criticismo y los fallos”. El objetivo era que Europa se integrara en todas las funciones de los medios – información, formación, entretenimiento y publicidad– y evitar su aislamiento en secciones dispares.

Esta concepción de los medios de comunicación puede considerarse, como explica Martín Segovia<sup>58</sup>, una técnica propagandística de unanimidad o contagio consistente en buscar la aceptación de los mensajes por todos los ciudadanos a través de la adhesión a los mismos de un sector tan influyente como el de los medios.

La estrategia global que propugnaba el informe partía del principio de situar al ciudadano en el centro y que los mensajes se adecuaran a sus necesidades reales. Entre

---

<sup>57</sup> Ibidem. Pg. 35

<sup>58</sup> MARTÍN SEGOVIA, Eduardo. P. 221 y siguientes.

sus recomendaciones destacaban algunas como adoptar un lenguaje claro, simple y cercano a la gente, utilizar el “Román paladino” para hacerse entender; modificar el contenido de los mensajes esforzándose en explicar el fundamento de las decisiones; difundirlos a través de los medios más próximos, especialmente la radio, la televisión y los medios electrónicos, y tener en cuenta a los periodistas, asociaciones y redes de información.

Sin embargo, como también explica Martín Segovia<sup>59</sup>, estas propuestas suscitaron inmediatamente duras críticas, dentro incluso de la propia Comisión. João de Deus Pinheiro, comisario de relaciones políticas internas, lo calificó de “fantasía de un publicista políticamente desviado” y, según varias informaciones de prensa consultadas por este mismo autor, algunos altos funcionarios quisieron suprimir lo que consideraban un remedio dañino para el fracaso de las relaciones públicas.

Las críticas se centraban en que convertir la información comunitaria en un acto de comunicación publicitaria se transformaba, al tratarse de contenidos políticos y no comerciales, en propaganda, y en que el proyecto de una enorme red de oficinas de información requería unos recursos con los que no se contaba.

El propio Pinheiro había iniciado en ese año una reorganización y racionalización de la DG X, para centralizar la información sobre todas las políticas de la UE y para crear un grupo independiente que evaluara la calidad y eficacia del trabajo de la Dirección General. Sus propuestas se plasmaron en un tercer informe.

### 2.1.3. Informe Pinheiro

Unos meses después de publicarse el *Informe De Clercq* y con el objetivo de asegurarse una mayor presencia de la dimensión comunicativa de la Comisión Europea, el entonces comisario responsable, entre otras cosas, de la acción de

---

<sup>59</sup> Ibidem.

Información, Comunicación y Cultura, Joao de Deus Pinheiro elaboró un tercer documento sobre la política de comunicación, a mediados de 1993, en el que reflexionaba sobre la labor de la institución en este sentido y con la vista puesta en buscar cómo mejorar su efectividad.

Este Informe, titulado *La política de Información y Comunicación de la Comisión: un nuevo enfoque* buscaba una posición intermedia entre la conservadora del Consejo y la radical del Parlamento, y trató de distanciarse al máximo del *Informe De Clercq* para evitar cualquier acusación de propagandístico<sup>60</sup>. Diferenció dos tipos de problemas en el área de la comunicación: por un lado, los externos y, por otro, los internos de la propia Comisión.

Entre los primeros recogió la dificultad de enfrentarse a doce opiniones públicas distintas; los múltiples canales emisores de información con objetivos dispares que se constataban a diario y sin una división clara de tareas, o la mayor visibilidad de la complejidad que suponía la UE hasta el punto de haberse convertido en motivo constante de debate a raíz del Tratado Maastricht o por el propio contexto político, social y económico de la Unión. Era evidente que se necesitaba más información, mejores explicaciones y un servicio más rápido pero huyendo de la propaganda y los discursos vacíos.

En lo que se refiere a las causas internas, Pinheiro aludía a la falta de coordinación y al escaso valor que en algunos casos ofrecían los propios comisarios a la información y la comunicación, además de la brecha que se había extendido entre la demanda de información que emitían los ciudadanos y la oferta de la misma que se prestaba desde las instituciones europeas.

---

<sup>60</sup> De hecho, en la rueda de prensa de presentación del nuevo enfoque, el propio Pinheiro hizo referencia explícita a ese término al decir “rechazo cualquier idea de propaganda”.

Igual que los anteriores informes, una de las debilidades que detectó el comisario portugués fue la ausencia de una estrategia coordinada de comunicación<sup>61</sup> y aseguró que esta falta de coordinación se traducía en un exceso de información en términos de cantidad pero con un ineficaz resultado en cuanto a la calidad.

Pinheiro estaba reconociendo que la información y la comunicación europea estaban muy lejos de las audiencias y en la mayoría de las ocasiones no se correspondían con lo que demandaban los ciudadanos. Advertía, además, de la necesidad de un esfuerzo que debía empezar en la propia administración porque “dentro de la Comisión el enfoque profesional de esta área es insuficiente<sup>62</sup>”, aseguró, y esta labor se complicaba aún más por la utilización excesiva de un lenguaje demasiado técnico.

Fue por ello que el comisario abogó en su informe por un cambio al que denominó “nuevo enfoque” en torno al cual construyó todo el discurso de su documento. Aseguraba que “el déficit de información estaba relacionado con el déficit democrático” y propuso ligar la estrategia de comunicación a los grandes eventos que se sucederían en el momento más inmediato como la ratificación del Tratado de Maastrich; la puesta en marcha del Mercado Único; las elecciones europeas de junio de 1994, o la futura ampliación de la UE. Y todo ello en torno a dos grandes premisas: Por un lado, escuchar al ciudadano y, por otro, hacer de la comunicación una parte importante de la política institucional.

“Para informar y comunicar de una forma satisfactoria, se debe escuchar lo que el público tiene que decir. La información y la comunicación no deben reemplazar a la política pero sí que son parte de una política eficiente<sup>63</sup>”.

Pinheiro estableció cuatro principios generales para el desarrollo de una política comunicativa eficaz que debían tenerse en cuenta a partir de ese momento y que, de

---

<sup>61</sup> PINHEIRO, Joao de Deus. “The Commission’s information and Communication Policy. A new approach”. SEC (93) 916/9. 1993. Pag 2

<sup>62</sup> Ibidem.

<sup>63</sup> Ibidem.

hecho, se han mantenido en todas las posteriores estrategias de comunicación de la Comisión dada la lógica de sus planteamientos. No obstante, eso no significa que resultaran satisfactorios o que hayan terminado de recoger los frutos deseados puesto que actualmente las deficiencias detectadas por el entonces comisario siguen sin ser corregidas.

El primero de esos principios era integrar a la información en el proceso de comunicación y eso exigía que fuera abierta, completa, simple y clara, con lo cual estaba solicitando una política de apertura que naciera en la propia administración.

El segundo tenía que ver con el usuario ya que, de la misma manera que se había reconocido en los informes anteriores, la política de comunicación seguía estando muy alejada de los intereses de los ciudadanos, por eso Pinheiro insistió en volcarse con las audiencias perfectamente identificadas.

El tercer principio se basaba en la coordinación, tanto interna como externa. Con respecto a la primera, el comisario propuso un programa de trabajo anual en el que convivieran los grandes eventos con las políticas de información y comunicación. Y desde el punto de vista externo, la propuesta era que la Comisión liderara la coordinación entre las distintas instituciones comunitarias aunque salvaguardando el rol individual de cada una de ellas.

Por último, el cuarto principio demandaba una respuesta rápida y de fácil acceso a la información teniendo en cuenta que en ese momento estaban apareciendo en el mercado nuevas formas de comunicación.

En definitiva, todo giraba en torno a una mayor implicación política y por eso propuso dividir la responsabilidad comunicativa en tres bloques. Por un lado, la información política o a corto plazo como tarea del Servicio del Portavoz; por otro, la información general o a medio y largo plazo bajo la responsabilidad de la DG X, y, en tercer lugar,



la información específica, atribuida a las direcciones generales o servicios de la Comisión competentes en el asunto de que se tratase<sup>64</sup>.

Con este enfoque, Pinheiro diseñó una nueva estructura en la que se creara un Grupo Estratégico que colgaba de la responsabilidad del comisario encargado de los asuntos informativos y que estaba formado por el secretario general, el portavoz, el director general de la DG X y, cuando fuera necesario, representantes de otras direcciones generales para trabajar sobre asuntos concretos. Junto a este grupo diseñaba un Comité Director que dependía de la DG X y en el que estaban representadas todas las direcciones generales y, finalmente, proponía la creación de un Consejo Consultivo de Usuarios en el que se integraran los responsables de los medios de comunicación y otros grupos socioprofesionales con el ánimo de alertar a la Comisión y hacerse oír ante ella.

Este nuevo enfoque fue acusado de inmediato de no ser realmente tan nuevo como para justificar su nombre<sup>65</sup>. Se había hablado anteriormente con profusión de la necesidad de mejorar la coordinación, de adaptar la información a la demanda del público y de descentralizar, e incluso se habían acometido otras reorganizaciones de la estructura informativa. Se trataba más de una nueva apariencia que de una nueva realidad, y los cambios que introducía eran más superficiales que estructurales.

Algunos expertos concluyeron que la UE, mediante el cambio de información y comunicación, trataba de hacer una simple limpieza de cara, ocupándose de su imagen y comunicación, ante el euroescepticismo, que se presentaba más como un síntoma a interpretar que como un problema a combatir<sup>66</sup>.

---

<sup>64</sup> MARTÍN Segovia. Pg. 206.

<sup>65</sup> Ibidem.

<sup>66</sup> ALTÉS, 1994 en MARTÍN Segovia. Pg. 207

#### 2.1.4 Informe Pex

Una de las recomendaciones del *Informe Pinheiro* se basaba en centrar los esfuerzos de comunicación en determinados eventos importantes que sucedieran en la Unión Europea, entre ellos, las elecciones al Parlamento Europeo de 1994. Sin embargo, los resultados de aquellos comicios volvieron a poner frente a sí misma a la Comisión y a su estrategia de comunicación puesto que la participación media en aquellas elecciones había bajado del 65,9% en 1979 al 58,5% en 1994, con lo cual, las cosas seguían aún sin funcionar, como reconocía el europarlamentario Peter Pex el 5 de mayo de 1998 en el denominado *Informe Pex*.

Un año después de defender su propuesta volvían a esperar las urnas comunitarias y el reto era mejorar la estadística en un escenario que no pintaba nada bien y en el que todavía coleaban los efectos del rechazo al Tratado de Maastrich. Pex lo reconocía sin ambages.

“La conclusión final es que, en general, la política de información y comunicación no ha tenido demasiado éxito, tal como lo refleja la participación en las elecciones europeas de 1994, la reacción frente al Euro y la CIG (Comisión Intergubernamental). La Unión ha creado un aire de desilusión y negatividad en la población. Actualmente el euroescepticismo es mayor que nunca<sup>67</sup>”.

Para Pex, parte de la responsabilidad de ese fracaso se debía a “la imagen incompleta y/o negativa<sup>68</sup>” que los medios de comunicación y la opinión pública tenían sobre el Parlamento Europeo y para enmendarlo propuso una solución estructural a través de la plena apertura y transparencia del funcionamiento de la institución, por un lado, y una mayor implicación de los europarlamentarios en las actividades de comunicación, por

---

<sup>67</sup> Informe sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea. A4-0115/98

<sup>68</sup> Ib.

otro. A su juicio era necesario corregir los “complejos y opacos procedimientos” de toma de decisiones en la Unión Europea.

Como el resto de expertos que le habían precedido en los informes, Pex también insistía en el principio del diálogo directo con los ciudadanos y en la necesidad de llevar a cabo una adaptación urgente y una mayor visibilidad y eficacia de la política de comunicación de las instituciones europeas y hacerlo de forma coordinada entre ellas pero garantizando su independencia. Proponía que fuera la Comisión la que coordinara tanto interna como externamente esa colaboración, es decir, entre la Comisión y los Estados miembros, por un lado; y entre la DG X y el resto de direcciones generales, por otro.

A su vez, creía que era necesario que los ciudadanos conocieran la mayor cantidad de detalles posibles respecto al funcionamiento de la Comisión y, por eso, propuso elaborar información sobre las personas que tomaban las decisiones y llevar a cabo un control que evaluara la efectividad de las medidas que se adoptaran. Y en este sentido, con objeto de emplear de forma más eficiente y eficaz los recursos financieros asignados a la información, la Comisión y el Parlamento fijaron de común acuerdo cuatro principios comunes básicos: descentralización; cooperación interinstitucional; movilidad y rotación del personal de las oficinas exteriores; intensificación de los contactos con los ciudadanos, y utilización eficaz de los fondos.

En el contexto de esa colaboración fue donde germinó la semilla de lo que se analizará en esta tesis como la primera red de radios europeas llamada Euranet. El propio Pex entendió necesaria esa cooperación con los medios de comunicación para mejorar la acción comunicativa de las instituciones europeas. Lo decía así:

“El Parlamento y la Comisión promoverán, en el marco del Grupo de trabajo sobre las actividades permanentes de información, la producción de programas de televisión sobre las actividades de las instituciones europeas, que podrían ser transmitidos por Euronews y otros medios de radiodifusión; deben preverse

actividades audiovisuales conjuntas ya que serían menos costosas y más eficaces y también de mayor importancia simbólica<sup>69</sup>”

Igual que Pinheiro, y a diferencia de Oostlander y De Clercq, Pex entendió que las actividades de comunicación y de información no deberían considerarse propiamente como una política sino como un apoyo a las políticas de la Unión y, como tales, Europa debería financiar métodos e instrumentos en relación con su finalidad. En este sentido, debía ser el Parlamento Europeo, como autoridad presupuestaria, el órgano encargado de investigar cuál debería ser el importe adecuado para realizar la política de información ajustada a los objetivos previstos.

Por último, una de las novedades de su propuesta fue la inclusión del multilingüismo como vía para acercarse a los ciudadanos, una consideración que ha resultado ser fundamental para atraerse la confianza de los europeos hasta el punto de que, en los proyectos de cooperación que la Comisión establecerá con los medios de comunicación, como es el caso de Euranet, uno de los compromisos fundamentales era difundir la información en todos los idiomas oficiales de la Unión Europea.

No obstante, y como se verá en los apartados siguientes, aunque el informe Pex contribuyó a asentar algunas de las bases de la estrategia de comunicación de las instituciones europeas, en la década de los noventa no fue esta una de las grandes preocupaciones de la acción comunitaria. En pleno auge del mercado único y el desarrollo de las telecomunicaciones, la Comisión legisló más en el sentido de liberalizar la información que en el de construir una estrategia comunicativa.

---

<sup>69</sup> Informe sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea. A4-0115/98

## 2.2 “La espiral del disimulo”. Primer acercamiento a la política de comunicación europea de principios de los noventa

El profesor Fernando Quirós Fernández acuñó el concepto de “la espiral del disimulo” para definir la política de comunicación de la Unión Europea desde mediados de los ochenta hasta mediados de los noventa, un momento en el que se construyó lo que él definió como la “nomenclatura europea de los medios” y en el que la Comisión Europea actuó, a su juicio, poniéndose de perfil ante la oleada de concentraciones mediáticas y privatizaciones a nivel nacional e internacional.

En su manual *Estructura internacional de la información*, dedica el capítulo tercero a la concentración multimedia en la Unión Europea y critica que la Comisión mirara hacia otro lado en el asunto de las concentraciones de la propiedad y se negara a aprobar una directiva en este sentido. Entre 1983 y 1989 la Unión Europea no adoptó ni una sola medida explícita sobre concentración de los medios de comunicación, a excepción de la Directiva sobre Televisión sin Fronteras, en la que la referencia a este asunto es, a juicio de Quirós, bastante tímida. Lo único que dice es que “podrían producirse posiciones de dominio”.

Aunque se muestra bastante crítico con este tipo de actuaciones, la radiografía de Quirós ayuda perfectamente a poner en antecedentes al lector sobre el contexto y el escenario europeo a partir del cual ha ido evolucionando la política comunicativa de la Comisión Europea. Las primeras actuaciones se remontan a las invitaciones que el Parlamento Europeo hizo a la Comisión para que adoptase una línea de acción orgánica que abriese la posibilidad de construir un sistema de televisión europeo, plurilingüe y garante del pluralismo cultural que impidiera la creación de monopolios en el sector de la información.

La Eurocámara elaboró el denominado *Dictámen Barzanti*<sup>70</sup> en el que se aseguraba que era necesario que la Comunidad emprendiera “con severidad y competencia la lucha contra esas tendencias patológicas hacia la concentración multinacional que amenaza con destruir la competitividad bien entendida y la multiplicidad real”. Sin embargo, en la Directiva de Televisión Sin Fronteras de 1989 la referencia era bastante superficial, a juicio de Quirós. El texto final lo recogía en los siguientes términos.

“Considerando que es esencial que los Estados miembros velen para que no se cometan actos que puedan resultar perjudiciales para la libre circulación y el comercio de las emisiones televisivas o que puedan favorecer la creación de posiciones dominantes que impondrían límites al pluralismo y a la libertad de información televisiva, así como a la información en su conjunto<sup>71</sup>”.

El Parlamento volvió a insistir en febrero de 1990 con una nueva resolución en términos similares y pareció que el presidente de la Comisión, Jacques Delors asumió un nuevo papel y encargó al comisario Jean Dodelinger que preparara “unas reglas mínimas” que recogió en el Libro Verde sobre *Pluralismo y Concentración de medios de comunicación en el Mercado Interior* que se analizará detalladamente en los siguientes apartados. Este documento planteaba tres alternativas. Por un lado, no intervenir; por otro, proponer una recomendación referente a la transparencia, y finalmente, en tercer lugar, proponer una armonización de las restricciones nacionales a la propiedad de los medios de comunicación a través de tres posibilidades: una directiva del Consejo (obliga a tomar medidas); un reglamento del Consejo (no obliga a nada) o una directiva o un reglamento y la creación de un comité independiente.

---

<sup>70</sup> Dictamen elaborado en nombre de la Comisión de Asuntos Jurídicos y Derechos Civiles sobre la propuesta de la Comisión de las Comunidades Europeas COM (86) 146 final-C2-38-/86, relativa a una Directiva acerca de la coordinación de determinadas disposiciones legales reglamentarias o administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión. Doc A2-0246/8.

<sup>71</sup> Comunidades Europeas. 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. Doc 89/552/CEE. Diario Oficial de las Comunidades Europeas 17-10-1989.

“Aquí se desencadenó una nueva batalla que terminaron ganando los magnates de la comunicación europea”, cuenta Quirós porque una y otra vez los empresarios violaron lo dispuesto en la norma comunitaria. Además, “las presiones de los propietarios, la obstrucción de los gobiernos y las vacilaciones del comisario encargado del Mercado Interior, Vanni D’Archifari, terminaron con el aplazamiento sine die de la toma de cualquier decisión<sup>72</sup>”.

Como se verá en el apartado del citado Libro Verde de 1993, la Comisión concluyó el periodo de consultas sin tomar ninguna decisión respecto a las tres que proponía y eso que amplió el plazo y las preguntas que lanzó para el debate.

### 2.3. La Sociedad de la Información en la década de los noventa.

Para el catedrático emérito de Sociología y Planificación Urbana y Regional de la Universidad de California-Berkeley Manuel Castells, durante las dos últimas décadas del siglo XX se vivió una verdadera “revolución tecnológica” similar a la revolución industrial que nació en Inglaterra un siglo antes. El profesor catalán lo llama “uno de esos raros intervalos de la historia<sup>73</sup>”, y efectivamente lo fue porque desde ese momento todo cambió en el panorama comunicativo mundial como consecuencia de la llegada de la Sociedad de la Información, también en las políticas europeas.

Castells lo analiza en su trilogía *La era de la información. La sociedad en red* como un fenómeno sociológico además de tecnológico y esto, en el asunto que nos ocupa, tiene una trascendencia fundamental. El catedrático emérito habla de un intervalo caracterizado por la transformación de “nuestra cultura material” por obra de un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a las tecnologías de la información. Para él, el concepto de tecnología es “el uso del conocimiento científico para especificar

---

<sup>72</sup> QUIRÓS, F (1998). Páginas 161 y siguientes.

<sup>73</sup> CASTELLS, Manuel. *La era de la información. La sociedad red*. Volumen 1, Madrid, Alianza Editorial, 1996. Pg. 59

modos de hacer cosas de una manera reproducible” y entre las tecnologías de la información incluye el conjunto convergente de tecnologías de la microelectrónica, la informática (máquinas y software), las telecomunicaciones, televisión, radio y la optoelectrónica, junto con la ingeniería genética.

Según Castells, lo que caracterizó a la revolución tecnológica de finales de los 90 no fue el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento y esa información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información-comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. Y eso se reflejará perfectamente en el desarrollo de este capítulo en el que se detalla la apuesta de las instituciones europeas por dedicar los principales esfuerzos de su política comunicativa al desarrollo tecnológico de las telecomunicaciones más que a la difusión del conocimiento o la información.

Como se ha visto en el apartado anterior, la entrada de los años noventa coincidió con la explosión del sector audiovisual que, en esos momentos, se encontraba inmerso en una profunda mutación. Esto provocó que fueran poco a poco apareciendo nuevos productos y servicios audiovisuales (cine, televisión, etc) a los que la Comisión Europea debía también prestar atención. Empezando por la nueva denominación de la Dirección General que se encargaba de estos asuntos (desde 1991 hasta 1999 se llamó Dirección General Audiovisual, Información, Comunicación y Cultura) hasta las políticas que fue poniendo en marcha, las instituciones europeas dieron un vuelco a su acción informativa y comunicativa centrándose en esos nuevos servicios audiovisuales.

La Unión Europea se preparó para las nuevas oportunidades que se abrían teniendo en cuenta que iban poco a poco incorporándose nuevos operadores al sector audiovisual, entre ellos, principalmente la industria cinematográfica, los servicios de radiodifusión y la industria de programas televisivos, los operadores por cable o de telecomunicaciones, la industria de la edición, así como los fabricantes de tecnologías



de información y comunicación. Y a todo esto, y como consecuencia precisamente de esta incorporación del sector audiovisual, se introdujo un elemento más a la hora de analizar la acción política de las instituciones europeas y es que, en ese momento, se estaba constatando un crecimiento sostenido del sector audiovisual que traía consigo un fuerte potencial en términos de creación de puestos de trabajo con un alto nivel de cualificación. Y esto se reflejó también en la política de información y comunicación de la Unión Europea en la década de los noventa. Todo ello sin olvidar lo que también apuntaba Castells que era que debido a la diversidad de los medios de comunicación propia del momento y a la posibilidad de seleccionar la audiencia, en ese nuevo sistema de comunicación “el mensaje es el medio”<sup>74</sup>.

Coincidiendo con lo que afirma Carmina Crusafon<sup>75</sup>, la política audiovisual europea en la década de los noventa se caracterizaba por dos rasgos principales: la dualidad y el proteccionismo. El primero, su carácter dual, de naturaleza económica y cultural, tomó mayor o menor relevancia dependiendo del periodo que fuera analizado, con una matización, como afirmaba Schlesinger<sup>76</sup>: que "para los EEUU, el comercio audiovisual es solo un negocio, mientras que para los europeos es tanto un negocio como (cuando conviene) un asunto cultural". Lo cierto es que, en el caso de las dos últimas etapas de la década de los noventa (1994-1998), existió un predominio de la dimensión económico-industrial que modificó de forma considerable el enfoque general de estas políticas.

Los primeros pasos de este nuevo planteamiento audiovisual de la Unión Europea se dieron al mismo tiempo que se concluían las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT a finales de 1993, algo que, en opinión de Crusafon, fue el detonante principal

---

<sup>74</sup> CASTELLS, M. Pg. 412. No obstante, apunta después Castells, “la diversificación de los mensajes y las expresiones de los medios no implica que las principales empresas y gobiernos pierdan el control sobre la televisión. De hecho, es la tendencia opuesta la que se ha venido observando durante la pasada década (años 80)”

<sup>75</sup> CRUSAFON, C. *El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Dpto. de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universitat Autònoma de Barcelona. Junio de 1999.

<sup>76</sup> *From cultural defence to political cultural: media politics and collective identity in the European Union*, Media, Culture & Society, vol.19, Sage, Londres, p.369-391.

del cambio de enfoque de la política audiovisual europea en su última etapa (1997/1998). “Sus ideas de base dejaron de lado el aspecto cultural para primar la vertiente industrial, competitiva y de convergencia con las telecomunicaciones como exige el escenario internacional”.

El segundo rasgo era el de un cierto carácter proteccionista en la reglamentación comunitaria que venía justificado por la situación de la industria audiovisual europea. Era una industria caracterizada por la fragmentación de los mercados nacionales lo que venía a significar que los productores eran demasiado pequeños para competir en Europa y en el mercado mundial, o como decía Crusafón, estaba marcada por “un nivel bajo de distribución y circulación de programación a través de las fronteras; un déficit creciente y crónico, y la incapacidad para atraer recursos financieros para la recuperación”<sup>77</sup>.

De la misma opinión aunque mucho más crítico se muestra Fernando Quirós que en su manual *Estructura internacional de la información*<sup>78</sup> lamenta lo que él denomina “liberalización y privatización salvaje” del sector audiovisual en la Unión Europea y critica la inacción de la Comisión Europea a favor de los intereses de los editores y especialmente de las grandes multinacionales. Lo ha bautizado como “la espiral del disimulo”, una pequeña variación de lo que Noelle-Neumann llamó “la espiral del silencio”.

Quirós se muestra convencido de que la concentración a gran escala de las cadenas de comunicación europeas supuso asimismo “el aprisionamiento de la información y la cultura por un puñado de empresas” y lo relaciona estrechamente con el apoyo de y a los partidos políticos en los distintos Estados miembros.

---

<sup>77</sup> CRUSAFON, C. *El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Dpto. de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universitat Autònoma de Barcelona. Junio de 1999.

<sup>78</sup> QUIRÓS FERNÁNDEZ, F.

“Ya es muy notable que no sea hasta la década de los ochenta que los gobiernos europeos se ocupen de los medios de comunicación. Lo hacen cuando las concentraciones producidas por su propia desregulación salvaje del audiovisual está produciendo a diario reducciones de la pluralidad<sup>79</sup>”.

De cualquier forma, la explosión de las nuevas tecnologías y el desarrollo de la Sociedad de la Información se estaba viviendo a principios de los noventa, una aventura en la que Europa dijo no querer quedarse atrás y que lideraban principalmente los Estados Unidos. Para ello, la Comisión Europea encargó un informe (*Europa y la sociedad mundial de la información*) a un grupo de expertos liderados por el político alemán Martin Bangeman, que fue analizado en el Consejo Europeo reunido en Corfú (Grecia) los días 24 y 25 de junio de 1994 y que puede considerarse como el primer gran documento sobre política de telecomunicaciones en la Unión Europea.

Entre las conclusiones de ese informe se instaba a las instituciones comunitarias a coordinarse a través de un servicio de nueva creación que pudiera hacer frente a los retos de la Sociedad de la Información.

“La importancia y la complejidad de los temas suscitados por la nueva Sociedad de la Información justifican la creación de un instrumento permanente de coordinación (..) con vistas, entre otras cosas, a garantizar un enfoque coordinado en el Consejo<sup>80</sup>”

En este análisis se destacaba además la necesidad de acelerar el proceso de liberalización, conseguir y mantener un servicio mundial y aplicar los principios de libre circulación del mercado interior. Se instó a que las autoridades públicas establecieran nuevas "reglas del juego", controlaran su aplicación y pusieran en marcha iniciativas de interés público, y se insistía, como se verá, en que la creación y

---

<sup>79</sup> Ibidem.

<sup>80</sup> La sociedad de la información: las nuevas prioridades surgidas entre Corfú y Dublín. COM (96) 395 final.

la financiación de una infraestructura de información correspondería, fundamentalmente, al sector privado. Y entre las recomendaciones a nivel comunitario, el Grupo proponía, además de la iniciativa legislativa, que sería necesario emplear mejor los recursos disponibles a fin de contribuir a la consecución del nuevo objetivo.

En último lugar, el Grupo de Bangeman hacía hincapié en la urgencia de adoptar sus recomendaciones puesto que en esos momentos la carrera se estaba corriendo a nivel mundial y en ella competían especialmente Estados Unidos y Japón. De hecho, Bangemann sugería que los países que se adaptasen antes establecerían, de hecho, normas tecnológicas para los que lo hicieran más tarde. En el informe se subrayaba asimismo el carácter mundial del tema y se solicita la creación de mecanismos de coordinación adecuados y el adelanto de las negociaciones internacionales.

Por este motivo, los mandatarios europeos solicitaron a la Comisión que estableciera un plan de actuación que recogiera las medidas necesarias en el campo de la información y la comunicación a nivel comunitario. La Comisión respondió redactando ese demandado plan de actuación que fue adoptado el 19 de julio de 1994 con el título “Europa en marcha, hacia la Sociedad de la Información” y que se ha considerado el primer marco de actuación política en la Sociedad de la Información.

En ese momento, los jefes de Estado y de Gobierno coincidieron con la Comisión Europea en que había que dejar en manos de las empresas, especialmente en las privadas, el hecho de sacar partido a la información como un factor de la actividad económica. Su único papel sería el de apoyar políticamente estas acciones y empezar a crear la sociedad del conocimiento en el ámbito europeo. Se hablaba entonces de la información como materia prima que podían compartir todos los Estados miembros pero no desde el punto de vista de la comunicación, sino desde el punto de vista de la rentabilidad. Lo que Crusafon denominó el paso del aspecto cultural a la vertiente industrial.

No obstante, lo importante de ese momento fue que la Comisión asumió que había que dar un impulso político a la Sociedad de la Información y reconoció que había algunas medidas propuestas previamente que no habían surtido efecto y que, por tanto, había que mejorarlas o poner en marcha otras nuevas. Y ese fue el objetivo con el que se celebró un Consejo específico, el 8 de octubre de 1996, en el que se analizó únicamente la Sociedad de la Información y cuyos compromisos habían quedado plasmados previamente en la comunicación de la Comisión Europea titulada *Las implicaciones de la sociedad de la información en las políticas de la UE*. Las instituciones europeas se comprometieron a tomar en consideración al individuo como “centro de interés” de la Sociedad de la Información, aunque desde la preocupación por garantizarle el acceso a las nuevas tecnologías y no tanto al de mero receptor de la información europea.

“El ciudadano de la Unión debe ser el centro de interés prioritario de la Sociedad de la Información. La Sociedad de la Información debe obedecer mejor a sus expectativas y a sus preocupaciones, dando respuesta a aspectos como el acceso a una gama mayor de nuevos servicios y contenidos. En la práctica, la Comisión se ha propuesto avanzar hacia una integración más estrecha de los fondos estructurales en las políticas del campo de la sociedad de la información, para afrontar las cuestiones de orden social, proteger los intereses del consumidor y mejorar la calidad de los servicios del sector público<sup>81</sup>”.

En definitiva, durante la recta final de los noventa, la Comisión Europea estuvo prácticamente centrada en la Sociedad de la Información y en la necesidad de garantizar el acceso de los ciudadanos a esas nuevas tecnología a pesar de que autores como Quirós lamenten su política de perfil bajo habiendo facilitado “la construcción de la nomenclatura europea de los medios”, es decir, que editores, industriales y banqueros se adueñaran de la televisión privada en nombre de la libertad de comercio.

---

<sup>81</sup> Comunicación de la CE al Consejo y al PE *La sociedad de la información: las nuevas prioridades surgidas entre Curfú y Dublín. Las implicaciones de la sociedad de la información en las políticas de la UE. Preparación de las próximas etapas*. COM (96) 395 final. Bruselas, 24 de julio de 1996.

“El progreso tecnológico, la introducción de objetos económicos y la desregulación auspiciada por la Comunidad Europea abrieron de par en par las puertas para la entrada de grandes empresas privadas que han repetido a escala continental el modelo de los Estados Unidos y presentan a las televisiones públicas como el Gran Satán de los medios de comunicación. En este proceso, la varita mágica ha sido la nueva tecnología de la comunicación<sup>82</sup>”.

Desde principios de los noventa hasta los primeros años del siglo XXI, el análisis de las comunicaciones, documentos e informes que en materia de comunicación ha ido publicando la Comisión Europea ha puesto de manifiesto una evolución continua, lenta, pero constante de la política que las instituciones comunitarias han experimentado en ese tiempo. Del mero observador, aunque disimulado en el apoyo a los ciudadanos para el libre acceso a las nuevas tecnologías de la información, ha pasado a manifestar una cierta preocupación por el mensaje y a liderar proyectos que devolvieran a la política comunicativa el ámbito cultural del que hablaba Crusafón.

En este capítulo se analizan los principales documentos que en materia de comunicación fue presentando la Comisión Europea en los últimos años de los noventa, marcados por el desarrollo de la Sociedad de la Información y el protagonismo de las grandes empresas de comunicación.

2.3.1. Libro Blanco. Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI<sup>83</sup>.

El Libro Blanco "Crecimiento, Competitividad y Empleo" adoptado por el Consejo Europeo en diciembre de 1993, procuró el marco de acción y de reflexión de la Unión Europea sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información, poniendo de relieve el

---

<sup>82</sup> QUIRÓS, F (1998). Página 148 y siguientes.

<sup>83</sup> COM (93) 700 final. 5 de diciembre de 1993.

potencial de crecimiento del sector audiovisual, sobre todo en términos de empleo. En este marco, Europa pretendió desde el primer momento desempeñar el papel que le correspondía en cuanto a dominio y utilización de las nuevas tecnologías y con ese pretexto encargó el informe al grupo de expertos liderados por Martin Bangeman que conocería unos meses después.

No obstante, con este Libro Blanco ya se habían sentado los principios básicos para la instauración y puesta en marcha de un espacio común de la información que estaba compuesto por varios niveles y sobre los que tenían que ocuparse las instituciones comunitarias junto a los Estados miembros en el ejercicio de sus funciones. En primer lugar, los equipos y programas que debía conocer el usuario para acceder a esa nueva información (desde este momento y en todos los manuales que elaboraría la Comisión a partir de entonces, se insistiría en la necesidad de facilitar el acceso a los ciudadanos a las nuevas tecnologías, algo por lo que deberían velar también los países de la Unión). Por otro, las infraestructuras físicas (redes de comunicaciones, satélites...); las aplicaciones que ofrecen a los usuarios una gran variedad de servicios (consultas, envío de información, etc), y finalmente, los propios usuarios.

Con todo, el objetivo era la creación de ese espacio común de la información para el crecimiento, la competitividad y el empleo en Europa que permitiría, por un lado, ampliar la elección del consumidor y, por otro, abrir nuevas oportunidades para las industrias de programas.

Con esas premisas, la Unión Europea intensificó su acción con vistas a la rápida creación de ese auténtico espacio común de información y lo hizo a partir de tres objetivos fundamentales. El primero, planteándose desde el principio su actuación adoptada desde una perspectiva mundial, a través de alianzas internacionales; el segundo, teniendo muy en cuenta las especificidades europeas (multilingüismo, diversidad cultural, heterogeneidad económica), y, en tercer lugar, creando 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.

Todo ello llevaba implícito un importante componente de creación de empleo que, durante esta década de los noventa, fue el aporte prioritario en la política audiovisual de la Comisión Europea.

“El sector audiovisual tiene una estructura de fuerte intensidad de mano de obra. El sector procura numerosos puestos de trabajo de alto nivel de cualificación tales como técnicos, artistas, guionistas, realizadores, etc. Es, por tanto, potencialmente menos vulnerable a la competencia que los mercados con un pequeño coste de mano de obra. A pesar de la ausencia de estadísticas fiables sobre el empleo en este sector, se estima que al menos 1.800.000 personas trabajan en el sector comunitario de los servicios audiovisuales. El fuerte crecimiento imputable a la demanda, acentuado además por el progreso técnico, que se constata en el sector del software audiovisual en Europa, así como la naturaleza y estructura de los empleos en este sector, indican claramente que detenta un notable potencial en materia de creación de empleo. Si las condiciones actuales se mantienen, habida cuenta del crecimiento que se espera en este sector, y a condición de que este crecimiento se traduzca en la creación de empleo en Europa y no en transferencias financieras de Europa hacia otras partes del mundo, podrían crearse dos millones de puestos de trabajo para el año 2000. Además, si se parte del principio de que tenemos buenas posibilidades de incrementar nuestra cuota de mercado si consagramos las fuerzas necesarias para ello, no resulta absurdo esperar que el sector de los servicios audiovisuales pudiese dar empleo, directa o indirectamente, a cuatro millones de personas<sup>84</sup>”.

---

<sup>84</sup> COM (93) 700 final. 5 de diciembre de 1993.



### 2.3.2. Libro Verde. Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual europea<sup>85</sup>.

Sin olvidar el potencial laboral que había destapado el momento, y coincidiendo con el desarrollo de la Sociedad de la Información y la apuesta comunitaria por la evolución del sector de las telecomunicaciones, la Comisión Europea propuso a mediados de 1994 una reflexión sobre el desarrollo de la industria europea de programas cinematográficos y televisivos, teniendo en cuenta además otros factores como el crecimiento tecnológico, la convergencia de las industrias y el avance de las estructuras del mercado. Ese planteamiento se recogió en el Libro Verde *Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual europea* en el que se proponía hacer una industria competitiva en un contexto de apertura y mundialización del sector, que estuviera orientada hacia el futuro y que fuera parte activa del desarrollo de la Sociedad de la Información; “que ilustrara el genio creador y la personalidad de los pueblos europeos, y finalmente, que se tradujera en la creación de puestos de trabajo<sup>86</sup>. La Unión Europea debía cuestionarse cómo contribuir al desarrollo de ese tipo de industria, y por eso planteó algunos instrumentos que no tardó en poner sobre la mesa.

Para fomentar la promoción de las producciones europeas aplicó la Directiva de Televisión Sin Fronteras aprobada en 1989 en la que se buscaba la “promoción de la distribución y la producción de programas televisivos<sup>87</sup>”. Con esta iniciativa se registraba el compromiso de difundir una proporción mayoritaria de obras europeas y se promocionaban las producciones independientes con la obligación de destinar a estas obras, como mínimo, el 10% del tiempo de difusión o del presupuesto de programación.

---

<sup>85</sup> COM (94) 96 final. Bruselas, 6 de abril de 1994.

<sup>86</sup> Ibidem.

<sup>87</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 (Diario Oficial de la Comisión Europea) N° L 298 del 17.10.1989.

Teniendo en cuenta que catalizar el desarrollo de algunas actividades de las empresas en este sentido no sería algo que se emprendiera de manera espontánea, la Comunidad Europea creó dos importantes instrumentos como incentivos financieros específicamente destinados al sector audiovisual: el Programa MEDIA y el Plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa<sup>88</sup>.

El primero de ellos, el Programa MEDIA, se había puesto en marcha dos años antes con una vigencia que se prolongaría todavía dos años más (es decir, entre 1991 y 1995) de ahí que la Comisión no tuviera todavía todos los elementos necesarios para establecer una valoración sobre su funcionamiento. El objetivo principal era subvencionar (en 1994 contaba con un presupuesto de 50 millones de ecus) la promoción cultural europea en el sector audiovisual e incluso promover la creación de nuevas estructuras mediante la cooperación transfronteriza y la agrupación de empresas. No obstante, en esos momentos, a finales de 1994, esta última premisa seguía siendo considerada como uno de los efectos más prometedores del programa que no se había conseguido aún.

Por otro lado, y como reconoció la propia Comisión Europea, el programa MEDIA había servido para identificar cuáles tenían que ser los objetivos prioritarios en los que trabajar a partir de entonces, a saber, la formación (orientada al mercado y las nuevas tecnologías), la pre-producción y el desarrollo de los proyectos; la distribución y el marketing, y por último, la incentivación de la inversión privada.

En cuanto al plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa, el objetivo fue más limitado. Se trataba de estimular el lanzamiento de una masa crítica de servicios de radiodifusión en el nuevo formato 16:9<sup>89</sup> de televisión.

---

<sup>88</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 (P 48 a 54).

<sup>89</sup> El formato "clásico" de la pantalla de televisión se define por la relación entre su anchura y su altura de 4/3. Los servicios de televisión avanzados (incluida la televisión de alta definición) proporcionan unas sustanciales mejoras de la calidad de la imagen y del sonido, pero asimismo ofrecen un nuevo formato de imagen: 16/9, que se aproxima más a una pantalla de cine.

Dicho plan financiaba, por un lado, los costes suplementarios, vinculados a la adaptación técnica del nuevo formato, y por otro, los costes, también suplementarios, vinculados a la adaptación técnica de los programas.

Junto a estos dos proyectos, Europa disponía de otros dos instrumentos comunitarios de apoyo al sector audiovisual: el fondo Euroimages<sup>90</sup>, creado en el marco del Consejo de Europa que tenía como objetivo fomentar las coproducciones europeas de películas cinematográficas y ficciones televisivas; y en segundo lugar, Eureka Audiovisual<sup>91</sup>, una plataforma intergubernamental cuyo objetivo era facilitar el montaje de proyectos transnacionales en el sector audiovisual.

Pero más allá de la colaboración económica para conseguir el desarrollo del ansiado marco común del sector audiovisual, la Comisión Europea se planteó qué principios debían regir su participación en este desarrollo de las nuevas tecnologías y cuáles debían ser las prioridades estratégicas para su puesta en marcha. De alguna forma, estaba buscando el marco sobre el que actuar y cómo debía hacerlo. Y eso fue lo que se planteó en este Libro Verde en base a tres grandes líneas: las reglas del juego, los incentivos financieros y la convergencia de los sistemas nacionales.

En primer lugar, y en lo que se entendía por reglas del juego, la Comisión analizó cómo debería evolucionar el mercado; qué medidas debían llevarse a cabo para promocionar los programas, y, finalmente, qué nuevos servicios debían cubrirse. En este sentido, la Comisión entendió que la Unión debía “acelerar la puesta en marcha del espacio europeo de la información, mediante el desarrollo de infraestructuras tecnológicamente avanzadas, la liberalización de aquellos servicios que estaban abocados a utilizar dichas infraestructuras, la estandarización y la creación de un entorno abierto en materia de acceso condicional”<sup>92</sup>.

---

<sup>90</sup> El Fondo EUROIMAGES, creado en abril de 1989, contaba en ese momento con 24 países miembros.

<sup>91</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.

<sup>92</sup> COM (94) 96 final. Pág. 37 y siguientes.

Además, debía fomentar la transparencia en el mercado audiovisual, conscientes de que esto exigía una mayor cooperación entre las autoridades nacionales y comunitarias encargadas de la aplicación de las normas de competencia, así como una cooperación entre las autoridades comunitarias y las autoridades de terceros países encargadas de la aplicación de las normas de competencia en materia de telecomunicaciones.

Respecto a los recursos financieros, la duda que subyacía era si había que primar a las empresas o a los proyectos, así como, cuál debía ser la política de financiación. La Comisión confió esas respuestas a los participantes en el debate promovido por este Libro Verde, aunque sí que asumió que los mecanismos que debían aplicarse para obtener un efecto estructural a nivel de la Unión Europea debían apoyarse en una dimensión verdaderamente europea y disponer de los recursos suficientes para garantizarse que se alcanzarían los objetivos que perseguían en un plazo razonable.

Al final, y aún con todas esas cuestiones sobre la mesa, la Comisión Europea concluyó asegurando que era necesario un cambio de actitud en su política audiovisual que debía pasar, entre otras cosas, por invertir en el futuro de su industria de programas mediante una acción dirigida a reforzar sus estructuras. Ese cambio de actitud afectaba, no solo a las instituciones de la Unión, sino también a las autoridades nacionales y, en concreto, a la manera en la que deberían definirse unas políticas globales para el sector de la comunicación, pero, ante todo, afectaba a los profesionales de la industria de programas.

“Reconciliar cultura y economía, obra y público, estructuras artesanales e imperativo industrial... no se trata de una serie de mensajes publicitarios dirigidos a ocultar la complejidad de la transición que la industria europea ha de experimentar, so pena de desaparición. Se trata de probar la confianza de

Europa en sus talentos, de darles lúcidamente los medios de proyectarse en Europa y en el mundo<sup>93</sup>”, termina diciendo el Libro Verde.

### 2.3.3 Europa y la sociedad de la Información. Recomendaciones del Grupo Bangeman al Consejo Europeo.

A mediados de los noventa, con la Sociedad de la Información avanzando, como se ha visto, a marchas forzadas, se empezó a hablar de “revolución digital”, una época que se llegó incluso a comparar con la revolución industrial del siglo XIX y en la que Europa se había propuesto estar a la altura. “Este proceso es imparable y puede conducir a una economía basada en los conocimientos”, reconocía en su plan de actuación que vio la luz en el 95 después de haber analizado el informe que había presentado el denominado Grupo Bangeman. La decisión de encargar este estudio se tomó en la reunión del Consejo Europeo de Bruselas celebrada en diciembre de 1993 y el encargo se materializó, por parte de la Comisión Europea unos meses después.

El análisis del *Informe Bangemann* parte de las recomendaciones recogidas en el Libro Blanco de la Comisión sobre *Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI* en el que ya se señalaba la importancia del proceso digital, que era capital para el futuro de la sociedad europea. El Libro Blanco reflejaba una visión positiva, subrayando que las tecnologías de la información y la comunicación y los servicios que las utilizaban tenían el potencial necesario para fomentar un crecimiento constante y sostenible, aumentar la competitividad, crear nuevos tipos de empleo y mejorar la calidad de la vida de los europeos.

Y así fue como a finales del mes de mayo de 1994 un grupo de expertos, coordinados por el político alemán Martin Bangemann, presentó un informe detallando las medidas necesarias y específicas que la Comisión Europea debía plantearse para establecer las infraestructuras de telecomunicaciones útiles con las que poder competir en el reciente

---

<sup>93</sup> Idem. Página 56

mercado de las telecomunicaciones en el que el liderazgo de Estados Unidos era incuestionable.

No obstante, las dudas sobre cómo comunicar mejor y qué hacer para conseguir mejorar este tipo de actividad desde las instituciones internacionales no fue una inquietud propia de los años noventa ni del momento en el que se estaba evolucionando de una forma explosiva la Sociedad de la Información. De hecho, el referente del *Informe Bangemann* se encuentra en otro estudio elaborado muchos años antes por la UNESCO denominado *Informe MacBride*.

El *Informe MacBride* es también un estudio que solicitó, en la segunda mitad de los años 70, la UNESCO a la Comisión Internacional mediante el cual acercarse a los problemas de comunicación que había constatado el organismo internacional. El grupo estaba presidido por el abogado, político y periodista irlandés Sean MacBride que se propuso como objetivo analizar la situación de los sectores de la comunicación a mediados de los setenta y determinar los problemas que requerían nuevas medidas para aplicar tanto en el plano nacional como desde un enfoque global y aunado en el internacional.

Junto a MacBride trabajaron en esta investigación personajes<sup>94</sup> de la talla de Gabriel García Márquez, del fundador del diario 'Le Monde', Hubert Beuve-Méry o del

---

<sup>94</sup> Los miembros de la comisión fueron: Sean MacBride (abogado, político y periodista. Presidente de la Oficina Internacional de la Paz, exministro de Asuntos Exteriores, fundador y presidente de Amnistía Internacional, Comisionado de Naciones Unidas para Namibia y titular de los Premios Nobel y Lenin de la Paz); Elie Abel (periodista y experto en radiodifusión y Decano de la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad de Columbia); Hubert Beuve-Méry (periodista, fundador del periódico 'Le Monde' y presidente del Centro de Formación y Perfeccionamiento de los Periodistas, de París); Elebe Ma Ekonzo, periodista y director general de la agencia de noticias Zaire-Presse); Gabriel García Márquez (escritor, novelista y periodista); Mochtar Lubis (periodista y presidente de la Fundación de la Prensa de Asia); Mustapha Masmoudi (secretario de Estado de Información y Presidente del Consejo Intergovernmental de Coordinación de la Información de los Países Alineados); Michio Nagai (periodista japonés, sociólogo y editorialista del periódico 'Asahi Shimbun'); Fred Isaac Akporuaro Omu (exdirector del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Lagos y Comisario de Información, Desarrollo Social y Deportes del estado de Bendel); Bogdan Osolnick (periodista yugoslavo y miembro de la Asamblea Nacional); Gamal el-Oteifi (exministro de Información y Cultura. Profesor Honorario de la Universidad de El Cairo, periodista, abogado y asesor jurídico. Vicepresidente del Parlamento); Johanes Pieter Pronk (economista y político de los Países Bajos); Joan Somavía

sociólogo y especialista en comunicación Marshall McLuhan, que finalmente tuvo que retirarse del proyecto y fue sustituido por Betty Zimmerman, periodista y directora de Relaciones Internacionales de la Canadian Broadcasting Corporation.

Bajo el título *Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, los expertos plantearon a la Asamblea General de la UNESCO –donde se debatió el informe- un análisis sobre la situación actual de la comunicación, algo que en algún momento podría plantearse como un problema desde el punto de vista global.

“La comunicación plantea un problema, en primer lugar, porque está retrasada, en sus principios, en sus parámetros y en su desarrollo en relación con las transformaciones que se producen y las aspiraciones que se manifiestan en la vida política y socioeconómica de muchos países, al igual que en el plano internacional<sup>95</sup>”.

No hay que olvidar que el planteamiento de este informe es mundial y pone de manifiesto las diferencias entre países y los retos que en términos generales tendría que afrontar un sistema de comunicación global. Entre sus conclusiones, los expertos abogaron por un cambio profundo y complejo en todos los sentidos: orgánicos, administrativos y económicos, y eso, -como se verá también en las advertencias del *Informe Bangemann*- pasaba por una mayor exigencia política. Y esa exigencia correspondía también a una ambición positiva de replantearse los problemas de la comunicación en función de su carácter global y de su interdependencia; dos cuestiones que con el tiempo, y medio siglo después, siguen siendo una utopía en los organismos internacionales.

---

(director ejecutivo del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales); Boobli George Verghese (periodista indio); Leonid Mitrofanovich Zamiatin (miembro del Soviet Supremo. Embajador y periodista), y Betty Zimmerman (periodista de radio y televisión y directora de Relaciones Internacionales de la Canadian Broadcasting Corporation).

<sup>95</sup> Informe provisional *Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, publicado por la UNESCO, más conocido como *Informe MacBride*.

De cualquier forma, y como conclusión, los miembros de la comisión de la UNESCO plantearon a finales de los setenta que

“El establecimiento de un nuevo orden mundial de la información esté íntimamente relacionado con las aspiraciones encaminadas al establecimiento de un nuevo orden económico internacional. Hay quienes consideran que este último es una condición previa para las transformaciones que deben producirse en el campo de la comunicación, así como en otros varios: educación, científico o social”.

Atendiendo a estas recomendaciones se puede decir que la Comisión Europea sí que hizo los deberes encargando su estudio particular al grupo de expertos liderado por Bangeman y en el que también se incluyeron Enrico Cabral da Fonseca, Peter Davis, Carlo De Benedetti, Pehr Gyllenhammar, Lothar Hunsel, Pierre Lescure, Pascual Maragall, Gaston Thorn, Cándido Velázquez-Gastelu, Peter Bonfield, Etienne Davignon, Jean-Marie Descarpentries, Brian Ennis, Hans-Olaf Henkel, Anders Knutsen, Constantin Makropoulos, Romano Prodi, Jan Timmer y Heinrich von Pierer.

Su trabajo se tituló “Europa y la Sociedad Global de la Información. Recomendaciones al Consejo Europeo”, que fue analizado posteriormente en la reunión del Consejo de Europa que se celebraría dos meses después en Corfú, en junio de 1994.

Convencidos de que era imprescindible apostar por la Sociedad de la Información, entre otras cosas porque podía ser un motor de desarrollo económico (de hecho se hablaba también en clave de empleo sobre este sector), el grupo propuso actuar de inmediato y contar con la cooperación de todos los actores implicados: sindicatos, empresarios, gobiernos, etc si el verdadero objetivo era obtener un positivo resultado de los avances a nivel europeo del desarrollo de la sociedad de la información.



A pesar de que inicialmente el grupo partió de la duda de que se fuera a aplicar una estrategia europea o individual, en sus recomendaciones finales animó a los países a ser los primeros en ponerse a la cabeza de la Sociedad de la Información porque ellos marcarían el ritmo a los demás. Esto exigía también una serie de compromisos por parte de la Unión Europea que, a su juicio, debería ser el órgano competente para garantizar el acceso equitativo a las infraestructuras de telecomunicaciones. Según el propio informe, “preparar a los europeos para el advenimiento de la Sociedad de la Información es una tarea prioritaria<sup>96</sup>”.

No obstante, no estaban hablando tanto en términos económicos como en clave de equidad puesto que, tanto Bangemann como el resto de sus colegas, abogaron en su informe por un plan de acción basado en iniciativas específicas de colaboración entre los sectores público y privado, pero con el compromiso de que el segundo fuera fundamental para que el nuevo mercado de las telecomunicaciones avanzase en Europa.

“En este sector, la inversión privada llevará la voz cantante. Los entornos monopolistas y anticompetitivos constituyen auténticos obstáculos a su funcionamiento. La situación difiere de otros ámbitos en los cuales los fondos públicos son de importancia fundamental para las inversiones estructurales, por ejemplo, en el de los transportes<sup>97</sup>”

“No habrá necesidad de subsidios públicos, ya que se habrá generado la confianza suficiente para atraer a las inversiones requeridas de fuentes privadas. En última instancia, el crecimiento del mercado es lo que se considera como la auténtica garantía para los inversores privados, que hace superfluos los subsidios y monopolios<sup>98</sup>”.

---

<sup>96</sup> *Informe Bangemann*

<sup>97</sup> *Informe Bangemann*. Capítulo I. Un plan de acción. Pg. 6.

<sup>98</sup> *Ibidem*. Capítulo V. La financiación de la sociedad de la información. Una tarea del sector privado

Estos expertos se mostraron convencidos de que la información poseía en aquel momento un efecto multiplicador que alcanzaría a todos los sectores económicos y que, con un mapa de tarifas determinadas por el mercado, irían apareciendo nuevos servicios y aplicaciones informáticas que permitirían un completo desarrollo de lo que, entre otras cosas, se entendió como un nuevo yacimiento de empleo. De ahí que recomendaran a los países de la Unión (y así se trasladó en la reunión del Consejo de Darfú, donde estuvieron presentes los representantes de cada uno de los Estados miembros) en que era necesario liberalizar el mercado de las telecomunicaciones.

“El Grupo tiene la convicción de que el progreso tecnológico y la evolución del mercado implican que Europa debe romper con políticas basadas en principios que pertenecen a una época anterior a la revolución de la información. El hecho principal del surgimiento de nuevos mercados es la necesidad de un nuevo entorno reglamentario que permita una competencia plena. Se trata de un requisito indispensable para movilizar el capital privado necesario para la innovación, el crecimiento y el desarrollo<sup>99</sup>”.

Y en este sentido, el Grupo recomendó a los Estados que abrieran a la competencia las nuevas infraestructuras y los servicios que se encontraban sometidos a monopolios porque, desde su punto de vista, para que funcionase el nuevo mercado eran necesarias, por un lado, normas claras, y por otro (y en esto coincide con el análisis que propone el Libro Verde de 1993) disponer de un marco único, justo y competitivo.

Como ya se ha visto, en el Libro Verde *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria*, se plantearon los problemas que podrían surgir dada la disparidad de normativas que sobre esta materia aplicara cada uno de los Estados miembros, hasta el punto de cuestionarse la necesidad de contar con algún tipo de autoridad competente, a nivel comunitario, sobre la cual habría que definir una serie de competencias que garantizaran un correcto funcionamiento del mercado de las telecomunicaciones a

---

<sup>99</sup> Ibidem. Capítulo II: Una revolución impulsada por el mercado

escala europea. En este sentido, el Grupo de Bangeman lo tuvo claro y recomendó establecer en el ámbito europeo una autoridad responsable –lo llamó Consejo- y, aunque no entró en mayores consideraciones respecto a las competencias que debería desarrollar, sí que propuso que estuviera formado por un representante de cada uno de los Gobiernos nacionales (un ministro responsable) dedicado a la Sociedad de la Información, y en el que la Comisión garantizase que se actuaba de forma similar en cada uno de los Estados miembros.

En este sentido, el Grupo propuso al Ejecutivo comunitario que creara una Junta compuesta por personalidades destacadas de todos los sectores afectados, incluidos los interlocutores sociales, para que se estableciera el marco necesario con el que se hiciera realidad la Sociedad de la Información y se fomentaran las oportunidades y los retos que este nuevo sistema representaría. Se estaba sugiriendo sin complejos ni compensaciones, que había que trabajar a nivel europeo porque el informe entendía que

“Las reacciones nacionales dispares en materia de normativa suponen una amenaza de fragmentación del mercado interior. (...) A medida que avanzamos hacia la Sociedad de la Información, se requiere, a nivel europeo, una respuesta normativa en ámbitos como la propiedad intelectual, la intimidad y la propiedad de los medios de comunicación, con el fin de optimizar los beneficios del mercado único para todos los agentes. (...) Así pues, nuestro objetivo primordial ha de ser la aplicación del principio de mercado único, la libre circulación de bienes y servicios<sup>100</sup>”.

En definitiva, el Grupo estaba recomendando que las actividades de la Unión tuvieran por finalidad establecer un marco normativo común y acordado internacionalmente para la protección de los derechos de propiedad intelectual, la intimidad y la seguridad de la información en Europa, y en su caso, a nivel internacional. “La Unión tendrá que desempeñar una función de vanguardia para evitar una disparidad normativa más

---

<sup>100</sup> *Ibidem*. Capítulo III: Completar el plan de acción

profunda”, aseguraron. Y en este sentido, establecieron la necesidad de abordar medidas en tres ámbitos para que todo funcionase: Uno, organismos europeos de normalización. Dos, unión: adoptar decisiones cuando no funcione el mercado de las telecomunicaciones. Y tres, que los gobiernos aceleren y apoyen la liberalización del mercado de las telecomunicaciones.

Los expertos aportaron una decena de aplicaciones en distintos órdenes de la vida (empresariales, sanitarios, para consumidores, etc) con los que mostrar el avance que supondría el uso de la Sociedad de la Información. Hablaron de teletrabajo, la enseñanza a distancia, una red de universidades y centros de investigación, servicios telemáticos para las pequeñas y medianas empresas (pymes), la gestión del tráfico por carretera, la gestión del tráfico aéreo, las redes de asistencia sanitaria, la red transeuropea de administraciones públicas, la convocatoria electrónica de ofertas y las autopistas de información urbanas.

Con esas recomendaciones, trataron de ahuyentar cualquier fantasma, temor o recelo que pudiera haber aparecido en alguno de los países miembros, y hasta tal punto lo consiguieron, que el Consejo de Corfú de junio de 1994 instó a la Comisión Europea a ponerse manos a la obra sin demorar demasiado tiempo, para iniciar las labores pertinentes y desarrollar la Sociedad de la Información a escala comunitaria.

Los jefes de Estado y de Gobierno reunidos en la ciudad griega de Corfú durante los días 24 y 15 de junio de 1994 compartieron el análisis y las conclusiones del grupo liderado por Bangemann e instaron a la Comisión Europea a que creara un “instrumento permanente de coordinación” que estuviera formado por un representante ministerial de cada uno de los Estados miembros con el fin de garantizar el avance en la Sociedad de la Información.

“El Consejo Europeo estima que la actual revolución tecnológica sin precedentes en el ámbito de la información, abre amplios horizontes de progreso económico, de empleo y de calidad de vida, a la par que significa un

reto de gran envergadura. A este desafío debe responder en primer lugar el sector privado, evaluando lo que está en juego y tomando las oportunas iniciativas, principalmente en materia de financiación. No obstante, el Consejo, igual que la Comisión, considera que la Comunidad y sus Estados miembros tienen un papel importante que desempeñar en el apoyo a estas realizaciones, imprimiendo un impulso político, creando una estructura reglamentaria clara y estable (especialmente en la protección de datos y al derecho de autor) y sentando ejemplo en los sectores bajo su patrocinio<sup>101</sup>”.

Los máximos dirigentes de cada país exigieron además crear a escala europea “lo antes posible” el marco reglamentario necesario para que, principalmente el sector privado, con el apoyo político de las instituciones públicas, pudiera participar en el desarrollo de la naciente Sociedad de la Información.

“El Consejo Europeo, tomando nota de de las conclusiones del Grupo Bangemann, considera que la importancia y complejidad de los temas suscitados por la nueva Sociedad de la Información justifican la creación de un instrumento permanente de coordinación para lograr que las diversas partes interesadas, tanto del sector público como privado, actúen en consonancia. Este instrumento de coordinación, que debe crearse lo antes posible, tendrá que basarse en el nombramiento en cada Estado miembro de un responsable ministerial que coordine todos los aspectos del asunto (políticos, financieros y reglamentarios) con vistas, entre otras cosas, a garantizar un enfoque coordinado en el Consejo. La Comisión actuará de forma similar. A escala comunitaria deberá establecerse lo antes posible el marco reglamentario necesario<sup>102</sup>”.

A partir de ese momento la acción política de la Comisión Europea en materia de comunicación derivó hacia la regulación de la liberalización del mercado de las

---

<sup>101</sup> Conclusiones del Consejo Europeo de Corfú. Punto 1, apartado 4. La sociedad de la información.

<sup>102</sup> *Ibidem*

telecomunicaciones tomando como referencia el *Informe Bangemann*. Hay quien considera que este documento fue el primero y el de mayor importancia que se ha registrado en la Unión Europea en materia de comunicación y lo cierto es que su publicación consiguió despertar e impulsar a las entonces paralizadas instituciones comunitarias en un contexto marcado por la agilidad tecnológica y la necesidad de impulsar el uso de las telecomunicaciones entre la ciudadanía.

Los efectos no se servirían solo en clave de desarrollo tecnológico sino también en el ámbito laboral y en el de la propia evolución de la sociedad. A pesar de las críticas, lo cierto es que las conclusiones del grupo de expertos liderados por Bangemann marcaron un punto de inflexión en la forma de actuar de las instituciones comunitarias. No hay que olvidar tampoco que el momento coincide en el tiempo con la aprobación del Acta Única del Mercado y con la liberalización de los mercados, y en ese sentido, las reflexiones del *Informe Bangemann* tienen mucho que ver con las necesidades de esa apuesta.

Conocidas por tanto las recomendaciones, el siguiente paso que tenía que dar la Comisión Europea era actuar. Y lo hizo preparando un plan de actuación que aplicaría durante los años siguientes.

#### 2.3.4 Europa en marcha hacia la Sociedad de la Información. Plan de actuación.

Con las conclusiones del *Informe Bangemann* sobre la mesa y el mandato político del Consejo de Europa para crear un marco reglamentario en el que se desarrollase la Sociedad de la Información, la Comisión Europea redactó su plan de actuación constituido como un gran esquema de trabajo que incluía fechas concretas esparcidas a lo largo de los dos años siguientes (1994 y 1995) y acciones igualmente definidas que fueron recogidas en una Comunicación enviada al Parlamento Europeo y al Consejo Europeo, y a la que denominó *Europa en marcha hacia la Sociedad de la Información*.

La respuesta que se esperaba de las instituciones europeas era que se pusieran manos a la obra para evitar las iniciativas que se anulasen mutuamente o que fueran incompatibles entre sí. Además, según las recomendaciones de los expertos liderados por Bangemann, debía haber una coordinación comunitaria, coherente y equilibrada de medidas que se completara mutuamente, por eso, la Comisión debía encargarse de establecer ese marco reglamentario apropiado. Por otra parte, tal y como sugirió el grupo de expertos, el sector privado debería desempeñar su papel empresarial y poner en marcha sin dilaciones iniciativas concretas para crear rápidamente la Sociedad de la Información. No obstante, ambos caminos debían avanzar a la par.

En lo que tenía que ver con la tarea encomendada a la Comisión –la de crear un marco normativo común- el Ejecutivo comunitario definió su trabajo en base a cuatro campos que se detallan a continuación. El primero fue el de la creación del marco reglamentario y jurídico en el cual se hicieran las nuevas propuestas, sobre todo acerca de las infraestructuras de telecomunicaciones, la liberalización de servicios, la protección de los derechos de propiedad intelectual y de la intimidad, la concentración de los medios de información y la actualización de las reglas del juego respecto a la libre circulación de las emisiones de televisión en el espacio europeo.

Por cada uno de estos apartados, la Comisión propuso la elaboración de una serie de documentos que se fueron presentando inmediatamente después en el tiempo y con los que se fue componiendo el amplio marco reglamentario que se habían propuesto desarrollar y que es el que existe hoy. Para empezar, si se quería crear una sociedad europea de la información, era “primordial”, como lo consideró la propia Comisión Europea, garantizar la libre circulación de los servicios dentro de las fronteras interiores, desterrando la incompatibilidad que existía entre las normativas de los distintos estados, tal y como se había puesto de manifiesto en el Libro Verde de 1993 titulado *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior*. Este Libro Verde fue revisado dos años después de su publicación, como se verá más adelante.

“Conviene en estos momentos buscar un acuerdo sobre el principio de liberalización de las infraestructuras en el sector de las telecomunicaciones y fijar fechas concretas para su aplicación. Ello complementará el acuerdo sobre la plena liberalización de los servicios, con arreglo a la Resolución del Consejo de julio de 1993<sup>103</sup>”.

Por ese motivo, el plan organizado por la Comisión incluía en primer lugar la elaboración de un Libro Verde sobre infraestructuras que estuvo terminado a finales de año, con el objetivo de consultar y conocer las condiciones necesarias para liberalizar de manera generalizada las infraestructuras de prestación de servicios públicos de telecomunicaciones que existían en ese momento.

Además, la Comisión entendía, como se había sugerido también en ese mismo Libro Verde del 93 y había constatado después el grupo de expertos, que era necesario crear un organismo a nivel europeo que coordinara la actuación de los países miembros en esta materia y cuyo mandato se incluyó también en su plan de acción a partir de la posibilidad de presentar propuestas durante el año siguiente.

“Teniendo en cuenta el principio de subsidiariedad, la Comisión estudiará en profundidad aspectos institucionales y examinará con detalle qué actividades realizadas actualmente por los Estados miembros y la Comisión podrán encargarse a un organismo de ese tipo, y empezará a hablar de estos asuntos con las autoridades de los Estados miembros<sup>104</sup>”.

Dentro de este primer gran bloque del plan de acción, el Ejecutivo comunitario incluyó otra serie de compromisos como la presentación de una comunicación que se publicó en octubre sobre un mayor uso de la normalización<sup>105</sup> como ayuda a la política

---

<sup>103</sup> *Europa en marcha hacia la sociedad de la información*. Pg. 5. COM (94) 347 final.

<sup>104</sup> *Ibidem*.

<sup>105</sup> Se entiende por “normalización” un aspecto fundamental para lograr la interconexión de redes y la interoperabilidad para lograr la interconexión de servicios a nivel internacional.



de la Unión, o un seminario para lograr el consenso sobre los aspectos específicos de la tecnología de la información que se celebraría un mes después, y cuyos resultados se convertirían en medidas oportunas que desarrollaría la Comisión a lo largo de 1995.

Desde un punto de vista técnico, la Comisión abrió un periodo de solicitud de propuestas para mejorar la interconexión de las redes y para llevar a cabo una actualización del marco de la oferta de red abierta que contemplara, por un lado, las normas de interconexión de los prestadores de servicios que operaban en ese momento, y por otro, la de los nuevos prestadores que estuvieran interesados en hacerlo. No hay que olvidar que el objetivo en estos momentos era canalizar la liberalización de los servicios de telecomunicaciones y recogerlo en una norma comunitaria que fuera el resultado de la mayor participación posible. De ahí que también se trabajara en determinados planes para reequilibrar las estructuras tarifarias “como elemento fundamental para preparar la liberalización”; en la orientación de los costes, para facilitar la transición a la competencia, y en completar las investigaciones ya iniciadas sobre la financiación del servicio mundial con la vista puesta en fijar unos principios comunes que debían de haberse sentado antes de que terminara el año 1995.

Además, la Comisión mantuvo una intensa actividad de contactos a nivel mundial tanto con Estados Unidos como con Japón y Canadá enmarcados dentro de las negociaciones de los denominados servicios básicos de telecomunicaciones en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS). Participó de forma activa en las reuniones de la Organización Internacional de Comercio; la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; la Unión Internacional de Telecomunicaciones y en las del G7, en cuyo encuentro en Nápoles celebrado en 1994, se acordó celebrar una reunión en Bruselas que organizó la Comisión a finales de ese año, y cuyo objetivo fue crear una infraestructura mundial de información abierta, competitiva e integrada.

Teniendo en cuenta el desarrollo de los acontecimientos y la velocidad con la que se sucederían los cambios previstos, la Comisión entendió que era el momento de revisar

las medidas relacionadas con los derechos de propiedad intelectual y abordar incluso si existía la necesidad de adoptar medidas adicionales. Para ello, elaboró un Libro Verde sobre los derechos de propiedad intelectual en la Sociedad de la Información del que se dará cuenta más adelante.

También se aceptaron las sugerencias del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el uso de normas para el tratamiento de señales de televisión<sup>106</sup>; se redactó un Libro Verde sobre protección jurídica de las emisiones cifradas en el mercado interior que se centró en los problemas derivados de la falta de legislación específica en algunos Estados miembros y en la disparidad que existía entre las normativas de otros, y se propuso elaborar una comunicación para analizar las cuestiones relacionadas con la seguridad de la información que incluiría la posibilidad de cooperar con terceros países y que debía estar lista en septiembre de 1994.

Posteriormente, la Comisión presentó una comunicación al Consejo y al Parlamento Europeo sobre el control de la aplicación del Libro Verde sobre *Pluralismo y concentración de los medios de información en el mercado interior* (cuyo contenido y recomendaciones se analizará más adelante) con el objetivo de evitar que se siguiera fragmentando el mercado interior como consecuencia de la aparición de nuevas normativas nacionales.

Y para terminar este gran bloque del plan de acción de la Comisión, se propuso revisar la Directiva de 1989 Televisión Sin Fronteras porque se entendió que para elaborar un marco reglamentario completo no había que renunciar a tomar medidas que tuvieran en cuenta el carácter específico de los programas audiovisuales, en especial sus repercusiones culturales y sociológicas, independientemente de cuál fuera su modo de transmisión, como se justifica en el plan de acción<sup>107</sup>.

---

<sup>106</sup> COM (93) 556 final – COD 476

<sup>107</sup> COM (94) 347 final. Página 10

El segundo de los grandes escenarios marcado dentro del plan de acción de la Comisión Europea para abordar el marco normativo común tenía que ver con las redes, los servicios básicos, las aplicaciones y los contenidos. Para su puesta en marcha, la Comisión entendió que debía unir a las partes interesadas, de manera que se impulsara el desarrollo de las aplicaciones en los sectores que había propuesto el Grupo de alto nivel liderado por Bangemann y que habían sido aprobados por el Consejo Europeo<sup>108</sup>. En este sentido, la labor del Ejecutivo comunitario consistiría principalmente en fomentar la creación de asociaciones tanto en el ámbito de las redes transeuropeas como en el sector audiovisual. Para conseguirlo, se publicaron convocatorias de ideas en varios sectores y se organizaron reuniones con los agentes potenciales (usuarios, operadores, prestadores de servicios, fabricantes de equipos, etc), mesas redondas, foros, conferencias... El objetivo era poner en marcha ensayos de campo y experimentos pilotos a gran escala en entornos comerciales de la vida real.

Entre las propuestas recogidas en este segundo gran apartado –casi todas de carácter técnico- la Comisión incluyó las siguientes: la adopción por parte del Consejo y del Parlamento de las propuestas de la Comisión sobre las RTE-RDSI<sup>109</sup>; la creación de un Comité directivo europeo de banda ancha (había sido una sugerencia del informe Bangemann) en el que estuvieran representados todos los agentes involucrados técnicamente en el proceso; la publicación de un Libro Verde en el que se proponía seguir liberalizando el sector y avanzando hacia mercados de equipos, redes y servicios<sup>110</sup>; la aprobación de una directiva basada en el artículo 90 del Libro Verde de los Satélites<sup>111</sup> por la que se liberalizaban los servicios y equipos de satélites a finales

---

<sup>108</sup> Teletrabajo, la enseñanza a distancia, una red de universidades y centros de investigación, servicios telemáticos para las PYME, la gestión del tráfico por carretera, la gestión del tráfico aéreo, las redes de asistencia sanitaria, la red transeuropea de administraciones públicas, la convocatoria electrónica de ofertas y las autopistas de información urbanas.

<sup>109</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 (DO L 298 DE 13.10.1989, p.23)

<sup>110</sup> Libro Verde sobre un planteamiento común en el campo de las comunicaciones móviles y personales de la Unión Europea (COM (94) 145 final).

<sup>111</sup> Libro Verde sobre un planteamiento común en el ámbito de las comunicaciones por satélite en la Comunidad Europea.

del verano, y la redacción de una comunicación sobre el suministro de capacidad de segmento espacial y el acceso a la misma<sup>112</sup>.

En lo que se refería a la creación de servicios básicos, el trabajo plasmado en el plan de acción pasaba por poner en marcha un Foro Europeo de Servicios Básicos que buscara estrechar la cooperación entre los servicios comunes, y la creación de un grupo de trabajo que se encargara de determinar los beneficios de la coexistencia y la convergencia de internet y las condiciones necesarias para lograrlo.

A todo esto había que sumar la colaboración del sector privado que tenía que ser el encargado de diseñar y realizar las iniciativas empezando por la base, a poder ser, en lo que se refería a las aplicaciones relacionadas con el interés público. En ese sentido, el compromiso de la Comisión pasaba por prestar ayuda de distinto tipo para hallar esas nuevas aplicaciones de las telecomunicaciones. Como medida práctica inmediata la Comisión creó una Oficina de Proyectos de la Sociedad de la Información<sup>113</sup> que debía actuar como un interfaz sencillo entre la Comisión y quienes tomaban las iniciativas en los distintos campos (enfoque denominado "compras con una sola parada") a fin de lograr el mejor uso posible de los instrumentos que ya existían.

Aunque la base del desarrollo de la Sociedad de la Información dependería del sector privado, la Comisión asumió el compromiso de colaborar en la medida de lo posible agilizando, por ejemplo, el desarrollo de las decisiones adoptadas por el Consejo de

---

<sup>112</sup> Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre las comunicaciones por satélite: suministro de capacidad de segmento espacial y acceso a la misma (COM (94) final del 10.06.94).

<sup>113</sup> Information Society Project Office (ISPO), por sus siglas en inglés. Era una especie de ventanilla única con vistas a responder a cualquier cuestión relativa a políticas, reglamentaciones y acciones comunitarias relacionadas con la puesta en marcha de la Sociedad de la Información. Dispone además de una serie de teléfonos de contacto para que los ciudadanos puedan realizar cualquier tipo de consulta. Esta oficina se crea con los siguientes objetivos: servir de contacto único para la Comisión y ayudar a la industria y a los usuarios a utilizar de manera óptima los instrumentos y recursos existentes; ser un "corredor" en información e ideas para las partes interesadas; sensibilizar al impacto potencial de la Sociedad de la Información; ser lugar de intercambio de soluciones potenciales a los problemas planteados por ella, y facilitar la proyección de acciones de cooperación internacional.

Curfú, o convocando en el menor tiempo posible, el que entonces fue el IV Programa Marco (1984-1994) para ayudar a las actividades de difusión o tecnología.

Y por último, en lo que tiene que ver con los contenidos, la Comisión publicó en abril de 1994 el Libro Verde sobre las opciones estratégicas de fortalecimiento de la industria europea de programas en relación con la política audiovisual de la UE. Su seguimiento abarcaba tanto aspectos reglamentarios (por ejemplo, el fomento de programas europeos) como incentivos.

El tercer gran bloque del plan de acción de la Comisión Europea abordaba los aspectos sociales y culturales, incluidas las consideraciones lingüísticas de la sociedad de la información que habían sido respaldadas también por los países miembros aunque desde la insistencia de hacerlo de la forma adecuada, evitando diferencias. Para ello, se propuso establecer un grupo de expertos de alto nivel que asesorara sobre los problemas que pudieran aparecer en ese sentido y colaborar a convenir las medidas que se tuvieran que tomar en esos casos. La idea, en este sentido, nació con determinadas precauciones:

“La Sociedad de la Información promete la creación de puestos de trabajo, aumentar la solidaridad social y fomentar la diversidad lingüística y cultural europea. No obstante, si no se estructura de manera adecuada, puede crear diferencias sociales y económicas. Es preciso un fuerte apoyo por parte de los ciudadanos europeos para que la Sociedad de la Información pueda “despegar” realmente. Es probable que su creación produzca algunos temores, que no deben infravalorarse<sup>114</sup>”.

En este sentido, la Comisión se marcó como prioridades, en primer lugar, la creación de empleo en este nuevo marco de posibilidades tomando como referencia los acuerdos con los interlocutores sociales. Propuso llevar a cabo evaluaciones para conocer las repercusiones previstas sobre el empleo y preparar informes al respecto.

---

<sup>114</sup> COM (94) 347 final. Página 15

En segundo lugar, los aspectos sociales y más teniendo en cuenta que la Sociedad de la Información transformaría profundamente la vida diaria y el tiempo de ocio, sin perder de vista que esto mismo podría provocar también rechazo y aislamiento. Estas consideraciones serían también motivo de continuo seguimiento por parte de la autoridad competente y a partir de ahí se trabajaría en la cohesión regional, económica y social.

La tercera prioridad fueron los aspectos culturales, para lo cual se propuso facilitar la difusión de los valores culturales europeos y el aprovechamiento de la herencia común. La Comisión entendía que el cine o los programas de televisión no podían tratarse como otros productos porque eran medios importantes para señalar la identidad, el pluralismo y la integración europea. Para ello se propuso elaborar el Libro Verde sobre el sector audiovisual cuyo objetivo era que la política audiovisual fuera considerada un elemento clave de la estrategia de contenido.

Y, finalmente, la cuarta prioridad para la Comisión Europea fueron las cuestiones lingüísticas, la diversidad. En este sentido, se propuso redactar una comunicación que estuviera publicada en enero de 1995 en la que se señalaran los modos de tratar las cuestiones lingüísticas europeas y fomentar la industria basada en la lengua que se estaba originando.

Por último, el cuarto gran bloque del plan de acción de la Comisión Europea se basaba en fomentar la Sociedad de la Información a fin de que hubiera una mayor conciencia y apoyo por parte del público. Para ello, se llevarían a cabo actividades de información para ciudadanos en general y para expertos en la materia, a las que siguió la distribución a todos los niveles del *Informe Bangemann* para que se conocieran los objetivos y necesidades de la nueva Sociedad de la Información.

Sin duda, este plan de acción de 1994 se convirtió en el gran marco de actuación de las instituciones europeas conocido hasta el momento en materia audiovisual y de

hecho, marcó la gran agenda comunitaria sobre los pasos a seguir durante los meses siguientes con planes, documentos y fechas concretas. Todas estas medidas se fueron poniendo en marcha por parte de la Comisión Europea para conseguir, sobre todo, la liberalización de los mercados y el desarrollo del sector audiovisual.

El plan se fue aplicando poco a poco y entre los principales logros conseguidos años después destaca la liberalización del sector audiovisual aceptado por todos los Estados miembros desde el 1 de enero de 1998 o la concentración de empresas de comunicación en el ámbito nacional e internacional.

Desde el punto de vista interno, este plan supuso una especie de revolución interna en el seno de la Comisión aunque basado, como solía ser habitual, en una intensa actividad analítica centrada en la presentación de informes, documentos y libros verdes y blancos, entre los que destacan los que se detallan en los siguientes apartados.

#### 2.3.4.1 Libro Verde sobre la Liberalización de las Infraestructuras de Telecomunicación y las redes de televisión por cable.

Tras el Consejo de Corfú, y obedeciendo al mandato de los jefes de Estado y de Gobierno reunidos en la ciudad griega, la Comisión Europea elaboró el Libro Verde sobre la Liberalización de las Infraestructuras de Telecomunicación y las redes de televisión por cable, un documento que también se entendió como la revisión del Libro Verde de 1993 *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria* y que la Comisión decidió dividir en dos partes. En la primera de ellas se centró en la revisión de los principios que debían regir la nueva Sociedad de la Información y los plazos para aplicar las principales medidas; y en la segunda, la puesta en marcha de las infraestructuras de telecomunicación en la Unión Europea. Este último documento se publicó a principios de 1995 y con él se pretendió abrir un debate de una forma

profunda sobre las nuevas regulaciones del sector de las telecomunicaciones y la liberalización del sector.

#### Parte I. Principios y Plazos.

Para elaborar esta primera parte, la Comisión Europea tuvo muy presente el *Informe Bangemann* redactado por el grupo de profesionales de las telecomunicaciones liderados por el político alemán, Martin Bangemann, y en el que instaban a la Unión Europea y a los estados miembros a trabajar en común por la aplicación y el desarrollo de la Sociedad de la Información a través de la liberalización del mercado y la garantía del libre acceso a las nuevas tecnologías por parte de todos los ciudadanos de la comunidad europea.

En ese contexto surgió este Libro Verde, cuyo principal compromiso fue asumir que el 1 de enero de 1998 se liberalizaría el mercado de los servicios de telefonía móvil en toda la Unión Europea. No obstante, se concedió un periodo de moratoria para que algunos países pudieran adaptar sus normativas y flexibilizarlas para obedecer a las nuevas condiciones del mercado único que se buscaba desde las instituciones comunitarias. Entre estos países se encontraban España, Italia o Grecia.

La Comisión entendió que la liberalización supondría un beneficio para todos los Estados miembros en términos económicos, industriales e incluso sociales (ya lo había hecho previamente el *Informe Bangemann*) y por eso insistió en que a mayor liberalización del mercado, mayor crecimiento económico. De hecho, esta era una de las recomendaciones con las que había concluido el citado informe de los expertos en telecomunicaciones. En este sentido, y del mismo modo que sugería el informe Bangemann, la Comisión apostaba por la financiación privada para poder ejecutar estos nuevos compromisos e insistía en que para poder desarrollar el nuevo escenario, lo fundamental era tener un mercado abierto y competitivo.



El planteamiento inicial en esta primera parte del Libro Verde contemplaba la revisión de las restricciones que entonces estaban aplicando los Estados miembros en cuatro áreas específicas: los servicios de comunicación por satélite, las comunicaciones terrestres, las redes para la provisión de redes de teléfono (RDSI, Banda Ancha, etc) y los propios servicios de telefonía para el público en general. Y por eso, lo primero que se hizo fue levantar de inmediato las restricciones que existían respecto al uso de las infraestructuras propias o de terceros países que ya estuvieran autorizadas por los Estados miembros y después se proveyó de licencias de nuevas infraestructuras para los servicios liberalizados y se promovió la plena utilización de la norma comunitaria para los servicios de telefonía móvil, una vez liberalizados.

En este sentido, la Comisión asumió como principio general que, cuando la prestación de servicios de telecomunicaciones estuviera abierta a la competencia, debía garantizar que existiera la libre elección de infraestructuras sobre la que se prestaban los servicios.

Todas estas propuestas fueron planteadas y aprobadas por los estados miembros, convencidos de que el momento exigía un desarrollo y una apuesta por el sector audiovisual.

## Parte II. Debate e infraestructuras.

Alcanzado ya el consenso político sobre la liberalización de las infraestructuras de telecomunicaciones en Europa (a partir del *Informe Bangemann* y rubricado en las conclusiones del Consejo de Corfú), la Comisión Europea inició un gran debate en profundidad con todas las partes implicadas con el objetivo de encontrar un enfoque común respecto al desarrollo de las infraestructuras de telecomunicaciones en Europa.

El debate que se abrió con la segunda parte del Libro Verde sobre *La liberalización de las Infraestructuras de Telecomunicación y las redes de televisión por cable*,

perseguía tres objetivos por parte de la Comisión. En primer lugar, una competencia en el mercado interno de las telecomunicaciones, estimulando su desarrollo y su evolución; en segundo lugar, proveer a la Unión Europea de costes eficientes para el desarrollo de los servicios que beneficiaran tanto a las empresas como a los consumidores. Y, finalmente, estimular la investigación tanto pública como privada para que se garantizase la innovación y la creación de empleo en este nuevo sector<sup>115</sup>.

El salto que se estaba dando era importante; se había pasado del planteamiento inicial a la práctica instando a la Comisión a tomar ya algunas iniciativas. Con este debate, las instituciones comunitarias se plantearon ver con qué elementos se debía componer ese sistema común; qué métodos había que aplicar para que los costes fueran igualmente universales y a la vez rentables tanto para las empresas como para los consumidores, y finalmente, buscar una fórmula de financiación en un mercado de telecomunicaciones que debía ser competitivo.

La primera medida que tomaron fue la de abrir el mercado de las telecomunicaciones que, hasta ese momento, estaba bastante monopolizado en todos los Estados miembros. Estaban convencidos de que la liberalización de las infraestructuras permitiría igualmente liberalizar las telecomunicaciones a través de la mejora de la investigación y explotación de las nuevas tecnologías. Pero para ello fue necesario establecer un calendario que debían conocer todos los sectores implicados, incluyendo los tradicionales y los nuevos investigadores. La fecha clave era la del 1 de enero de 1998, momento en el que se liberalizarían los mercados a nivel europeo. No obstante, había algunos obstáculos que salvar como el hecho de que existieran diferencias entre los Estados miembros en lo que a regulación se refería, por ejemplo, en el caso de la

---

<sup>115</sup> El Libro Verde lanzó una serie de preguntas para componer el espacio en el que se debía desarrollar el sector tecnológico. ¿Cómo debe ser el desarrollo universal de este servicio? ¿Cuánto debería costar y quién debería participar en él? ¿Cuál debería ser el futuro marco de la interconexión y la interoperabilidad? ¿Cómo deberían concederse las licencias? ¿Qué restricciones se deberían tener en cuenta en el número de licencias y qué condiciones deberían cumplirse para obtenerlas? ¿Cómo debe asegurarse la competitividad en este marco? ¿Cómo pueden contribuir estas nuevas infraestructuras al reto del empleo? ¿Cómo puede Europa desarrollar el empleo en las telecomunicaciones? ¿Cómo puede Europa asegurar un acceso efectivo al mercado global? ¿Qué efectos colaterales puede tener en la sociedad la Sociedad de la Información y cómo pueden regularse?

televisión por cable. Estas diferencias, según la propia Comisión, amenazaba con impedir el desarrollo de las comunicaciones y los servicios de información en la Unión Europea.

Por eso, y para que su aplicación fuera poco a poco haciéndose realidad, la Comisión y los Estados miembros celebraron un Consejo europeo sobre telecomunicaciones el 17 de noviembre de 1994 en el que reconocieron el principio general según el cual “la provisión de infraestructuras de telecomunicaciones debía ser liberalizada, incluyendo periodos de transición adicional para determinados países”. De esta forma se abría un nuevo periodo en la política audiovisual de las instituciones comunitarias cuyo compromiso, sellado en este Libro Verde, recogía algunos principios fundamentales.

El primero de ellos era garantizar la supresión de los derechos especiales y exclusivos sobre el uso de las infraestructuras para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Lo contrario, se enfrentaría directamente con la liberalización de los mercados a la que ya se habían comprometido tanto la Comisión como los estados miembros.

El segundo, se centraba en salvaguardar y desarrollar el servicio universal. Se trataba de garantizar el acceso a un servicio mínimo de calidad para todos los usuarios y a un precio asequible. El criterio se estableció en base a los principios de universalidad, igualdad y continuidad con el objetivo de “asegurar que los beneficios del servicio telefónico más barato y de mejor calidad, así como a la mayor competencia y libertad de elección, se transmiten a todos los usuarios<sup>116</sup>”. En este sentido, la Comisión Europea no descartó apoyos financieros a través de subvenciones locales, aunque insistió en que la responsabilidad de su puesta en marcha debía ser de las empresas privadas.

---

<sup>116</sup> Libro Verde sobre *La Liberalización de las Infraestructuras de Telecomunicación y las redes de televisión por cable*. Parte II. Debate e infraestructuras.

El tercero de los grandes principios de la nueva política audiovisual de la Comisión Europea recogía el compromiso de establecer una directiva de interconexión e interoperatividad para el sector audiovisual. Con esta medida se consiguieron eliminar las restricciones que pudieran surgir a partir de la aplicación de las normas que en materia de competencia entraban dentro de la aplicación del ámbito nacional. Las instituciones comunitarias incrementaron la labor de explicación de esta medida en el seno de los países miembros y, de alguna forma, les sugirieron algunas políticas de actuación en este campo. De hecho, según el Libro Verde, se hizo necesario:

“Establecer los derechos y obligaciones de los proveedores públicos de infraestructuras de telecomunicaciones en lo que respecta a las solicitudes de interconexión, y ofrecer ofertas estándar; dar prioridad a la negociación comercial de los acuerdos públicos que luego serán supervisados por las autoridades nacionales de reglamentación<sup>117</sup>”.

En definitiva, la Comisión instó a los miembros de la Unión Europea a establecer normas comunes de competencia leal y a fomentar la transparencia de los acuerdos de interconexión y ella se comprometió a su vez a establecer mecanismos de resolución de conflictos a nivel nacional y europeo que pudieran surgir en virtud de la aplicación de la nueva norma.

El cuarto de los principios tenía que ver con la concesión de las licencias para nuevos servicios de telecomunicación. Según el Libro Verde, los Estados miembros debían autorizar la creación de infraestructuras en la Unión Europea mediante procedimientos abiertos, no discriminatorios y transparentes, e insistía además en que no debía haber discriminación por razones de nacionalidad y en que cualquier limitación en el número de licencias debía tener en cuenta el criterio de proporcionalidad.

Todas estas medidas, irían acompañadas de un impacto social que la Comisión Europea también debía controlar.

---

<sup>117</sup> *Ibidem*.

“Los servicios prestados a través de las infraestructuras en Europa tendrán un efecto importante en la calidad y la forma de vida de los ciudadanos. Atención prioritaria también se le dará al estudio y seguimiento del impacto social de la difusión de las nuevas tecnologías y de un entorno competitivo para las infraestructuras de la comunicación (en particular, en relación con los ámbitos del empleo y la política cultural así como la necesidad de evitar el desarrollo de una Sociedad de la Información de ricos y pobres)<sup>118,</sup>”

La Comisión propuso también la puesta en marcha de un programa de acción integral con el que se investigaran los posibles riesgos para la salud asociados a la proliferación de infraestructuras fijas e inalámbricas y a acelerar la preparación de las normas de seguridad necesarias, así como a proporcionar orientación general en todo lo que tenía que ver con el uso de las nuevas tecnologías.

Finalmente, en el último Consejo Europeo del año 1994, los jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea aprobaron todos estos principios y ratificaron los mismos compromisos que habían adoptado seis meses antes en el Consejo de Corfú. No obstante, insistieron además en instar a la Comisión Europea a que elaborase propuestas para revisar la Directiva Televisión Sin Fronteras y para que creara un nuevo programa MEDIA de apoyo financiero al sector audiovisual. Igualmente pidieron a los ministros de Industria y Telecomunicaciones de los Estados miembros que realizaran el seguimiento de las medidas necesarias para que se estableciera rápidamente el marco jurídico necesario para desarrollar el libre acceso al mercado, la protección de datos y la protección de la propiedad privada<sup>119</sup>.

En definitiva, y como venía ocurriendo desde principios de los noventa y se mantendría hasta finales de esta década, ni la atención del Consejo ni la de la Comisión estaba puesta en este momento en la tarea comunicativa propiamente dicha

---

<sup>118</sup> *Ibidem*.

<sup>119</sup> Conclusiones de la Presidencia tras la reunión del Consejo Europeo de Essen, 9 y 10 de diciembre de 1994.

sino en la evolución de la política audiovisual y tecnológica. Y así quedó reflejado también en el encuentro que los máximos responsables de los estados miembro mantuvieron en Essen (Alemania) en el que un único párrafo de las conclusiones del encuentro hace referencia a la mejora de la información.

“Existe la necesidad, entre los estados miembros de la UE y los países asociados, de tener un mejor conocimiento de las sociedades de cada cual. Por consiguiente, se requieren una expansión y una profundización de los esfuerzos de información, así como, por supuesto, el pleno respeto de la libertad de radiodifusión, de la libertad de prensa y de la libre circulación de las ideas<sup>120</sup>”.

#### 2.3.4.2 Libro verde Los derechos de autor y los derechos afines en la Sociedad de la Información<sup>121</sup>.

Una vez puestas las bases para la posterior liberalización del sector de las telecomunicaciones, fijado para el 1 de enero de 1998, la Comisión Europea entendió que debía preocuparse de un aspecto fundamental para que el éxito de esa propuesta estuviera garantizado: los derechos de autor.

“Los esfuerzos creativos que fomentan las inversiones en los nuevos servicios sólo pueden llevarse a cabo y estar justificados si, en dicho entorno digital, la protección que dan los derechos de autor y los derechos afines a las obras y servicios es suficiente. En efecto, una vez que el servicio se ha prestado a través de la red, es muy difícil, sin una adecuada protección, velar por que la obra o la prestación no sean copiadas, transformadas o explotadas sin el conocimiento de los autores y en su perjuicio. Esta consecuencia se deriva de la especificidad de la tecnología digital, que posibilita la transmisión y la copia

---

<sup>120</sup> *Ibidem*.

<sup>121</sup> COM (95) 382 final. Bruselas, 19 de julio de 1995.

de gran número de datos con mucha mayor facilidad que en el entorno analógico tradicional<sup>122</sup>”.

La decisión se había tomado en la Conferencia del G-7 celebrada los días 25 y 26 de febrero de 1995 en Bruselas donde se confirmó la necesidad de dar un alto grado de protección jurídica y técnica al contenido creativo que se difundiría a través de las nuevas infraestructuras en las que se estaba trabajando desde la Unión Europea. En aquel encuentro, los ministros alentaron a proseguir las diferentes iniciativas nacionales, bilaterales, regionales e internacionales, incluida la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con objeto de asegurar que los regímenes de protección de la propiedad intelectual y de protección técnica garantizan a los autores el control de la utilización de sus obras en estas infraestructuras.

Con ese objetivo el Ejecutivo comunitario elaboró el Libro Verde sobre *Los derechos de autor y los derechos afines en la Sociedad de la Información*, a través del cual preguntaba a la ciudadanía sobre cuáles debían ser las bases para fijar el futuro programa de trabajo de la Comisión en ese ámbito. Según el propio documento, la Unión Europea invitaba a

“participar en esta consulta, que se inscribe al propio tiempo en la perspectiva de una mayor transparencia de los trabajos de la Comisión y en el principio de subsidiariedad, ya que sólo se propondrán medidas si se consideran absolutamente necesarias<sup>123</sup>”.

No obstante, y para conseguirlo, la Comisión abogaba por la necesaria colaboración de todos los Estados miembros con el ánimo de garantizar esa liberalización a escala comunitaria que ya se había defendido en el Libro Verde de 1993. Tenía que ocurrir lo mismo en el marco de los derechos de autor porque si no quedaba coja la idea. Si alguno de los países de la UE no armonizaba las normas relativas a los derechos

---

<sup>122</sup> Libro Verde. *Los derechos de autor y los derechos afines de la Sociedad de la Información*. COM (95) 382 final. Bruselas, 19 de julio de 1995.

<sup>123</sup> *Ibidem*

exclusivos de autorización o de prohibición de la utilización, la reproducción, etc. de las obras y las prestaciones protegidas, “se obstaculizaría la libre circulación de los productos y los servicios concernidos”, según el manual.

“Por ello sólo podrá evitarse una excesiva delimitación territorial de los derechos otorgados en virtud de la legislación nacional mediante la armonización de las legislaciones de los Estados miembros. Por otra parte, sin un grado suficiente de armonización a escala comunitaria, los mercados de los nuevos servicios podrían seguir fragmentados, impidiendo así el desarrollo de los servicios que requieren una explotación sobre un mercado más amplio que los mercados nacionales para hacerse rentables<sup>124</sup>”.

Si durante todo el periodo inmediatamente anterior la Comisión Europea había defendido la liberalización del mercado de telecomunicaciones, entre otras cosas, para fomentar y dinamizar la economía, su preocupación sobre este hecho no debía dejarse al libre albedrío. De hecho, en este documento insiste en la necesidad de garantizar la defensa de los derechos de autor puesto que es un componente esencial para mantener a su vez esa fortaleza económica por la que se abogaba desde la Unión Europea.

“La protección de los derechos de autor y los derechos afines se ha convertido en uno de los componentes esenciales del marco legislativo preciso para asegurar la competitividad de las industrias culturales. Sólo una protección efectiva de estos derechos puede fomentar la inversión necesaria para el desarrollo de las actividades de creación y de innovación, que constituyen una de las claves del valor añadido y de la competitividad de la industria europea, puesto que ha quedado de manifiesto que la industria sólo invierte en las diferentes actividades de creación en la medida en que puede, al propio tiempo, impedir la apropiación ilícita de dichas actividades y recoger más adelante los

---

<sup>124</sup> *Ibidem*.



resultados de esta inversión durante el tiempo de protección conferido por los derechos de autor y los derechos afines<sup>125</sup>”.

Por aquellas fechas (mediados de los noventa), la Comisión hablaba de una tasa de crecimiento del sector audiovisual del 6% anual en términos reales. En términos generales, la contribución de las actividades protegidas por los derechos de autor y los derechos afines suponía entre el 3 y el 5% del Producto Interior Bruto de la comunidad europea.

Pero esa preocupación no fue un hecho aislado. Los principales organismos internacionales iniciaron estudios sobre la repercusión de las nuevas tecnologías en los derechos de autor (Estados Unidos, Japón y por supuesto la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) además, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) realizaron también nuevos estudios sobre los retos jurídicos y técnicos que plantearon esos cambios.

2.3.4.3 Libro Verde. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria.

A principios de 1993, coincidiendo con la etapa de pleno desarrollo de la Sociedad de la Información y en vista del inicio de las fusiones entre medios de comunicación a escala nacional e internacional, el Parlamento Europeo<sup>126</sup> y otros sectores interesados solicitaron a la Comisión que velara por garantizar la salvaguarda del pluralismo en los medios de comunicación en ese proceso de uniones empresariales. Para responder a esa demanda, y antes de tomar una decisión sobre cómo hacerlo, la Comisión

---

<sup>125</sup> *Ibidem*.

<sup>126</sup> Durante los últimos años de los ochenta y principios de los noventa, el Parlamento Europeo había expresado en repetidas ocasiones su preocupación en este sentido, en particular en dos resoluciones de 15 de febrero de 1999 y 16 de septiembre de 1993 que solicitaban a la Comisión que propusiera medidas reglamentarias tendentes a limitar las concentraciones de los medios de comunicación con objeto de salvaguardar el pluralismo.

compartió su inquietud preguntando directamente a los sectores más afectados sobre cuáles debían ser las medidas que tenía que adoptar la Comisión Europea para garantizar esa citada pluralidad. La cuestión se planteó en el Libro Verde *Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria*<sup>127</sup> que se publicó en diciembre de ese mismo año y cuyo punto de partida se asentaba sobre tres escenarios distintos que dependían de la mayor o menor intervención de la Comisión para proteger el pluralismo, teniendo en cuenta que esta materia era competencia de los Estados miembros.

Para empezar el análisis, lo primero que se hizo fue radiografiar la normativa jurídica de cada uno de los países de la Unión Europea respecto a las fusiones de los medios de comunicación y preguntar posteriormente a los interesados qué aspectos habría que modificar y cómo proponían hacerlo. En un primer momento se lanzaron siete preguntas, que tuvieron que ampliarse después en una segunda fase.

Teniendo en cuenta que la protección del pluralismo era en sí misma una competencia de los Estados miembros, la Comisión debía velar por que sus actividades y las que dependían de su competencia no supusieran un peligro para ello. En consecuencia, y a juicio de ese cometido, no parecía necesario que hubiera ninguna intervención a escala europea para proteger la citada pluralidad en los Estados miembros ya que los mecanismos de cada uno ellos podía aplicarse ante situaciones que superaran la dimensión nacional. Es decir, si un medio que quisiera establecerse en otro Estado miembro distinto al suyo eludiera la legislación sobre el pluralismo, sería el Estado receptor el que aplicara su jurisdicción para hacerle cumplir con la normativa, siempre y cuando se respetaran las condiciones establecidas por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia.

Sin embargo, podría darse un segundo escenario ya que había que tener en cuenta que la capacidad de los países de mantener el pluralismo mediante su normativa nacional podría crear interferencias en el espacio sin fronteras que constituía la comunidad

---

<sup>127</sup> COM (92) 480 final

europea. Desde mediados de los ochenta, ya se habían elaborado leyes sobre la propiedad de los medios que consistían, especialmente, en limitar la participación máxima en el capital de un medio de comunicación y en impedir la concentración de los controles o de las participaciones en varios medios a la vez, pero debían distinguirse de las restricciones que limitaban la propiedad por parte de los extranjeros y que eran incompatibles con el Tratado de la Unión Europea.

Además, tal y como quedó planteado el panorama de normativas jurídicas en cada Estado miembro, podía ocurrir que un país restringiera la libre circulación de emisiones de radiodifusión en caso de que hubiera soslayamiento efectivo de una de las legislaciones. También podía ocurrir que se limitase el establecimiento de empresas de medios de comunicación en otro estado miembro; que se crearan restricciones y distorsiones de la competencia, o que se valorara de forma distinta una inseguridad jurídica perjudicial para la competitividad de las empresas. Con lo cual, ante este escenario de dudas, la Comisión Europea propuso tres alternativas sobre la necesidad de valorar una intervención comunitaria a estos efectos que se recogieron como planteamiento inicial para el debate que suscitara el citado Libro Verde.

La primera de las opciones que tenía la Comisión Europea en un momento de fusiones entre medios de comunicación era la de no intervenir, no hacer nada, dejar las cosas como estaban puesto que el pluralismo, como se ha visto en el primer escenario, estaba garantizado por la normativa nacional. La segunda posibilidad era proponer una recomendación referente a la transparencia en esos procesos (opción que los Estados miembros consideraron innecesaria porque a su juicio no había dificultades para intercambiar información). Y, la tercera, proponer una armonización de las restricciones nacionales a la propiedad de los medios de comunicación mediante una directiva del Consejo, mediante un reglamento del Consejo o mediante una directiva o un reglamento y la creación de un comité independiente. Por esta última opción, la de crear un comité independiente, se decantaron el Parlamento Europeo y el Comité Económico y Social, aunque finalmente fue descartado porque la consulta no

suministró mucha información en cuanto al interés de crear ese comité europeo independiente.

“Por lo que se refiere al cometido, hay que intentar eludir la creación de un nuevo modelo de comité. En este sentido, la función que el Parlamento desea, es decir, pronunciarse sobre los casos concretos de concentración, podría estar en contradicción con el espíritu del principio de subsidiariedad y ser incoherente con los principios básicos de una normativa del tipo de las del mercado interior. En efecto, en este tipo de normativa, salvo cuando lo justifican las peculiaridades del caso, son las autoridades nacionales competentes las que deberían, en su calidad de derecho común, aplicar directamente las normativas nacionales por las que se incorpora la directiva, sin centralización a escala europea. Por lo tanto, la necesidad de dicho comité debería valorarse en su momento en función del contenido de la iniciativa comunitaria<sup>128</sup>,”

Por su parte los sectores implicados coincidieron en señalar que había que hacer cambios pero no llegaron a concretar a qué nivel.

“Las actuales normativas nacionales sobre propiedad de los medios de comunicación deben cambiar, especialmente para responder a la internacionalización y al impacto de las nuevas tecnologías. En cambio, el aspecto del nivel, nacional o europeo, al que debe efectuarse dicho cambio suscita opiniones menos definitivas o contrapuestas<sup>129</sup>,”

En ese momento, la Comisión no tenía preferencia por ninguna de esas opciones y se mostraba receptiva a cualquiera de ellas. Por eso, lo que deseaba realmente era conocer la opinión de las partes implicadas (instituciones europeas; Estados miembros y representantes del sector audiovisual y mediático en Europa). No obstante, y como

---

<sup>128</sup> Lo asegura el documento de valoración de la consulta sobre el Libro Verde, Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento. COM(94) 353 final

<sup>129</sup> Ib.

veremos, el proceso de consultas que se desarrolló durante algo más de un año no sirvió para despejar todas las dudas y la Comisión terminó solicitando una segunda fase de consulta con los mismos sectores, pero intentando estrechar la relación con los Estados miembros después de que se hubiese constatado que su participación en la primera ronda de consultas no había sido muy elevada<sup>130</sup>.

Superado el periodo de consultas, las primeras conclusiones pusieron de manifiesto que no parecía muy acertada ninguna de las dos primeras opciones, ni la de no tomar ninguna acción comunitaria –entre otras cosas porque si se había planteado la necesidad de analizarlo era porque algo habría que hacer-, ni la de convertirse en un mero órgano de recomendación sobre la transparencia entre Estados porque, a juicio de las partes implicadas, de alguna forma eso ya existía. Además, según la Comisión, con ninguna de estas dos opciones se alcanzaban los objetivos comunitarios. Todo apuntaba, por tanto, a la necesidad de que la Comisión Europea se convirtiera en un ente armonizador entre las distintas legislaciones nacionales en materia de concentración de medios de comunicación.

La consulta planteada por el Libro Verde descubrió además que convenía adoptar una normativa comunitaria sobre propiedad de los medios de comunicación que pusiera fin a la disparidad de las normas nacionales y que permitiera suprimir los dos obstáculos mencionados con mayor frecuencia por las partes afectadas durante el periodo de debate, que eran, por una parte, la inseguridad jurídica que limitaba el ejercicio de la libertad de establecimiento y de la libre circulación de servicios de

---

<sup>130</sup> En total, la Comisión había recibido más de 70 comentarios escritos sobre el Libro Verde y el cuestionario complementario. De esos comentarios, 25 procedían de asociaciones o federaciones europeas, y el resto, bien de operadores individuales; bien de federaciones nacionales, bien de individuos. Entre los comentarios procedentes de las partes interesadas que no eran federaciones profesionales europeas, los más numerosos eran los procedentes de Reino Unido, Alemania e Italia. También se recibieron comentarios de Países Bajos, Francia y Grecia mientras que los agentes económicos de los demás estados miembros no presentaron contribución alguna. En lo que respecta a los sectores, cerca de 20 contribuciones escritas procedían del sector de la televisión; 15 de la prensa; 6 de la radio; 8 de operadores multimedia, 5 de federaciones de periodistas y trabajadores del sector de los medios de comunicación. (Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento. COM(94) 353 final).

medios de comunicación y, por otra, la falsa competencia que resultaba de la diferencia de restricciones.

Dos años después de lanzar este Libro Verde, fue necesario revisar el documento y adaptarlo a las necesidades del momento. Durante ese tiempo, el Parlamento y el Consejo habían solicitado a la Comisión que adoptara alguna medida concreta puesto que las conclusiones de la consulta no habían despejado apenas ninguna duda. Fue por eso que en 1995 la revisión del Libro Verde replanteó de nuevo el debate sobre el papel de la autoridad comunitaria y buscó dar respuesta a las demandas del grupo de expertos al que le habían solicitado un informe sobre cómo actuar. Este grupo de trabajo estuvo liderado por el político alemán Martín Bangeman y sus conclusiones, como se ha visto, supusieron un vuelco en la política informativa y de comunicación de la Comisión Europea a la que instó a apoyar el desarrollo audiovisual pero fundamentado en la empresa privada. Uno de los principales beneficios y objetivos empezó a ser la creación de empleo.

Otra de las conclusiones que se extrajeron de la revisión del Libro Verde se tradujo en la advertencia de que con la existencia de una norma común sobre la prioridad de los medios de comunicación se evitaría la existencia de “paraísos de acogida” que se estaban dando cuando algunos medios de comunicación emitían vía satélite en otros países en los que pudieran no cumplir con la normativa vigente. De la misma manera se suplirían las deficiencias de las leyes nacionales en lo que se refería al desarrollo de las nuevas tecnologías, entre otras cosas, para llevar a cabo actividades transfronterizas; se aplicaría un control en origen y no en destino con arreglo al principio de “confianza recíproca” de tal forma que a la hora de conceder, por ejemplo, una licencia, habría de tenerse en cuenta los intereses de los ciudadanos del país procedente y del país receptor.

El hecho de crear una normativa comunitaria permitiría además mejorar la calidad del marco reglamentario, evitar que los medios de algunos países se vieran perjudicados o amenazados en relación con los de otros estados miembros y, que los criterios

utilizados para evitar el riesgo del pluralismo ofreciesen una protección más eficaz. La duda estaba en qué elemento tomar como referencia para evitar los excesos de concentración. La Comisión entendía, por ejemplo, que el criterio de la audiencia para calibrar una posible amenaza contra el pluralismo era más eficaz que el del número de cadenas ya que una cadena podía tener una audiencia considerable y por tanto una gran capacidad de influencia, mientras que la suma de varias pequeñas emisoras podrían no llegar a influir en el mismo nivel que una sola.

Sin embargo, estas consideraciones podrían derivar en algunas hipótesis de desmantelamiento de las normas nacionales o del exceso de participación de la Comisión Europea en esos asuntos de índole local como se había puesto de manifiesto en algunas de las reacciones recogidas durante el periodo de consultas. Por eso, respecto a lo primero, la Comisión explicó que ese temido desmantelamiento de todas las normas sobre propiedad de los medios de comunicación era discutible y nada realista.

“La discusión que se está llevando a cabo en algunos estados miembros no versa sobre el desmantelamiento, sino más bien sobre la adaptación hacia una flexibilización (liberalización), o hacia una mejor eficacia en relación con el objetivo del pluralismo<sup>131</sup>”.

Respecto a lo segundo, a la posibilidad de que se produjera una ampliación de las competencias comunitarias, la Comisión recordó que la capacidad para intervenir en este ámbito se derivaba del objetivo comunitario de realización y funcionamiento del mercado interior que se recoge en el artículo 7 del Tratado de la Unión Europea (TUE) que, en este caso, exigiría que se armonizarasen las normas nacionales sobre el pluralismo limitando la propiedad de los medios de comunicación con el objetivo de suprimir las restricciones a la libertad de establecimiento y a la libre circulación de servicios. Por lo tanto, dice textualmente la Comisión,

---

<sup>131</sup> Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento. COM (94) 353 final. Pg. 46

“La intervención en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación no ampliaría el ámbito de las competencias comunitarias sino que se inscribiría en el marco tradicional de las competencias relacionadas con el mercado interior<sup>132</sup>”.

Aún así, y a pesar de todas las consideraciones manifestadas tras el periodo de consultas, los resultados fueron interpretados como insuficientes para que la Comisión pudiera adoptar una de las tres medidas que había planteado para el debate. Lo más probable era que asumiera algún tipo de acción comunitaria pero la evolución de las nuevas tecnologías había abierto un nuevo escenario que había que tener en cuenta y que inicialmente no se había valorado. De ahí que la UE apostara por abrir una segunda fase de consulta que sirviera para ratificar o rectificar la necesidad de una iniciativa comunitaria.

El planteamiento de esa segunda fase de consulta debía considerar que la internacionalización de la industria de los medios de comunicación y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información hacían indispensable que las empresas de comunicación se tenían que convertir en una auténtica industria europea competitiva y capaz de desempeñar con dinamismo su cometido específico en el funcionamiento de la democracia. Este hecho debía provocar el desarrollo del marco normativo nacional para adaptarse a él. La Comisión entendía además que dar respuestas aisladas, únicamente nacionales, podrían fragmentar aún más el mercado interior y hacerle ineficaz e incluso contraproducente puesto que podía impedir el desarrollo económico de los operadores de los medios de comunicación.

Se había constatado, por tanto, que el planteamiento inicial de consultas sobre la necesidad de crear una norma común respecto a la propiedad de los medios no era suficiente y, por eso, se replanteó el debate incluyendo otros aspectos, entre ellos, profundizar sobre los criterios para medir la posible lesión al pluralismo, el hecho de

---

<sup>132</sup> *Ibidem*.



ver quién debía ejercer esa capacidad de control sobre los medios u otras consideraciones jurídicas que pudieran ir surgiendo a lo largo del debate.

La Comisión entendió que se debería crear el escenario adecuado para que se garantizara el equilibrio, por un lado, de quienes controlaban los medios de comunicación y, por otro, de la necesidad de facilitar el acceso del sector con el objetivo de conseguir su desarrollo. De ahí que entendiera que la nueva iniciativa comunitaria debería definir el concepto de controlador de un medio de comunicación y que, además esta nueva figura, debía evitar que una misma persona acumulara varios medios a la vez y para ello se debían tener en cuenta dos elementos principales: por un lado, la zona de difusión que abarcara y, por otro, la audiencia real de esos medios.

No obstante, aunque la Comisión entendió que el criterio de la audiencia real era un buen concepto para salvaguardar el pluralismo, era igualmente necesario analizar cuando un agente económico creara una nueva cadena, o adquiriera el control de una que ya existiera, qué medios poseía y ver cuánta audiencia real total era controlada por el mismo operador porque la excesiva concentración podría poner en riesgo la citada pluralidad.

Y por último, y en ese mismo contexto, la Comisión debía ser capaz además de garantizar la transparencia y el intercambio de información sobre el control los medios de comunicación.

Con todo, la Comisión se comprometió a presentar una propuesta de directiva al Consejo y al Parlamento elaborada a partir de los resultados de este segundo periodo de debate y en la que incluyeran también las recomendaciones del informe del grupo de expertos liderados por Bangeman, al que le habían solicitado que analizase el papel que debía adoptar la Comisión Europea. La iniciativa vería la luz en 1995 y se plasmaría en el documento titulado *Europa en marcha hacia la sociedad de la información. Plan de actuación*, que se ha analizado anteriormente.

Mientras tanto, y consciente de la importancia del sector audiovisual como motor de creación de empleo en el ámbito comunitario, la Comisión instó a los países miembros y a las instituciones europeas a colaborar en el desarrollo de las telecomunicaciones a partir de las recomendaciones recogidas en el Libro Blanco *Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI* que se verá en el siguiente epígrafe.

#### 2.3.4.4. Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital.

Tras la evolución progresiva en lo que se refirió a la aplicación de las nuevas tecnologías, y superada ya la fecha del 1 de enero de 1998, momento en el que se había acordado la liberalización del sector de las telecomunicaciones en los estados miembros, la Comisión Europea dio un paso más en su política comunicativa. De hecho, a finales de los noventa se produjo un punto de inflexión en su forma de comunicar y se abrió la puerta a lo que sería la década de los 2000 en materia de política comunicativa.

En diciembre de 1999 el Ejecutivo comunitario se propuso reflexionar sobre los principios que debía seguir para el desarrollo de su acción comunitaria en el sector audiovisual y por dónde debían aplicarse esos principios, es decir, las directrices que debía tomar. Y en esa reflexión, -y de ahí que hable de un nuevo punto de inflexión en la política europea de comunicación-, Europa recuperó su concepto cultural de la comunicación y no tanto la vertiente industrial a la que había concedido la mayor parte del protagonismo durante la década que se estaba quedando atrás. La propia Comisión lo reconocía en la Comunicación sobre *Principios y Directrices de la*

*política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital*<sup>133</sup>, un documento con el que se cerraba la década de la liberalización de las telecomunicaciones.

“La industria audiovisual no es una industria como las demás y su finalidad no es la simple producción de bienes para vender en el mercado como cualquier otro producto. Es, de hecho, una industria cultural por excelencia. Influye considerablemente sobre los conocimientos las convicciones y los sentimientos de los ciudadanos y desempeña un papel central en la transmisión, el desarrollo e incluso la creación de identidades culturales. Esto es cierto sobre todo por lo que se refiere a los niños<sup>134</sup>”.

Con esa premisa sobre la mesa, las nuevas acciones comunicativas empezaban a tomar cuerpo ligadas a la importancia de la radio y la televisión. Este último medio, la televisión, constituía la principal fuente de información y distracción de la sociedad europea, aunque se encontraba al mismo nivel que la radio, que era considerada una importante fuente de información. Para muestra, un dato. Según el Eurobarómetro de octubre y noviembre de 1997, los ciudadanos consideraban que la radio era más fiable que la televisión y la prensa y la Comisión lo reconocía como tal:

“La televisión constituye la principal fuente de información y distracción de las sociedades europeas. Dicho esto, no se debe olvidar la importancia de la radio como medio de comunicación. Los europeos escuchan tanto la radio como miran la televisión, y continúan utilizando la radio como una importante fuente de información: un dato significativo es que los ciudadanos consideran que la radio es más fiable que la televisión y la prensa escrita<sup>135</sup>”.

La Comisión era consciente de que los medios de comunicación desempeñaban un importante papel para el buen funcionamiento de las sociedades democráticas

---

<sup>133</sup> COM/99/0657 final. Bruselas, 14 de diciembre de 1999.

<sup>134</sup> Ib. Pág. 6

<sup>135</sup> Ib.

modernas y además, se convirtieron en fundamentales para el desarrollo y la transmisión de valores, cuestiones éstas vitales para la Unión Europea.

“No solo porque influyen ampliamente sobre los hechos y las imágenes del mundo que recibimos, sino porque proporcionan los conceptos y las clasificaciones políticas, sociales, étnicas, geográficas, psicológicas, etc que utilizamos para descifrar estos hechos e imágenes. Por tanto, contribuyen a definir no solo lo que vemos, sino también la forma en que lo vemos<sup>136</sup>”.

Tomando como referencia esos condicionantes, la Comisión Europea empezó a aplicar estos principios en su forma de hacer y elaboró sus propios instrumentos de acuerdo con sus competencias. A nivel legislativo, mantuvo la Directiva Televisión Sin Fronteras, con la que se establecía el marco jurídico para garantizar que se prestaran libremente los servicios de radiodifusión televisiva en el ámbito comunitario; y en lo que se refiere a medidas de apoyo, decidió mantener también los programas MEDIA I y MEDIA II, que habían servido para facilitar la formación, la concepción de proyectos y la distribución de obras europeas.

Sin embargo, no hay que olvidar que en este momento la política comunicativa se enfrentaba al reto de la era digital y, aunque el objetivo seguía siendo el mismo que en los años inmediatamente anteriores (establecer un marco jurídico estable y seguro que garantizase la libre prestación de servicios audiovisuales y mantener los mecanismos de apoyo necesarios para conseguirlo), cada vez se hacía más necesaria una definición detallada de los principios y objetivos de su política comunitaria en este sentido.

La Comisión entendió que no debía dirigirse solo a los agentes tradicionales del mercado, como había ocurrido durante el pleno desarrollo del sector de las telecomunicaciones, sino que debía prestar más atención al ciudadano.

---

<sup>136</sup> Ib. Pag. 6

“La evolución del sector audiovisual exige una definición más detallada de los principios y objetivos de la política comunitaria. Además, en adelante, la política comunitaria no debe dirigirse únicamente a los agentes tradicionales del mercado (cine, radio y televisión): han aparecido nuevos agentes cuya contribución tendrá importancia si la revolución tecnológica debe beneficiar a los ciudadanos europeos, por ejemplo, los productores de nuevos productos audiovisuales, especialmente para fines informativos, educativos o de diversidad cultural<sup>137</sup>”.

De alguna forma con este párrafo, la Comisión ya estaba advirtiendo de que sus pasos en la política comunicativa a partir de entonces se dirijan a apoyarse en los medios convencionales para conseguir sus objetivos y de hecho esto será lo que hará, llegado el momento, cuando colabore en el nacimiento de Euranet.

Aún así, la Comisión no ocultaba su insistente preocupación por analizar cuál tenía que ser su papel en la nueva Sociedad de la Información y por eso introdujo varios elementos de consulta a través de los cuales buscó definir su postura en ese nuevo escenario. En este sentido, la Comisión convocó, en colaboración con la Presidencia británica de la Unión Europea, la Conferencia Europea del Sector Audiovisual que tuvo lugar en Birmingham en abril de 1998<sup>138</sup> y, unos meses después, estudió las conclusiones del informe publicado por el grupo de alto nivel<sup>139</sup> sobre política audiovisual creado por el comisario Marcelino Oreja titulado *La era digital* y publicado en octubre de ese mismo año. Este informe supuso un avance más que considerable en esa nueva política comunicativa que empezaba a aflorar en el seno de las instituciones europeas, entre otras cosas porque se otorga cada vez un mayor

---

<sup>137</sup> COM/99/0657 final. Bruselas, 14 de diciembre de 1999.

<sup>138</sup> Los resultados detallados de la conferencia se encuentran en [http://europa.eu.int/bg-intro\\_en.html](http://europa.eu.int/bg-intro_en.html)

<sup>139</sup> El grupo estaba formado por Francisco Pinto Balsemão (Presidente del Instituto Europeo de Medios de Comunicación), José-María Bergareche (Consejero-Director General, Grupo Correo), Hervé Bourges (Presidente del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de Francia), Liliana Cavan (Directora de cine, antiguo miembro del Consejo de Administración de la RAI), Michael Kuhn (Presidente de Polygram Filmed Entertainment), John McGrath (Escritor, director y productor de cine, TV, teatro), Jan Mojto (Presidente de la Asociación de Televisiones Comerciales), Albert Scharf (Presidente de la Unión Europea de Radiodifusión) y Boleslaw Sulik (Presidente del Consejo de Radiodifusión Nacional de Polonia).

protagonismo a los medios de comunicación como garantes de la una sociedad democrática así como por el papel que éstos podían empezar a jugar en materia educativa.

El entonces comisario de Relaciones Institucionales, Cultura y sector Audiovisual<sup>140</sup>, Marcelino Oreja, que había encargado y presidido el informe sobre la era digital, advertía de la necesidad de analizar los cambios que se avecinaban como consecuencia del pleno desarrollo de las telecomunicaciones y sobre todo, la incidencia que podría tener en el ciudadano. De ahí que estuviera justificado ese encargo a un grupo de alto nivel.

“No debe pues subestimarse la importancia de la industria audiovisual. Para la gran mayoría de los europeos es la principal fuente de información no sólo de lo que pasa en su mundo, sino también de la naturaleza de ese mundo. Desempeña un papel fundamental en el desarrollo y en la transmisión de los valores sociales e influye no sólo en lo que los ciudadanos ven, sino también en cómo entienden lo que ven. Es la principal fuente de ocio y de cultura<sup>141</sup>”.

“Esta revisión me parece muy oportuna. Los cambios que generará la llegada de la digitalización van a ser muy profundos. El sistema analógico, caracterizado por la escasez de frecuencias, será sustituido por un sistema nuevo en el que se podrá disponer de cientos de emisoras de radio y televisión digitales. Aumentará la interactividad y los espectadores podrán solicitar e incluso organizar las programaciones que les interesen. Se ofrecerá al espectador todo un conjunto de nuevos servicios, tales como la telecompra, los servicios financieros, el correo electrónico e incluso el acceso a Internet. Asistiremos por tanto a una verdadera explosión de la demanda de contenidos audiovisuales<sup>142</sup>”.

---

<sup>140</sup> El nombre del departamento es una manifestación más de la apuesta por el sector audiovisual en la que se encontraba enfrascada la Unión Europea.

<sup>141</sup> *La era digital*: informe del grupo de alto nivel de política audiovisual.

<sup>142</sup> *Ib.*

Con tales herramientas, la Comisión estableció una serie de principios que debían tenerse en cuenta en el nuevo marco de regulación que se fijó a nivel comunitario. En primer lugar, la complementariedad de los mecanismos nacionales y comunitarios porque en la mayoría de las ocasiones perseguían objetivos distintos.

“A nivel nacional, se hace hincapié en la promoción de la creación y la producción, mientras que a nivel europeo, los mecanismos de apoyo pretenden dar a la industria los medios necesarios para sacar el mejor partido posible de las posibilidades ofrecidas por el mercado interior<sup>143</sup>”.

En segundo lugar, el nuevo marco reglamentario debía tener muy en cuenta el valor añadido comunitario desde el punto de vista de los contenidos.

“A fin de aportar un valor añadido comunitario, habrá que garantizar una mejor sinergia entre los diferentes instrumentos dirigidos a promover contenidos en la Sociedad de la Información (multimedia de carácter audiovisual, informativo y educativo, contenidos que reflejen la diversidad cultural y lingüística, etc) y los instrumentos dirigidos directamente a apoyar a la pequeña y mediana empresa en el sector<sup>144</sup>”.

Y finalmente, el tercer principio a tener en cuenta en ese nuevo escenario comunitario debía ser el de la flexibilidad y capacidad de adaptación de los instrumentos de apoyo, una medida que venía marcada por la consecuencia de la rápida evolución del sector así como por la aparición de nuevos tipos de contenidos y nuevas fórmulas de utilización de las obras audiovisuales.

Con estos tres principios como marco, la Comisión desarrolló una serie de acciones e iniciativas que se fueron sucediendo en los años posteriores y que forjaron su nueva

---

<sup>143</sup> *Principios y directrices de la Política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital.* COM/99/0657 final. Bruselas, 14 de diciembre de 1999.

<sup>144</sup> *Ib.*

manera de hacer política comunicativa. Todas ellas se apoyaron en la máxima de la diversidad cultural y lingüística puesto que se convirtió en un objetivo clave de la política comunitaria en el sector audiovisual.

Entre esas nuevas iniciativas se elaboró el programa Media Plus a imagen y semejanza del programa MEDIA aunque teniendo en cuenta el nuevo entorno digital en todos los ámbitos de acción (formación, desarrollo, distribución y promoción). También se lanzó la iniciativa *eEurope* en la que se abordó el reto de garantizar que los europeos tuvieran un acceso a contenidos audiovisuales en todas las formas posibles y que además reflejase esa diversidad lingüística y cultural que impregnaba toda la realidad europea.

Además, se llevaron a cabo programas de investigación; se tomaron todas las precauciones posibles para evitar duplicaciones en los distintos programas comunitarios que se dirigieron a los operadores del sector audiovisual, y se promovió el intercambio de experiencias entre los Estados miembros para conseguir una política comunitaria más fuerte asentada en las buenas prácticas y la optimización de los mecanismos comunitarios.

Cuando se habla de política audiovisual, hay que tener en cuenta, por un lado, la importancia de la televisión porque, como se ha visto anteriormente, cada vez era más atendida por la ciudadanía, pero tampoco había que olvidar el cine. De hecho, en ese momento, tal y como aseguraba el grupo liderado por Marcelino Oreja, la industria cinematográfica norteamericana no tenía competencia y menos cuando Europa andaba por entonces planteándose la necesidad de crear una industria europea en esta materia. De ahí que los expertos se preguntaran qué papel debía jugar la institución comunitaria teniendo en cuenta algunas connotaciones, de tipo cultural, para el desarrollo de su política europea.

“El sector audiovisual no es una industria cualquiera: desempeña un papel cultural y social de vital importancia. Un mercado audiovisual europeo



dominado por los productos culturales de otra sociedad produciría, llegado el caso, una ciudadanía alienada parcialmente de su propio contexto cultural e histórico<sup>145</sup>»

Con esa radiografía sobre la mesa y atendiendo a las consideraciones del grupo de expertos en política audiovisual, la Comisión Europea se propuso asumir las medidas de apoyo que éstos le sugirieron. Tras haber constatado la importancia que iba poco a poco adquiriendo la industria principalmente cinematográfica y audiovisual, así como siendo conscientes del incremento en la oferta televisiva tanto desde el punto de vista de los contenidos como del número de canales, el grupo de alto nivel sugirió a la Comisión que apostara solo en las áreas en las que fallase claramente el mercado. Y entre las propuestas concretas que le hizo se incluyeron las siguientes:

En primer lugar, crear un mecanismo para atraer más inversiones en producción audiovisual, por ejemplo a través de un fondo de titulización; crear una red de escuelas europeas de cine y televisión que permitieran conectar centros de excelencia, mediante un simbólico "centro de centros"; promocionar una ceremonia europea de entrega de premios similar a la de los Óscar americanos; reforzar el programa MEDIA II y dotarlo de los recursos adecuados al tamaño y a la importancia estratégica de la industria audiovisual; hacer especial hincapié y actuar urgentemente en la formación, la distribución, el desarrollo y la comercialización; crear acuerdos de asociación entre los radiodifusores, incluidas las compañías privadas, y, finalmente, que los poderes públicos destinaran una posible ayuda europea para la dimensión transnacional.

Todo ello con el objetivo de fomentar la industria audiovisual desde diversos puntos de vista. En primer lugar, desde la creación de empleo que, como se ha visto anteriormente, fue el principal objetivo durante el inicio de la década de los noventa, así como desde la óptica de la igualdad de acceso a las nuevas tecnologías, aspecto éste que se fue desarrollando a lo largo del decenio, pero terminar, como se sugiere en el informe del grupo de expertos liderado por Marcelino Oreja, en la visión cultural de

---

<sup>145</sup> *La era digital*: informe del grupo de alto nivel de política audiovisual

la política de comunicación que será lo que marque la actuación de las instituciones comunitarias en los primeros años de 2000.

“La industria audiovisual no se parece a ninguna otra y no se limita a producir bienes para vender en el mercado. De hecho, es una industria cultural por excelencia, cuyo "producto" es único y específico por su propia naturaleza. Tiene una gran influencia en lo que los ciudadanos conocen, creen y sienten<sup>146</sup>”.

---

<sup>146</sup> *Ibidem.*

### **3. Los primeros años de la década del 2000. La redefinición de la comunicación europea.**

#### 3.1. Un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y comunicación de la Unión Europea (27 de junio de 2001)

Las condiciones por las que la Comisión Santer se vio forzada a dimitir a mediados del marzo de 1999 repercutieron negativamente en la imagen pública de Bruselas, lo que explica que en ese período se registraran los niveles más bajos de confianza ciudadana en la Comisión (40%). Este hecho condicionó además la necesidad de buscar una estrategia seria de comunicación que ayudara, entre otras cosas, a recuperar la imagen de las instituciones europeas.

Superada la década de los noventa, el gran salto en esa política de comunicación de la Unión Europea se buscó en el ámbito de la colaboración y la coordinación. Los informes de principios de los noventa<sup>147</sup> advirtieron de esta necesidad, pero no fue hasta finales de esa década cuando se empezaron a aplicar las primeras medidas. Los primeros en asumirlo, y esto supuso un avance importante, fueron los jefes de Estado y de Gobierno de los países miembros. En este contexto, el Consejo Europeo de Helsinki de diciembre de 1999 pidió al Parlamento, al Consejo y a la Comisión que unieran sus esfuerzos para difundir informaciones generales coordinadas sobre la Unión y optimizaran la utilización de recursos

Reunidos en la capital de Finlandia, los Estados miembros constataron la necesidad de proporcionar información coherente sobre la Unión Europea y de hacerlo de una forma coordinada si querían que su mensaje y su gestión llegara a los ciudadanos europeos. Y para ello, consideraron que el primer paso era contar con una ubicación desde la que llevar a cabo esta labor.

---

<sup>147</sup> El *Informe Oostlander* o el *Informe Pinheiro*, por ejemplo.

“Se insta al Parlamento Europeo, al Consejo y a la Comisión a que tomen medidas para aunar sus esfuerzos en la medida de lo posible, a fin de facilitar información general coordinada sobre la Unión, en particular optimizando los recursos existentes; en este contexto, puede resultar útil estudiar la viabilidad de crear en Bruselas un centro de información conjunto del Parlamento Europeo, el Consejo y la Comisión para acoger a los visitantes de las instituciones y coordinar las publicaciones sobre la UE destinadas al público en general.

Se invita a la Comisión a que estudie la cuestión general de la política de información de la Unión, incluidos la mejora de la coordinación con sus oficinas de información en los Estados miembros y los enlaces con las oficinas de información nacionales<sup>148</sup>”

Después de aquel encuentro, los máximos representantes de los países miembros, a través de una resolución del Consejo y apoyados por el Parlamento Europeo, solicitaron a la Comisión que liderara este tipo de trabajos.

Al frente de una renovada Comisión, Romano Prodi hizo de los problemas de comunicación sobre la UE una de sus prioridades, con la ayuda del comisario portugués Antonio Vitorino, autor de tres sucesivas comunicaciones sobre esta materia que fueron aprobadas por la Comisión.

En la primera de las comunicaciones, de junio de 2001<sup>149</sup>, la Comisión evitó abordar directamente la polémica sobre la ausencia de base jurídica para las actividades de comunicación en nombre de la UE y preconizó el establecimiento de un marco de cooperación entre las instituciones de la UE y con los estados miembros. Concretamente, la Comisión abrió al Consejo y a los dos comités consultivos las puertas del Grupo Interinstitucional de Información (GII), reconociendo a este órgano de cooperación a nivel político la facultad de dar orientaciones de carácter

---

<sup>148</sup> Conclusiones del Consejo de Helsinki, del 10 y 11 de diciembre de 1999.

<sup>149</sup> COM (2001) 354 final.

presupuestario, aunque excluyendo del nuevo marco de cooperación a las actividades de comunicación de carácter sectorial, es decir las llevadas a cabo bajo la responsabilidad de cada una de las direcciones generales o servicios especializados de la Comisión.

Esta institución recibió el mandato de mejorar la coordinación entre las Representaciones en los Estados miembros (oficinas que la Comisión y el Parlamento tenían abiertas en los países de la Unión) y las autoridades de información nacionales; de estudiar la posibilidad de crear una agencia interinstitucional de información, y en definitiva, de crear una estrategia común para que todas las instituciones caminaran en la misma dirección<sup>150</sup>.

En junio de 2001, la Comisión llegó a la conclusión de que el inicio de este trabajo en equipo debía girar en torno a un nuevo tipo de cooperación que tenía que estar basada en la apuesta conjunta de temas de interés común entre los distintos organismos a escala europea. Esto implicaría ejecutar de forma coordinada políticas de información, acuerdos de gestión de fácil aplicación, descentralización y además hacerlo con la menor burocracia posible. En definitiva, la nueva estrategia de comunicación a nivel comunitario se tenía que basar en la cooperación entre instituciones aunque manteniendo siempre la independencia de cada una de ellas. De hecho, esta era una de las mayores obsesiones del Ejecutivo comunitario y así se reflejará en todos los documentos sobre comunicación que fueron elaborando. La Comisión ha insistido siempre en garantizar la independencia del resto de los organismos comunitarios.

“El propósito de esta Comunicación era sugerir un nuevo marco para las actividades de información y comunicación de la Unión Europea pero no liderar los contactos con la prensa ni los medios de comunicación. Eso seguirá siendo tarea de las instituciones de una forma individualizada<sup>151</sup>”.

---

<sup>150</sup> Resolución de 14/05/98 sobre la política de información y comunicación en la UE. Resolución de 14/03/01 sobre la estrategia de información y comunicación de la UE.

<sup>151</sup> Comunicación de la Comisión, al Consejo, al Parlamento, al Comité Económico y Social, y al Comité de las Regiones, relativa a un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la

En esa nueva coordinación entre instituciones, la Comisión sumó todos los elementos comunes de los que disponían para empezar a trabajar de forma conjunta. Por eso, desde este momento, la labor comunicativa de las Representaciones o de las direcciones generales de la propia Comisión Europea, se dedicaron también a difundir información sobre la Unión Europea.

Los servicios de información y comunicación que quería desarrollar la Comisión Europea pasaban por dotar de una responsabilidad a las Representaciones en los países miembros. Así, según la nueva estrategia, estos departamentos, ubicados en los Estados, serían los responsables de tratar directamente con los medios de comunicación en nombre de la Comisión, entre otras tareas que demandaba el Ejecutivo comunitario. Su fuerza radicaba en que estas oficinas estaban relacionadas directamente con los medios de comunicación locales y regionales y estaban en contacto con periodistas que no solían ser expertos en este tipo de materias.

No obstante, la labor comunicativa estaba algo más segmentada puesto que algunas direcciones generales y servicios de la Comisión tenían sus propias unidades responsables de la información sectorial. Era el caso de las de Medio Ambiente, Competencia, Agricultura, etc. Estas unidades realizaban una labor de difusión muy importante sobre la política, las decisiones y las actividades de la Comisión conocidas por sectores amplios o específicos de población. Para ello utilizaban los medios escritos, electrónicos y otro tipo, junto a conferencias, reuniones, visitas o discursos.

En ese momento, la Comisión contaba con dos centros a nivel nacional: uno en Lisboa y otro en París, y otro en proyecto en Roma, y estos centros también se incorporarían a la nueva labor comunicativa a escala comunitaria sin perder la referencia de que su responsabilidad era la de transmitir las acciones conjuntas adoptadas por las instituciones europeas. Las Representaciones eran las encargadas de supervisar la

---

política de información y comunicación de la Unión Europea. COM (2001) 354 final. Bruselas, 27 de junio de 2001.

actividad de estos centros cuya competencia era desarrollar un sistema integrado de información de la Unión Europea utilizando redes locales.

Junto a estos centros nacionales, había otros de carácter regional o local que terminaron convirtiéndose en la piedra angular de la política de información descentralizada. Se denominaron centros a nivel interregional y atendían a regiones consideradas prioritarias como los Balcanes, la zona sur de Italia, etc. Su tarea era transmitir información ajustada a la realidad diaria y al contexto económico local. Había de dos tipos, por un lado centros de información europea, que eran los que normalmente estaban ubicados en las instituciones locales o regionales, y por otro lado, los centros de información rural, que no estaban ligados físicamente a ninguna institución sino que estaban repartidos por el resto del territorio.

De esta manera, la Comisión había empezado el siglo XXI volcándose en difundir más información para conseguir una mejor comunicación y esto condujo a una nueva política comunicativa. Se empezaron a organizar redes de conferenciantes para que explicaran la labor de las instituciones comunitarias; se colaboró en las emisiones de televisión o de radio, y se apoyó, incluso económicamente, a Euronews, la cadena de televisión que venía informando sobre asuntos europeos desde 1993. En esos momentos la Comisión y el Parlamento ya habían consensuado con la cadena de televisión los temas sobre los que informar “preservando, no obstante, la libertad editorial del canal”, como se afirma en la COM (2001)354 final.

La Comisión evaluó posteriormente a través de la sociedad especializada Deloitte and Touche la ayuda económica que concedía a Euronews y lejos de reducirla apostó por lo contrario y, como se verá en el siguiente apartado, la colaboración económica entre 2005 y 2007 oscilaría entre los 9 y los 12 millones de euros. Esta decisión se mantuvo así, entre otras cosas porque se había considerado, a partir de las conclusiones de la citada evaluación, que

“Euronews es claramente relevante para los objetivos de la UE (...) Es eficaz para lograr los objetivos de proporcionar información desde la perspectiva de la UE a un gran número de personas y en varias lenguas. Su eficacia está inevitablemente limitada por las dificultades presupuestarias. (...) Es eficiente como socio de la Comisión en comparación con alternativas comparables y con las normas del sector. (...) Su utilidad está comprobada a través de encuestas (limitadas) sobre actitudes de los telespectadores pero depende también de la capacidad financiera (...) Dado el carácter y la posición singulares de Euronews, consideramos que ninguna otra cadena paneuropea hubiera sido igualmente adecuada o eficiente como alternativa para una asociación con la Comisión. Su coste medio por hora de emisión resulta extremadamente bajo en comparación con los costos medios de las cadenas de servicio público en Europa<sup>152</sup>”.

Al margen de que con la aportación a Euronews la Comisión entendía que parte del trabajo ya lo tenía hecho, las instituciones comunitarias necesitaban una estrategia de información y comunicación para empezar a trabajar juntas. Hasta el momento cada una había desarrollado mejor o peor su propia labor comunicativa (y esto seguiría siendo así), pero debían atender las recomendaciones del Consejo Europeo celebrado en Helsinki a finales de 1999 y ponerse a trabajar juntas. El siguiente paso era, por tanto, crear esa estrategia de información y comunicación.

### 3.2. Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea<sup>153</sup>.

La Unión Europea estrenó el siglo XXI entre el golpe del “no” irlandés al Tratado de Niza<sup>154</sup> (no solo reflejado en el resultado final del referéndum, sino también en la

---

<sup>152</sup> Conclusiones del informe de Deloitte and Touche recogidas en la Comunicación sobre la aplicación de la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea.

<sup>153</sup> COM (2002) 350 final

<sup>154</sup> El 7 de junio de 2001 el electorado irlandés votó en contra del Tratado de Niza que se había firmado coincidiendo con el final de la presidencia francesa de la Unión Europea, siete meses antes. El Tratado acogía con satisfacción la intensificación de las negociaciones de adhesión con los países candidatos y



escasa participación y calidad del debate que lo precedió) y el rechazo hacia las instituciones y los políticos que se hacía cada vez más patente entre los ciudadanos. Era evidente que no se había reducido la brecha que se mantenía abierta entre instituciones y sociedad y esto llevó a diseñar un verdadero plan de comunicación que fuera poco a poco acortando esa distancia y poniendo en sintonía los intereses comunes entre ambas partes.

Más que un plan, lo que se propuso fue una verdadera estrategia de información y comunicación de la Unión Europea auspiciada por el comisario Vitorino y que fue aprobada en 2002. Uno de los aspectos principales que recogía era la participación plena del Consejo (entonces eran 15 los países que formaban parte de la Unión Europea) en el desarrollo de la política comunicativa de la Unión Europea. Como se ha visto a lo largo de todo el primer capítulo de esta tesis, el alejamiento entre las instituciones europeas entre sí y con los estados miembros en materia de comunicación era evidente hasta que con esta estrategia de 2002 se dio un giro de 180 grados al apostar por la colaboración interinstitucional como hecho fundamental para luchar contra esas dos realidades: el distanciamiento de la ciudadanía y la necesidad de revalorar a la clase política.

A esa implicación de los estados miembros había que sumar, como segundo de los grandes avances que se consiguieron con esta estrategia en materia de comunicación, la selección y fijación de los que debían ser los principales asuntos o temas sobre los que comunicar a nivel comunitario. Para su elaboración, como se verá más adelante, las instituciones europeas se basaron en las encuestas del Eurobarómetro y también en los informes y estudios que ellas mismas encargaron. Uno de ellos es el estudio

---

apreciaba los esfuerzos hechos por estos países para cumplir con las condiciones de adopción, puesta en práctica y aplicación real del acervo comunitario. Además recogía el deseo de que la carta de derechos fundamentales que en él se incluía, fuera difundido lo más ampliamente posible entre los ciudadanos de la Unión. Según los datos publicados por el periódico El País (9 de junio de 2001), más del 54% de los electores (529.478) votaron en contra del Tratado de Niza, frente al 46% (453.461) que lo apoyaron. El periódico lo interpreta como “la puesta en entredicho de un proyecto que afecta a 490 millones de europeos”. Según el entonces portavoz de la Comisión, Jonathan Faull, “la escasa participación demostró la apatía del ciudadano hacia problemas que o no entiende o no se los han explicado bien los dirigentes políticos”.

cualitativo relativo a la orientación de la comunicación sobre la UE (OPTTEM) de enero de 2004 que se elaboró a partir de un amplio estudio basado en ‘focus groups’ que se había realizado en 28 países europeos durante el segundo semestre de 2003.

El estudio se centraba en primer término en la receptividad de los valores fundamentales de la UE: paz, libertad, solidaridad y diversidad cultural. Debían también ensayar, sobre la base de estos valores, elementos de argumentación sobre los distintos temas de información prioritarios.

En síntesis, los primeros resultados del estudio confirmaron una falta de conocimiento de los ciudadanos sobre los aspectos básicos de la Unión. No obstante, según ese mismo informe cuyas conclusiones se citan en la Comunicación sobre la *Aplicación de la estrategia de información y comunicación de la UE*<sup>155</sup>, los europeos interrogados se mostraron receptivos e interesados cuando se pusieron en su conocimiento elementos de información sobre aspectos concretos de las políticas comunitarias y se les explicaba cómo podía afectarles; con lo cual, la Comisión entendió que

“no se movilizaría a los ciudadanos sobre la Unión Europea sin un fuerte mensaje político sobre sus objetivos e incluso, más allá de estos, sobre la afirmación de un diseño global superior, y mostrando entonces los valores que lo sustentan<sup>156</sup>”.

Asumiendo, por tanto, el compromiso derivado del encuentro de jefes de Estado y de Gobierno en Helsinki en 1999, la Comisión Europea elaboró una estrategia común de comunicación que debía tener como principal objetivo acercarse al ciudadano y con la que todas las instituciones caminaran en la misma dirección. Su puesta en marcha supuso un nuevo punto de inflexión en la política comunicativa de las instituciones europeas porque se organizó un nuevo sistema de trabajo que tenía como referencia a

---

<sup>155</sup> Comunicación de la Comisión al Consejo, el Parlamento Europeo, el Consejo Económico y Social, y el Comité de las Regiones sobre la aplicación de la estrategia de información y comunicación de la UE. COM (2004) 196 final. Bruselas, 20 de abril de 2004.

<sup>156</sup> Ib.

las personas y se limitaban además los grandes temas en torno a los cuales giraría esa labor de comunicación.

Esos grandes temas inicialmente fueron cuatro: la libertad, la seguridad y la justicia, los derechos fundamentales y la UE en el mundo. Una vez definidos, todas las partes implicadas –con la peculiaridad de que por primera vez los estados miembros participaban en ello- asumían el compromiso de difundir los mensajes que, como se verá más adelante, la Comisión construyó en torno a estos grandes asuntos.

Una vez seleccionados los grandes temas sobre los que comunicar, y tras dejar pasar un periodo de un año, la Comisión debía realizar un informe anual sobre los resultados de ese trabajo en común con el objeto de convertirlo en materia de análisis, no solo entre las propias instituciones, sino también entre los ciudadanos, y los estados miembros. El papel de estos últimos había empezado a adquirir cada vez más protagonismo en la necesaria labor comunicativa, entre otras cosas porque así lo habían considerado los 15 en las últimas reuniones que había celebrado el Consejo.

De hecho, las conclusiones de la Presidencia belga de finales de 2001 y las de la española del semestre inmediatamente posterior reconocieron por primera vez la importante cuota de responsabilidad de los estados miembros en la difusión de la información y el desarrollo de la comunicación sobre los asuntos europeos. En la Declaración de Laeken con la que se cerró la Presidencia belga de la Unión Europea durante el último semestre de 2001, los Jefes de Estado y de Gobierno reconocieron que para acercar las instituciones europeas a los ciudadanos, para lograr que hicieran suyos los grandes objetivos de la Unión, la acción combinada de estas y de los Estados miembros resultaba indispensable. Pero esta colaboración por si sola no era suficiente para colmar el déficit de información que existía. Un gran número de ciudadanos simplemente no comprendían cuáles eran las funciones de la Unión Europea, muchos creían que debía ocuparse más de sus preocupaciones concretas y otros consideraban

que se inmiscuía demasiado en los pormenores de asuntos que consideraban que caían en las prerrogativas nacionales o regionales<sup>157</sup>.

“Dentro de la Unión, es preciso aproximar las instituciones europeas al ciudadano. Sin duda alguna, los ciudadanos siguen respaldando los grandes objetivos de la Unión, pero no siempre perciben la relación entre dichos objetivos y la actuación cotidiana de la Unión. Desean unas instituciones europeas menos lentas y rígidas, y sobre todo, más eficientes y transparentes. Muchos piensan también que la Unión debería prestar mayor atención a sus preocupaciones concretas en lugar de intervenir en los más mínimos detalles en asuntos que, por su propia naturaleza, sería mejor poner en manos de los representantes electos de los Estados miembros y de las regiones. Algunos sienten incluso esta situación como una amenaza a su identidad. Pero, lo que es quizá más importante: los ciudadanos consideran que las cosas se hacen demasiado a menudo a sus espaldas y desean un mayor control democrático<sup>158</sup>”.

De ahí que fuera necesario aunar esfuerzos y organizar la política comunicativa como se había sugerido ya en el Libro Blanco sobre la Gobernanza<sup>159</sup>, en el que la Comisión Europea había reconocido que, tras el “no” irlandés y la pérdida de confianza en las instituciones y los políticos, una verdadera política de información y comunicación era el primer elemento estratégico necesario para una mejor gobernanza<sup>160</sup> en Europa. (No hay que olvidar que la reforma de la gobernanza europea era uno de los objetivos estratégicos de la Comisión Europea a principios de 2000<sup>161</sup>). Y en ese sentido, el

---

<sup>157</sup> Así se puso de manifiesto en las conclusiones del informe de estudio cualitativo relativo a la orientación de la comunicación sobre la UE (OPTEN, enero de 2002)

<sup>158</sup> Declaración de Laeken, firmada por los Jefes de Estado y de Gobierno en la reunión del Consejo celebrada en esa ciudad belga durante los días 14 y 15 de diciembre de 2001. Pg 2.

<sup>159</sup> COM (2001) 428 final.

<sup>160</sup> El concepto “gobernanza” designa las normas, procesos y comportamientos que influyen en el ejercicio de los poderes a nivel europeo, especialmente desde el punto de vista de la apertura, la participación, la responsabilidad, la eficacia y la coherencia.

<sup>161</sup> Los dirigentes políticos se enfrentaban en ese momento a una verdadera paradoja. Por una parte, los europeos esperaban de ellos que encontrarán soluciones a los grandes problemas que acuciaban a la sociedad. Pero, al mismo tiempo, esos mismos ciudadanos tenían cada vez menos confianza en las

Libro Blanco volvía a insistir en la implicación de los países de la Unión, tanto de los que ya formaban parte de ella, como de los que estaban a punto de hacerlo.

“La introducción de cambios requiere un esfuerzo no solo por parte de las restantes instituciones sino también en los Estados miembros actuales y futuros, por parte de las administraciones centrales, regionales y municipales, así como por parte de la sociedad civil<sup>162</sup>”.

Con todo ello, la Comisión Europea entendió que se estaban dando las condiciones apropiadas para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación de la Unión Europea “global y coherente que debería ofrecer como resultado una mejor percepción de la Unión, de su existencia y de su función, por sus ciudadanos<sup>163</sup>”. Esta estrategia debía establecerse de manera progresiva y empírica porque por sí sola no podría responder al reto de una buena gobernanza o a lo que se denominó “el reto democrático<sup>164</sup>”. A lo que sí podía y debía contribuir era a consagrar un espacio público para el debate europeo en el que, como se ha visto, se invitaba a participar a los Estados miembros de una forma activa y comprometida.

“La participación de los Estados miembros permitirá a la Unión no solo hablar con una sola voz, sino también dotar a sus mensajes del indispensable efecto multiplicador del que carecía hasta ahora<sup>165</sup>”.

De este compromiso surgió la estrategia más concreta en materia comunicativa de cuantas se habían puesto sobre la mesa hasta el momento. Como se verá, el

---

instituciones y en los políticos, o simplemente no estaban interesados en ellos. En el caso de la Unión Europea, era especialmente preocupante. Cada vez confiaban menos en su capacidad para realizar las políticas que los ciudadanos necesitaban y además, a menudo se percibía a la Unión como algo remoto, y al mismo tiempo, demasiado intervencionista. COM (2001) 428 final. Página 3.

<sup>162</sup> *Ibidem*

<sup>163</sup> Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea. COM (2002)350 final. Bruselas, 2 de julio de 2002.

<sup>164</sup> Es un concepto acuñado en la estrategia de información y comunicación que se basa en conseguir la participación activa de los ciudadanos en el debate público europeo. De esa forma se conseguiría la verdadera democracia.

<sup>165</sup> Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea. COM (2002)350 final. Bruselas, 2 de julio de 2002. Página 9

documento delimitaba asuntos concretos y fórmulas precisas de trabajo con objetivos igualmente cerrados, a los que debían responder las instituciones europeas. Aunque la colaboración entre instituciones y países miembros era voluntaria, se accedió a elaborar un Memorandum of Understanding (MoU)<sup>166</sup> aprobado por el Parlamento Europeo y el Consejo en el que se definieron las líneas generales de la nueva forma de comunicación. De esta forma se sellaba entre las partes un compromiso recíproco que, aunque voluntario, que por primera vez tenía carácter político.

El objetivo de ese Memorando era coordinar las estrategias de la información y comunicación entre las distintas partes en el marco de una colaboración articulada en torno a la difusión de informaciones de carácter general sobre la UE y relacionadas con los grandes temas prioritarios decididos conjuntamente en el marco de PRINCE, que era como se denominaron los principales asuntos comunes de índole europea como la ampliación de la UE; el futuro de la Unión; el euro, o el papel de Europa en el mundo.

Respecto a la aplicación del MoU, se creó una célula de coordinación, integrada por representantes de las tres partes (Comisión, Parlamento y gobiernos nacionales) que se encargó de coordinar la preparación, la aplicación, el control y la evaluación de ese trabajo en equipo en torno a un plan de comunicación común. No obstante, la colaboración que podían prestar los estados miembros, en base a esa voluntariedad de adherirse al Memorando, era distinta en función de los objetivos. De hecho, en primer lugar podía darse una colaboración estratégica. En la práctica, era la más efectiva y consistía en desarrollar acciones comunes bajo el mismo asunto aunque con financiación separada pero complementaria. El gobierno nacional, la Comisión y el Parlamento se ponían de acuerdo sobre un plan de comunicación común pero luego cada uno de ellos lo desarrollaba de acuerdo a sus posibilidades económicas, aunque todos mostrarían el mismo logotipo para identificar que las acciones eran conjuntas.

---

<sup>166</sup> “2004. El impulso definitivo. La aplicación de la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea”. COM (2004) 196 final.

En segundo lugar, la Comisión ofrecía a los Estados miembros la posibilidad de colaborar únicamente en la gestión. Esta fórmula se basaba en una gestión descentralizada e indirecta en la que la Comisión confiaba la gestión de las actividades de información, decididas conjuntamente, al estado miembro. Ambos gobiernos firmaban convenios de colaboración en los que se definían las tareas que se tenían que llevar a cabo y serían los estados miembros los que buscaran quién debía ejecutarlo en su país. En realidad, el papel de cada país era el de mero intermediario porque la financiación para la consecución de los objetivos corría también a cargo de la Comisión, aunque para su desarrollo fueron necesarias convocatorias oficiales.

Y por último, la tercera forma de colaboración era la que se denominó “partenariado específico”. Consistía en la simple cofinanciación de acciones realizadas directamente por los Estados miembros. En este caso, solo se requería la decisión de la Comisión para justificar la concesión de subvenciones sin convocatoria de propuestas.

Aún así, la nueva estrategia no pretendía responder a la vastísima gama de necesidades de las instituciones, ni cubrir el conjunto de sus actividades en materia de información y comunicación, sino que se presentaba como un complemento a todas esas medidas cuyo objetivo era “contribuir a crear una dinámica conjunta de todas las actividades de información sectorial para reforzar la coherencia de la acción de la Comisión en materia de información y comunicación<sup>167</sup>”. Y, como venía siendo habitual, se desligaba de la propia capacidad de cada institución y de los países miembros para desarrollar su acción comunicativa y tampoco cubría las acciones de información complementarias llevadas a cabo por la Comisión en terceros países.

Dada la importancia de esta estrategia para el avance de la política comunicativa de la Unión Europea, a continuación se describen los objetivos y los grandes elementos que la componen. Se trata de un documento que se diseñó en 2002 y que se empezó a ejecutar dos años después, en 2004.

---

<sup>167</sup> Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea. COM (2002) 350 final.

### 3.2.1. Objetivos de la estrategia de comunicación

La Comisión Europea entendía que una verdadera comunicación de la UE no podía limitarse a la mera difusión de información sino que debía tener sentido; debía hacerse comprender, conceder una cierta perspectiva a su actuación y a sus políticas; suscitar el diálogo en las opiniones públicas nacionales y así lograr una mayor participación de los ciudadanos en el debate europeo que, como se ha visto, era el principal reto y objetivo de esta nueva etapa de la comunicación.

Teniendo en cuenta los antecedentes y la situación de desconfianza y descrédito de los ciudadanos hacia las instituciones, en general, y las comunitarias en particular, el reto pasaba por sensibilizar, luchar contra la ignorancia y la indiferencia y establecer una base sólida para una buena gestión de los asuntos públicos. “Se trata fundamentalmente –dice la estrategia- de mejorar la idea que los ciudadanos tienen de la Unión Europea; en resumen, de que sean más conscientes de la dimensión europea de su ciudadanía”. Y para ello, era igualmente fundamental tomar en consideración la naturaleza sumamente especial de la Unión Europea, que no se asemejaba a la de un gobierno. Este hecho obligó a las instituciones comunitarias a ser más pedagógicas en dos sentidos. Por un lado, ofreciendo una información de índole general que lograra que los ciudadanos fueran más conscientes de la existencia de la Unión Europea y de su legitimidad y, por otro, a organizar grandes proyectos que se convertirían en temas prioritarios desde el punto de vista de la comunicación y que se incluirían en el programa PRINCE (Programa de información de los ciudadanos europeos). De esta forma, la Unión Europea podía ir controlando su propia imagen y se conseguía dinamizar el debate para que los ciudadanos se sintieran más vinculados a las instituciones comunitarias.

En definitiva, y parafraseando al propio documento, los objetivos de esta estrategia de comunicación eran:



“Mejorar la percepción de la Unión Europea y sus instituciones, así como su legitimidad, aumentando el grado de conocimiento y comprensión de sus misiones, estructura y logros, estableciendo un diálogo con los ciudadanos<sup>168</sup>”.

### 3.2.2. Las grandes pautas de la estrategia de comunicación

Para poder desarrollar la nueva estrategia de comunicación, se hacía necesario un cambio de mentalidad por parte de las instituciones europeas a todos los niveles, y ese cambio de mentalidad empezaba por defender una serie de referencias comunes que sirvieran de base para la elaboración de un mensaje también común que debía verse reflejado en todas las políticas de la UE. Es lo que la Comisión denominó el “hilo conductor” que debía construirse en torno a grandes conceptos globales y homogéneos que ofrecieran a las instituciones y a los Estados un marco temático al que referirse a la hora de transmitir sus mensajes de forma coherente.

“Para que la Unión Europea pueda controlar su propia imagen y por consiguiente sus mensajes, necesita concebir una especie de trama argumental –un hilo conductor- en torno a una serie de grandes conceptos globales y homogéneos, que afirmen claramente la razón de ser de la Unión y ofrezcan a las Instituciones y a los Estados miembros un marco temático al que referirse a la hora de transmitir sus mensajes de forma coherente<sup>169</sup>”.

Ese “hilo conductor” debía, por un lado, respetar las diferentes concepciones que existían en torno al proyecto europeo y, por otro, transmitirse de una forma sencilla y simple. De acuerdo con los primeros estudios realizados sobre cómo debía articularse, el hilo conductor debía asentarse sobre cuatro valores esenciales: el primero, la virtud de los intercambios, es decir, explicar cómo la pertenencia a la Unión Europea ofrecía al ciudadano mayor libertad, diversidad y humanismo; en segundo lugar, el valor

---

<sup>168</sup> *Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea*. COM (2002) 350 final. Pg. 11.

<sup>169</sup> *Ibidem*

añadido en términos de eficacia y solidaridad; en tercer lugar, la noción de protección, y, finalmente, el papel de Europa en el mundo. En base a esos cuatro conceptos empezó a construirse el mensaje común a través del cual mostrar con mayor fuerza la razón de ser de la Unión Europea y de sus actividades.

Es más, la propia estrategia recoge los tres primeros elementos que empezaron tejiendo ese hilo conductor:

“La Unión Europea es garantía de mayor libertad, prosperidad y seguridad para los europeos; la Unión Europea preconiza un modelo de sociedad solidario, dinámico, respetuoso de la diversidad; y, la Unión Europea nos permite desempeñar un papel en el mundo acorde con nuestros valores y nuestra importancia<sup>170</sup>”.

A partir de ese momento, en cada ocasión que se presentara, y teniendo en cuenta que la Unión Europea se encontraba a las puertas de la mayor ampliación de su historia, las instituciones comunitarias y los propios Estados miembros, incluidos los países candidatos, empezaron a repetir este discurso con el ánimo de hacerlo calar entre la ciudadanía. Fue el principio de una estrategia realmente común asentada sobre cuatro objetivos fundamentales que, a su vez, se habían elevado sobre una base invisible formada por una serie de valores esenciales. Esos valores esenciales fueron, en primer lugar, el de la oportunidad, entendiendo por ello el valor de la aproximación y el intercambio que imperaría entre los ciudadanos de la Unión; en segundo lugar, la prosperidad a partir de la base de la igualdad y la solidaridad; y finalmente, la seguridad como garante final de la protección.

Aunque algunos informes del momento, como el Estudio OPTEM, de mayo de 2002, afirmaban que esos valores no habían salido a relucir en las consultas con los ciudadanos, la Comisión insistía en que existían y terminarían traducándose en una

---

<sup>170</sup> *Ibidem*

percepción positiva y necesaria de la integración europea. Tanto es así que asentó los cuatro objetivos estratégicos en esos valores ya mencionados.

En cuanto a los objetivos, la estrategia se marcó los siguientes: promover nuevas formas de gobernanza europea; estabilizar el continente y reforzar la voz de Europa en el mundo; establecer una nueva agenda económica y social, y lograr una mejor calidad de vida para todos. Esta sería la base final, por tanto, para elaborar y definir los grandes temas sobre los que construir el mensaje común para ser transmitido a la sociedad.

### 3.2.3 Los grandes temas a comunicar

Cuatro son los grandes temas sobre los que se acordó ordenar la política comunicativa de principios del siglo XXI en la Unión Europea. El primero de ellos fue la ampliación. Las instituciones comunitarias estaban preparando la entrada de una decena de países en la Unión para el año 2004 y sin embargo, el 83% de los ciudadanos europeos reconocía no estar bien informado<sup>171</sup> sobre este asunto, de ahí que se repensara la fórmula sobre cómo comunicar sobre este proceso. Tras un periodo de reflexión se llegó a la conclusión de que había que centrarse en detallar las fechas y plazos de incorporación (qué países y cuándo) así como en defender el carácter legítimo de los nuevos países; la consideración del esfuerzo que llevaban a cabo esos nuevos estados para cumplir con el acervo comunitario, y reconocer la plusvalía que suponía la ampliación como beneficio a largo plazo para el conjunto de la Unión.

Ligado a esto, se diseñó el segundo gran tema: el futuro de la Unión Europea, un objetivo que colisionaba frontalmente con el desconocimiento total del funcionamiento de la UE y de su necesaria reforma. Por este motivo, se empezó a

---

<sup>171</sup> Según los datos del Eurobarómetro hechos públicos en ese momento.

facilitar información de carácter general y en la que se detallaban las nociones básicas sobre el funcionamiento europeo.

La creación de un espacio de libertad, seguridad y justicia, fue el tercero de los grandes asuntos comunes sobre el que tenían que volcarse tanto instituciones como estados miembros en su labor comunicativa. En este asunto, la Comisión propuso centrar sus esfuerzos en tres cuestiones, por un lado la inmigración, explicando que la acción aislada de uno o varios Estados miembros no garantiza plenamente el control de las fronteras ni la lucha contra la delincuencia internacional y que era la Unión Europea la que proporcionaba realmente una política común. En segundo lugar, los derechos humanos, desde el convencimiento de que pertenecer a la Unión significa libertad, democracia y respeto a los valores fundamentales. Y, finalmente, ciudadanía, insistiendo en que la realización del espacio europeo permitiría dar todo su significado al concepto de ciudadanía europea.

Y, finalmente, el último de los grandes temas sobre los que construir la política comunicativa se basó en explicar el papel de la Unión Europea en el mundo. La idea era insistir en que para reducir los temores de los europeos sobre la suerte que correrían los ciudadanos en este proceso de ampliación, habría que esforzarse en demostrar que Europa era más eficaz y competitiva de lo que pensaban a la hora de gestionar y regular la mundialización porque, según la Comisión, esa mundialización era un tema clave si se hablaba de comunicación. Para ello propuso volcarse en tres ejes principales. El primero, lo que representaba el multilateralismo en las negociaciones comerciales; el segundo, la voluntad de la Unión de ser una fuerza de equilibrio en el mundo, y, tercero, la fuerza de una Europa unida, que hablara con una sola voz.

### 3.2.4 Público

Otro de los aspectos sobre los que se detiene la estrategia de la comunicación elaborada por la Comisión Europea en el año 2002 es el del público. El primer acercamiento se hace desde la base de la homogeneidad en el más amplio sentido de la palabra porque el público europeo era el reflejo de la suma de las peculiaridades de todos los países de la Unión Europea. Para responder a esta necesidad, la Unión entendió que había que practicar una comunicación específicamente concebida para el tipo de público al que se dirigiera.

“No es lo mismo entablar un diálogo con los multiplicadores de la opinión que hacerlo con la opinión pública de cada Estado<sup>172</sup>”

Esto suponía facilitar información al menos a dos niveles: hacia los que estaban interesados y en alguna medida formados; y en segundo lugar, a los que no mostraban ningún interés por las actividades de la UE. Teniendo en cuenta por tanto esta diversidad, el mensaje debía ser igualmente diferente, de tal forma que las informaciones que nacieran en la Unión Europea debían adaptarse a las realidades, las lenguas, las percepciones locales y las preocupaciones específicas de cada uno de los grupos que se hubieran seleccionado. Y a su vez, a la hora de seleccionar los grupos, había que aplicar igualmente un grado de diferenciación evidente entre forjadores de opinión, representantes políticos, personalidades de la sociedad civil, medios de comunicación, mundo empresarial, etc.

Por último, la Comisión Europea entendió que era necesario tener en cuenta otra especificidad cuando se refería al público al que quería dirigirse y por eso estableció distintas categorías. Por un lado, el público general, al que se dirigían los grandes mensajes, y en segundo lugar, otras categorías como jóvenes, mujeres, familia, población activa, etc, a los que se adaptaba de una forma más específica la

---

<sup>172</sup> Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea. COM (2002) 350 final. Pg. 16

información. Entre estos últimos, la Comisión destacó en esta estrategia de comunicación la importancia de incluir a los jóvenes y al sector educativo entre los instrumentos de difusión de la información pedagógica sobre la Unión Europea.

Con esta estrategia se había redefinido la orientación que ya propusieron Oostlander o De Clerq en sus informes publicados a principios de los noventa con los que buscaron despertar entre las instituciones europeas la preocupación por las audiencias. El europarlamentario belga, Willy De Clerq, ya había matizado sobre algunos de los grandes grupos a los que había que dirigirse y destacó entre ellos las mujeres y los jóvenes. De alguna manera el comisario Vitorino recogió ese testigo en esta estrategia si bien es cierto que en este caso la concreción es mayor.

Desde este momento en adelante, la preocupación por las audiencias empezará a ser la tónica dominante en todas las estrategias futuras de comunicación, es por ello que, sin ánimo de adelantar acontecimientos, creo necesario puntualizar sobre este aspecto otro de los cambios fundamentales que se constatará cuando se analice el caso concreto de Euranet y el público al que iba dirigido.

En el primer proyecto, Euranet (2008-2012) la audiencia a la que iban dirigidos los programas europeos no se asentaba, en un porcentaje muy importante, entre la ciudadanía europea si no que, como se verá, la suma de los oyentes de las radios socias –la mayoría internacionales- se repartía entre el público nacional asentado en otros países. Con la llegada de Viviane Reding al departamento de comunicación y a la hora de renovar el contrato con el grupo de empresas radiofónicas una vez finalizado el primer acuerdo, la Comisión propuso un giro importante en este sentido y exigió a las radios que volcará su programación hacia oyentes nacionales. Bajo esta premisa (y otras que se explicarán al final de esta tesis) nació Euranet Plus (2013-2016), la continuidad de Euranet.

### 3.2.5. Una verdadera política de comunicación

Como decía Hans Brunmayer<sup>173</sup>, no se puede disociar la comunicación de las políticas que se quieren llevar a cabo, por eso, en esta estrategia, la Comisión reconoció que “para controlar mejor la comunicación, en adelante, inscribiría su política de información en un marco global y coherente con la impronta de un verdadero liderazgo político<sup>174</sup>”. Esto obligó tanto a la Unión Europea como a las instituciones comunitarias a acometer un profundo cambio en materia de información y comunicación, empezando por desarrollar una actitud más dinámica.

“La Unión Europea no puede atrincherarse en una posición reactiva. A nivel político, debe integrar en su modo de funcionamiento la necesidad de tomar la iniciativa en determinados temas informativos, prioritarios, partiendo de un calendario de acontecimientos previsible, con objeto de mantener un debate basado en una mayor información sobre sus objetivos<sup>175</sup>”.

No obstante, y tal y como se venía viendo desde finales de los noventa, las instituciones de la Unión no tenían capacidad para llegar directamente a los ciudadanos y esto exigía un compromiso real por parte de los estados miembros que pusieron a la disposición de las instituciones comunitarias el efecto multiplicador de sus recursos, sus canales de difusión, sus organismos de información e incluso, la propia estructura del Estado. Era la única fórmula, según la estrategia de comunicación, a través de la cual se podía garantizar una verdadera transmisión del mensaje.

---

<sup>173</sup> Director General de Prensa, Comunicación y Protocolo del Consejo de la UE entre 2002 y 2007.

<sup>174</sup> Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea. COM (2002) 350 final. Pg.

17

<sup>175</sup> *Ibidem*.

“Esta asunción compartida de la responsabilidad por cada socio exige un verdadero compromiso político al más alto nivel, tanto por parte de las instituciones como de los estados miembros<sup>176</sup>”

A todo esto se suma un recurso más después de haberse detectado que era necesario “poner rostro” a la Unión. Bajo esa premisa, la Comisión propuso apoyarse en líderes de opinión en cada país con el fin último de hacer visible su existencia de la manera más directa para los ciudadanos. Se daba por supuesto que esta tarea debería ser también responsabilidad de los miembros de las instituciones europeas y de los dirigentes políticos que participaban en ellas.

Para llevar a cabo una verdadera política de comunicación, la Comisión entendió que la Unión Europea debía ser capaz de ejercer su propio liderazgo. Reconocía, como se ha visto anteriormente, que la labor de los estados miembros era inexcusable para conseguirlo y propuso apoyarse en algunos de los instrumentos de los que disponían los países para conseguirlo.

El desarrollo del proceso, según las directrices recogidas en la estrategia de la comunicación, sería el siguiente. En primer lugar, había que conocer el estado de las opiniones públicas nacionales y su evolución, y esto solo se conseguía a través de una colaboración más regular con los departamentos de “opinión” de los organismos de información en cada uno de los Estados miembros.

En segundo lugar, la estrategia explica que para preservar el carácter global del proceso había que ligar el conjunto de actividades de información a los grandes acontecimientos de la Unión, de tal forma que se garantizaba una planificación del proceso. Y, finalmente, se pondrían en marcha los mecanismos de transmisión de información, de forma individual en cada Estado miembro, pero liderados y orientados, durante todo el proceso, por los responsables de la Comisión.

---

<sup>176</sup> *Ibidem.*



La figura creada para llevar a cabo ese objetivo fue el Grupo Interinstitucional de Información (GII)<sup>177</sup> que estaba compuesto por representantes de la Comisión, el Parlamento Europeo y el Consejo. El resto de las instituciones y órganos comunitarios podían participar en él aunque como observadores. Este grupo se encargaría, según las misiones recogidas en la estrategia, de

“fijar los temas de información prioritarios y las orientaciones comunes para la colaboración interinstitucional en materia de información y comunicación de la Unión Europea. Evaluar la coordinación de las actividades de información centralizadas y descentralizadas destinadas al público en general relacionadas con estos temas. El GII se pronunciará cada año sobre los temas de los años siguientes basándose en un informe elaborado por la Comisión<sup>178</sup>”

No obstante, la estrategia no estaría completa si no existiera una sinergia de todos los instrumentos a disposición de las instituciones y los Estados en materia de comunicación. De hecho, esta es la última de las apuestas de la estrategia de la comunicación. La Comisión entendió que era evidente que para conseguir una mejor política comunicativa los instrumentos de los que se disponían debían estar, en la medida de lo posible, adaptados a esas necesidades.

El primero de esos instrumentos era la propia Dirección General del Prensa (DG PRESS<sup>179</sup>), que más que desempeñar el papel central, su función se asemejaba al de

---

<sup>177</sup> La creación de este grupo ya se recogía en la Comunicación relativa a un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y de comunicación de la Unión Europea. COM (2001) 354 y así se ratificó por parte del Consejo de Europa tras celebrarse la reunión del 10 de diciembre de 2002 en cuyas conclusiones se recogió la necesidad de que “las actividades de información de las instituciones de la UE en los Estados miembros deben realizarse efectivamente en conexión con las de los Estados miembros”.

<sup>178</sup> *Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea*. COM (2002) 350 final. Pg. 22,

<sup>179</sup> Eran responsabilidad de la DG PRESS en ese momento tres grandes centros nacionales de información y documentación ubicados en París, Lisboa y Roma; otros tres centros interregionales de información y documentación situados en Salónica, Nápoles y Berlín; 142 Info-Point Europa (IPE); 134 centros de información y animación rurales (Carrefours), y 328 centros de documentación europea (CDE), 24 bibliotecas depositarias y 72 centros de referencia europeos (que con los 360 existentes fuera de la Europa de los 15 representan una red global de 784 centros)

un suministrador de servicios y de coordinación de las restantes direcciones generales, las demás instituciones y los Estados miembros, que a un papel motriz omnisciente y omnipresente.

El segundo de los instrumentos orientados en favor de una mejor comunicación fue el Eurobarómetro. Se trata del sistema de encuestas y sondeos de la Unión Europea con el que medir la opinión pública respecto a determinados asuntos. En este caso, la Comisión propuso sondear las opiniones respecto de los grandes temas sobre los que se iba a informar, aunque no exclusivamente. El objetivo final era elaborar los mensajes necesarios para responder a las expectativas de los ciudadanos.

En tercer lugar, las publicaciones propias y los instrumentos de Internet. Entre estos últimos se potenció la página web de Europa ([www.europa.eu](http://www.europa.eu)), como suministradora de información y espacio para el debate, y se prestó especial atención al apartado audiovisual Europe by Satellite. Este último es un portal que suministra de información especialmente a los medios de comunicación. La Comisión vierte en él los contenidos de ruedas de prensa (que se pueden seguir en directo a través del livestreaming), fotos, audios, notas de prensa, etc, con el objeto de facilitar el trabajo a la prensa y suministrarles toda la información. Actualmente se puede consultar en los 24 idiomas oficiales de la Unión Europea aunque en el momento en el que se lanzó la estrategia de la comunicación lo hacían en 21.

Y por último, la Comisión Europea empezó a utilizar también como herramientas para difundir sus mensajes, la radio y la televisión. Eran conscientes de que estos dos medios seguían siendo los vectores de información preferidos por la opinión pública (el Eurobarómetro seguía diciendo en esos momentos que el 72% de los ciudadanos reconocían no saber nada o muy poco de la Unión Europea<sup>180</sup>) y, por tanto, debían centrar su estrategia en ellos.

---

<sup>180</sup> *La aplicación de la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea*. COM (2004) 196 final.

El primero por el que se apostó fue la televisión, con una doble vertiente. Por un lado, la propuesta –a partir de las recomendaciones formuladas por el Parlamento- de crear una red de cadenas parlamentarias o políticas que pudieran conectarse de tal forma que los espectadores pudieran acceder a la información política procedente de los demás Estados miembros. Era una especie de canal político que se denominó Channel Europe y que no llegó a funcionar.

Y por otro, se recomendó apoyarse en Euronews, la única cadena prácticamente europea con la que la Comisión Europea ya venía colaborando prácticamente desde su nacimiento. Sin embargo, lo novedoso de este momento fue que la institución comunitaria estudió una subvención de 5,8 millones de euros a medio plazo (con aportaciones también del Parlamento) y de hasta 12 millones de euros (entre 2005-07) para que Euronews pudiera modernizar sus sistemas y continuar aumentando su audiencia dentro y fuera de la Unión Europea. Según los datos de la Comisión, la inyección económica supondría el 16,9% del volumen de negocio de la cadena y correspondería al porcentaje de tiempo de antena cofinanciado por la institución comunitaria.

Respecto a la radio, no sería hasta 2007 cuando se creara la primera red de radios europeas, Euranet, que como se verá en esta tesis, su funcionamiento no tiene nada que ver con Euronews. Desde ese año y durante los cinco siguientes, la Comisión aportó una subvención de 5,8 millones de euros anuales para ese proyecto con los que desarrollarse como red radiofónica capaz de emitir en los 23 idiomas oficiales de la UE, y no solo en las ondas, sino también a través de su página web ([www.euranet.eu](http://www.euranet.eu)). Esta web arrancararía en 2008.

Por último, y volviendo a 2002, la nueva estrategia de comunicación que elaboró en ese momento la Comisión Europea tuvo muy presente a los nuevos países candidatos a entrar en la Unión. Eran diez y, para ello, la Comisión invitó y formó a los representantes de esos nuevos países en todo lo que tenía que ver con comunicación. Se organizaron seminarios para periodistas procedentes de esos lugares y se formaron

en técnicas audiovisuales a los trabajadores que llegaron a la Comisión desde esos nuevos estados.

### 3.2.6. El mensaje

Como se ha visto en los apartados precedentes, la estrategia de comunicación de Vitorino de 2002 asienta las bases del éxito en la colaboración entre la Comisión y los Estados miembros, junto al resto de las instituciones comunitarias, aunque para que realmente funcionara, el otro componente igualmente importante, era la coordinación de los mensajes entre los diferentes actores. Para eso se creó el GII (Grupo Interinstitucional de Información), que era el organismo encargado de seleccionar los mensajes aunque, una vez elegidos, el papel de cada uno de los miembros del GII era distinto.

Por un lado, la Comisión recibió el encargo de dotarse de un corpus de mensajes común para cada uno de los temas elegidos pero, en lugar de difundirlos inmediatamente entre los ciudadanos, lo que hicieron fue probarlos entre grupos de muestra elegidos en cada Estado miembro antes de que fueran propuestos al resto de las instituciones. De forma paralela a la elaboración de estos mensajes, la Comisión debía desarrollar también la estrategia de comunicación para cada tema. Era la responsable de seleccionar los mensajes, el público al que iba destinado, el calendario, los medios de actuación y el presupuesto.

Por su parte, los Estados miembros, seguían siendo libres de suscribir o no la estrategia de la Comisión o los mensajes propuestos. Los podían adaptar e incluso rechazar aunque lo que se esperaba de ellos, y así lo habían firmado en varios Consejos anteriores, era que cumplieran con su compromiso de colaborar.

Y, finalmente, en lo que respecta a las Representaciones de la Comisión y las Oficinas del Parlamento Europeo, su labor consistía igualmente en apoyar la práctica que ya

había iniciado la Unión Europea. En este caso, su misión se basaba en la elaboración del plan de comunicación para cada tema elegido por el GII, con la ayuda de expertos si fuera necesario.

### 3.2.7. La aplicación de la estrategia

Un año y medio después de haber diseñado la estrategia de comunicación detallada anteriormente, la Comisión Europea redactó una Comunicación<sup>181</sup> que envió a las instituciones comunitarias en la que hacía pública su sugerencia sobre cómo se debía aplicar. El documento precisaba lo que se debía entender como estrategia de información y comunicación, que no era más que el marco de referencia de la comunicación al público en general, y no todas las acciones de información de la Comisión. Esta estrategia, resumiendo, se basaba en el refuerzo de la cooperación interinstitucional y en la colaboración (o partenariado, como lo llama las instituciones comunitarias) entre Estados miembros. Perseguía los siguientes objetivos:

“Mejorar la percepción de la Unión Europea y sus instituciones, así como su legitimidad, aumentando el conocimiento y comprensión de sus misiones, estructura y logros, estableciendo un diálogo con los ciudadanos. Se trata, en particular, de mejorar la calidad del debate público europeo, la incorporación de los ciudadanos al proceso de decisión europeo, de atender mejor al ciudadano y a sus preocupaciones y de reconstruir de manera metódica y coherente la imagen de la UE<sup>182</sup>”.

Para lograrlo, la Comunicación propuso un enfoque realista y progresivo basado, por un lado, en la capacidad de la Unión Europea para elaborar y difundir mensajes adaptados y orientados sobre sus distintos temas de información prioritarios; por otro

---

<sup>181</sup> Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de *La estrategia de información y comunicación de la Unión Europea*. COM (2004) 196 final. Bruselas, 20 de abril de 2004.

<sup>182</sup> *Ibidem*.

lado, en la colaboración voluntaria de los Estados miembros y en la capacidad de estos para complementar las acciones de la Unión Europea, y en tercer lugar, de la coordinación de los medios propios de la Comisión.

El gran reto que tenían por delante era el de la movilización, es decir, el de generar curiosidad entre los ciudadanos, suscitar interés y hacerlo con un mensaje afianzado en valores comunes pero cuyo contenido fuera lo suficientemente concreto como para que interesara a los ciudadanos.

A la hora de aplicar esta nueva estrategia de comunicación había que diferenciar dos tipos de herramientas. Por un lado, los enlaces y redes para difundir información y, por otro, la aplicación de este proyecto a través de los medios de comunicación, todo ello sin olvidar que en este momento la Unión Europea se enfrentaba a la mayor ampliación de su historia, con la incorporación de una decena de nuevos países que entrarían a formar parte de la UE a partir del 1 de enero de 2004, y que eso obligaba a ampliar el escenario de difusión pensando también en los nuevos socios. De la UE15 se pasaba a la UE25.

Entre los nuevos enlaces destaca la adopción del término genérico “Europa Direct”, una denominación que cubría todos los servicios ofrecidos por la Comisión para difundir la información y responder a las preguntas de los ciudadanos: número de teléfono gratuito, portal Europa o enlace local. Ya existían los Info-points Europa en la Europa de los 15 pero había que extrapolarlos a los diez nuevos países, y además se crearon más centros de información y animación rural. Junto a ellos operaban los tres grandes centros nacionales situados en Lisboa, París y Roma.

Respecto a otro tipo de herramientas para comunicar, la Comisión se apoyó en el sector audiovisual ya desarrollado, especialmente en su página web Europe by Satellite y en la cadena de televisión, Euronews.

### 3.3. Plan de acción de la Comisión para comunicar sobre Europa

Una vez conocida la estrategia de comunicación del comisario portugués Antonio Vitorino y trazada la línea de su desarrollo, la Comisión Europea, en un ejercicio de reflexión, elaboró el que tenía que ser su plan de acción para conseguir los objetivos que ella misma se había propuesto. Por eso, por un lado, adoptó su propio plan de actuación recogido en una Comunicación publicada en julio de 2005, y posteriormente, elaboró un libro blanco sobre la comunicación, que en este caso vería la luz en febrero de 2006 y que se detallará más adelante.

En el plan de actuación de la Comisión estaba recogida toda la filosofía de la estrategia de la comunicación de 2002 con la que se pretendió asegurar una comunicación más efectiva sobre Europa a partir del trabajo coordinado entre las distintas instituciones, especialmente los Estados miembros. Pero en este momento, se avanzó de manera importante en otra dirección y de hecho, la Comisión planteó una reorganización interna propia que consiguiera implicar a todos sus departamentos en las labores comunicativas.

“Es necesario ordenar internamente el sistema de información y comunicación de la propia Comisión y eso se consigue organizando de una forma más eficiente los recursos humanos y económicos y haciendo un trabajo conjunto entre los distintos departamentos de la propia Comisión<sup>183</sup>”.

El planteamiento inicial cambiaba de base porque, a partir de este momento y como consecuencia de la evolución que se venía dando desde principios de 2000, la Comisión entendió que la comunicación era más que información, y de hecho, teniendo en cuenta esto último, había que empezar a apostar por el diálogo con los ciudadanos.

---

<sup>183</sup> *Plan de acción para mejorar la comunicación de la Comisión. SEC (2005) 985 final.*

“Comunicación es más que información: establece una relación e iniciativas de diálogo con los ciudadanos europeos; les escucha y conecta con ellos. No es un ejercicio neutral carente de valores, sino que es una parte esencial del proceso político<sup>184</sup>”.

La Comisión ya venía trabajando en esa nueva política comunicativa desde hacía tiempo pero, a juzgar por el análisis que entonces se hacía del momento, los avances habían sido pocos. De hecho, la propia exposición de motivos del plan de actuación que elaboró la Comisión reconocía que se estaban dando todavía algunas debilidades. Entre ellas, se habían constatado insuficiencias en la coordinación y la planificación en las actividades comunicativas y esto daba como resultado una falta de eficiencia. Además, se estaban proyectando mensajes basados más en la prioridad política que en lo que realmente querían o interesaba a los ciudadanos. Y por último, se estaba llevando a cabo una aplicación inadecuada en las campañas de comunicación, tanto desde el punto de vista económico como de objetivos ciudadanos. Sin ir más lejos, la escasa participación en las elecciones europeas de 2004 o las negativas a refrendar el Tratado de Lisboa por parte de Holanda o Francia fueron un reflejo de esa situación.

Por eso, el plan de actuación de la Comisión Europea de 2005 tenía que cambiar y, tras un ejercicio de reflexión, se construyó una estrategia interna que recogía tres cuestiones indispensables para el éxito final. La primera de ellas, escuchar.

“La comunicación es un diálogo, no un camino unidireccional. No se trata solo de que las instituciones de la Unión Europea informen a los ciudadanos sino de que los ciudadanos expresen sus opiniones de tal forma que la Comisión pueda entender sus percepciones e intereses. Los ciudadanos europeos quieren que se escuche su voz en Europa y que su participación democrática tenga un reflejo directo en la forma de hacer política en la Unión Europea<sup>185</sup>”.

---

<sup>184</sup> *Ibidem*. Pg. 3.

<sup>185</sup> *Ibidem*. Pg. 4



En segundo lugar, comunicar.

“Las actividades y políticas europeas, así como su impacto en la vida diaria de los ciudadanos, tienen que ser comunicadas y defendidas de tal forma que la gente pueda entender y seguir los acontecimientos políticos a escala europea<sup>186</sup>”.

Y, finalmente, conectar con los ciudadanos desde lo más cercano, lo que en el plan de actuación se define como “ir a lo local”. Es decir, llegando a ellos a partir de atender los intereses de los ciudadanos y haciéndolo en una lengua que ellos entiendan. En definitiva, y como reconoce el propio plan de actuación, “una buena comunicación requiere un excelente conocimiento de las audiencias locales”.

Lo novedoso de este documento radica también en el hecho de que la Comisión entendió que para llevar a cabo una buena comunicación había que implicar a todos sus miembros. De hecho, se crea un grupo liderado por la Vicepresidenta y comisaria responsable de Relaciones Institucionales y Estrategia de Comunicación, la sueca Margot Wallström, encargado de coordinar y aplicar el plan de comunicación. Para ello contó con la ayuda de la comisaria de Sociedad de Información y Medios de Comunicación, Viviane Reding, que cinco años después se convertiría en la responsable de las políticas de comunicación de la Unión Europea.

Esto provocó que se llevaran a cabo algunos cambios importantes en el seno interno de la Comisión, que comenzaron por la organización de todas las direcciones generales. Para empezar, la Dirección General de Prensa Comunicación y Protocolo pasó a llamarse solo Dirección General de Comunicación (DG COMM). Y en el resto de estos departamentos se introdujo una figura que tenía que estar en contacto con la Oficina del Portavoz y que se encargaría de informar sobre lo que hacía su departamento con la vista puesta en que pudiera ser entendido por todos los medios de comunicación, sin obviar los locales o regionales. Para ello, la Comisión se encargó de

---

<sup>186</sup> *Ibidem*.

formar en materia de comunicación a sus propios trabajadores, empezando por los altos directivos.

La Comisión entendió que sus propios empleados eran los mejores embajadores de la misma y por ese motivo introdujo una cláusula en las bases de contratación en la que se solicitaba cierta capacidad comunicativa en el aspirante para ser capaz de acreditar que se podía defender en público y ante los medios de comunicación. La Dirección General de Administración fue la encargada de formar a los trabajadores en este sentido, aunque no tenían que ser todos. De hecho, cada dirección general seleccionó a los que consideraba más capacitados. En el fondo, lo que se perseguía era una mayor implicación de todos los estamentos de la Comisión aunque coordinados por la DG COMM. Esta dirección general era la encargada de seleccionar las prioridades sobre las que se debía comunicar, y las recogía en una agenda de la comunicación que debían respetar y desarrollar el resto de las direcciones generales así como las Representaciones ubicadas en los países miembros a las que se les pedía una especial implicación.

Si, como se ha dicho, entre los principales objetivos de este nuevo plan se incluía el acercamiento al ciudadano, lo más lógico era que la Comisión se apoyara para ello en los instrumentos que tenía al servicio de éstos y más pegados a su terreno. De ahí que desde ese momento se marcara como prioritario que las Representaciones en los países miembros trabajaran desde la cercanía con los medios de comunicación locales y regionales y se implicaran en la consecución de respuestas por parte de los ciudadanos, buscando su participación y reacción en el debate sobre los grandes asuntos de la Unión Europea. El primer paso para conseguirlo debía ser el de conocer su opinión sobre esos asuntos y por eso se apoyaron cada vez más en las herramientas disponibles como las encuestas del Eurobarómetro

En lo que tenía que ver con la página web, la Comisión se esforzó, además de en acercar su contenido al ciudadano en un idioma que él entendiera (24 lenguas oficiales de la Unión Europea), en ofrecerles servicios que demandara. De ahí que se creara la

figura del Editor de Europa, que sería el encargado de garantizar que la página web estaba bien estructurada y cumplía con las expectativas de los ciudadanos.

Por último, el Servicio del Portavoz era el responsable de mantener el contacto con los ciudadanos, visitas de grupos y cooperación y formación de periodistas, puesto que se entendió que estos instrumentos eran también canales para fomentar la política comunicativa de la Comisión Europea. Actualmente, cada comisario tiene un portavoz que comparece ante los medios de comunicación en una rueda de prensa diaria para explicar los asuntos de su departamento.

### 3.4. Plan D de democracia, diálogo y debate<sup>187</sup>.

Los primeros años del Siglo XXI en la UE estuvieron marcados por dos grandes asuntos que preocupaban de manera especial a los Estados miembros y a la Unión Europea. El primero de ellos era la ratificación del Tratado de Lisboa, por el que se establecía algo parecido a Constitución para Europa (con el agravante de que Holanda y Francia lo habían rechazado) y, en segundo lugar, el constatado alejamiento entre la sociedad y las instituciones comunitarias que había quedado de manifiesto, entre otros elementos, en la baja participación de los comicios europeos celebrados en 2004. Esto era el resultado de una ausencia de entendimiento con la ciudadanía basado en una sensación generalizada de alejamiento entre los intereses de la comunidad europea y quienes vivían en ella.

Bajo este panorama de difícil solución arrastrado durante años, la Unión se propuso establecer un diálogo directo impulsado, entre otras cosas, por una realidad que reflejaba, según los datos del eurobarómetro<sup>188</sup>, un descenso en todos los indicadores: confianza, imagen y evaluación de la pertenencia a la Unión Europea.

---

<sup>187</sup> COM (2005) 494 final, 13 de octubre de 2005

<sup>188</sup> Aunque el 54% de los ciudadanos de la UE seguía apoyando la pertenencia a la Unión Europea, la imagen de esta se deterioraba constantemente, ya que sólo el 47% de las personas interrogadas daba una respuesta positiva. La confianza en la Unión Europea había bajado del 50% en el otoño de 2004 al

Para corregirlo, la vicepresidenta de la Comisión Europea y responsable de la política de comunicación, Margot Wallström, diseñó el denominado *Plan D, democracia, diálogo y debate* con el que promover el diálogo y la discusión con los ciudadanos sobre los temas europeos y cuyos resultados servirían de base argumental para elaborar el Libro Blanco de la comunicación que vería la luz un año después, en febrero de 2006.

Durante un tiempo se organizaron debates en los países miembros cuya estructura no tenía por qué ser similar, lo único que se propuso compartir fue la temática y se sugirió que se centraran en cómo debía tratar Europa problemas como el del empleo, la economía, el transporte, la lucha contra el terrorismo, el medio ambiente, etc. Muchos de esos debates se celebraron en los parlamentos nacionales, regionales y locales.

Junto a ello, la Comisión también propuso incrementar la presencia y participación de sus miembros en los medios de comunicación locales y regiones, atendiendo a esa propuesta del “going local” que había diseñado en su estrategia de comunicación de 2005. Un ejemplo de ello, de entre los muchos que hay, fue la entrevista que Televisión Castilla y León le hizo a la comisaria europea de Política Regional, Danuta Hübner, el 27 de octubre de 2005.

Con todo, los resultados de esta estrategia de la comunicación diseñada por la Comisión Europea no tardaron en verse. De hecho, el Eurobarómetro estándar 65, de la primavera de 2006, ya recogía el apoyo importante de los ciudadanos a la pertenencia de la Unión Europea, así como una mejora de la imagen de la UE. No obstante, quedaban todavía cosas por mejorar porque, según ese mismo sondeo, la ampliación de Europa no contaba tanto con el apoyo entre la opinión pública.

---

44% en la primavera de 2005. En ese momento, el 53% de los ciudadanos europeo no creía que su voz contara en la Unión Europea, sin embargo, cuando se les preguntaba por el papel que desearían para la UE a cinco años vista, el 49% deseaba que tuviera un papel muy importante y solo el 14% pensaba que debía implicarse menos. [http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/archives/eb/eb63/eb63\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb/eb63/eb63_en.htm)

“Los tres indicadores principales de la actitud general hacia la Unión Europea muestran un desarrollo positivo e inequívoco en la opinión pública. En comparación con la última encuesta de otoño de 2005, el apoyo a la pertenencia a la Unión Europea ha aumentado 5 puntos (55% frente al 50%), la imagen de la UE 6 puntos (50% frente al 44%) y los beneficios percibidos por la pertenencia a la UE, 2 puntos (54% frente a 52%). Paralelamente han disminuido las opiniones negativas sobre estos tres indicadores, en especial en cuanto a la imagen de la UE (15% frente a 20%). (...) Los europeos están bastante satisfechos con el funcionamiento de la democracia en la Unión Europea. El índice de satisfacción alcanza el 50% (48% en la EU 15 y 59% en los nuevos Estados miembros, un 1% más que en la última encuesta)<sup>189</sup>”

Sin embargo, respecto a una nueva ampliación de la Unión Europea y a la creación de una Constitución comunitaria, los ciudadanos perdían cierta confianza.

“El apoyo a la idea de una Constitución europea ha disminuido ligeramente desde la última encuesta en otoño de 2005 (6%, -2%), situándose de nuevo en el nivel alcanzado en la primavera de 2005. El 22% de los ciudadanos se opone a la idea de una Constitución europea y el 17% “no sabe”. (...) El apoyo de la opinión pública a nuevas ampliaciones también ha disminuido. Mientras que el 45% de los ciudadanos apoya esta ampliación (41% en la UE 15 y 66% de los nuevos Estados miembros), el 42% se opone. En otoño de 2005, los valores se situaban en un 49% y un 39% respectivamente<sup>190</sup>”.

En una entrevista de balance publicada en EurActiv en septiembre de 2009<sup>191</sup>, después de que abandonara su cargo en la Comisión tras las elecciones europeas, Margot

---

<sup>189</sup> Eurobarómetro estándar 65: Primavera de 2006. [www.europa.eu/rapid/press-release\\_IP-06-937\\_es.doc?locale=en](http://www.europa.eu/rapid/press-release_IP-06-937_es.doc?locale=en)

<sup>190</sup> *Ibidem*.

<sup>191</sup> Entrevista a Margot Wallström publicada por EurActiv el 9 de septiembre de 2009 titulada “Wallström: Legal basis necessary to communicate”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

Wallström –la impulsora de este plan- se felicitaba por las mimbres que su departamento había conseguido poner en los cinco años anteriores con proyectos de este tipo aunque, ante las incisivas preguntas de los periodistas, la ya exvicepresidenta de la Comisión reconoció que la respuesta de algunos Estados miembros no había sido la deseada.

Su gran proyecto de comunicación se asentaba sobre dos pilares fundamentales. En primer lugar, en la apuesta por lo que denominó “going local”, que como se verá en el siguiente apartado, supuso la base del Libro Blanco para la política de comunicación de la Comisión Europea de 2006 y, en segundo lugar, un intento por conseguir la colaboración interinstitucional y de los Estados miembros para mejorar la comunicación comunitaria. La propuesta había sido heredada de estrategias anteriores, especialmente de la de 2002 del comisario Vitorino, pero los logros obtenidos desde entonces demostraron no haber sido muchos.

Wallström reconocía en esa entrevista que el papel de las Representaciones en los países de la Unión fue fundamental, pero no ocultó su desazón por que algunas de ellas no hubieran respondido a sus expectativas.

“No ha sido una pérdida de tiempo. Lo que hemos hecho ha sido abonar el terreno. Lo hemos intentado por diferentes vías y la gente nunca podrá decir que no hicimos todo lo que pudimos. (..) He intentado incluso tener un protocolo (de colaboración interinstitucional) pero algunos Estados miembros se han posicionado fuertemente en contra. Desafortunadamente tengo que admitir que ha habido Representaciones en los Estados miembros y líderes políticos que han preferido mantener las cosas como estaban. No han compartido la idea de que las instituciones europeas deben hacer comunicación (..), algunos líderes piensan que la Comisión debería callar<sup>192</sup>”.

---

<sup>192</sup> Traducción de la autora de un fragmento de la entrevista citada en la nota anterior.

Pero a los periodistas no pareció convencerles del todo esta repuesta y volvieron a incidir en la misma idea cuestionando el modelo aplicado por Wallström y advirtiendo de que el resultado final había reflejado una “modesta” colaboración. La exvicepresidenta rechazó esos argumentos insistiendo en que las modificaciones que había aplicado la Comisión Europea en su estrategia de comunicación habían conseguido, por ejemplo, que en diez países de la Unión se hubiera incrementado la participación en las elecciones europeas de 2009. No obstante, y estando ya fuera de la Comisión, puesto que la entrevista se realizó dos meses después de los comicios, Wallström no dudó en arremeter de nuevo contra la ausencia de implicación de algunos países.

“Se debería entender que algunos Estados miembros y algunos gobernantes no piensan que sea bueno comunicar, ni que la comunicación sea buena para la democracia. Ellos piensan que es mejor mantener a los ciudadanos en la oscuridad y que la Unión Europea no haga ningún esfuerzo por cambiarlo. Ellos creen que son los únicos que tienen el derecho de contactar con los ciudadanos y que la UE tiene que callar. Ha habido una lucha constante en contra de que comunicáramos directamente con los ciudadanos<sup>193</sup>”.

Al margen de las buenas intenciones, lo cierto es que el plan de Wallström tampoco logró calar entre los ciudadanos. El mensaje a comunicar seguía estando lejos de los centros de toma de poder y eso terminó adelgazando la confianza de la sociedad en las instituciones europeas. Además, como criticarían después algunos expertos, la comunicación seguía haciéndose de arriba abajo, y no al revés, es decir, desde las instituciones al ciudadano.

No obstante, lo que sí que consiguió la comisaria sueca fue movilizar a los medios de comunicación y poner en marcha determinados proyectos hasta entonces novedosos. Luchó contra el escepticismo arraigado en la prensa anglosajona y consiguió sacar

---

<sup>193</sup> Entrevista a Margot Wallstrom publicada por EurActiv el 9 de septiembre de 2009 titulada “Wallstrom: Legal basis necessary to communicate”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

adelante algunas iniciativas basadas en la asociación de empresas de comunicación como la que se analiza en esta tesis, Euranet, o la que crearon varios periódicos europeos unidos a través de una página web que denominaron Press Europe.

La suerte que corrieron estos dos proyectos con el cambio de comisaria y la llegada de Viviane Reding a las labores de comunicación fue dispar. Mientras que el primero consiguió resistir al nuevo giro que aplicó Reding, los segundos se vieron obligados a romper su unión a finales de 2013 coincidiendo con la no renovación del contrato económico que habían firmado unos años antes con la Comisión Europea.

### 3.5. Libro Blanco sobre una Política de Comunicación Europea.

Todas las iniciativas que se han visto hasta ahora y que se fueron perfilando en los primeros años del siglo XXI en materia de comunicación terminaron recogidas en el Libro Blanco sobre una *Política Europea de Comunicación* publicado en febrero de 2006 cuya máxima aspiración era ganarse al ciudadano desde lo más cercano. Lo que se denominó “going local”. El documento hacía dos propuestas fundamentales: la emergencia de una esfera pública de diálogo en la que los ciudadanos participasen en una comunicación bidireccional con las instituciones, y la descentralización de las actividades comunicativas de la Unión con el objetivo de adecuar la comunicación y el mensaje a las especificidades territoriales<sup>194</sup>.

A la insatisfacción ciudadana por el alejamiento de las instituciones comunitarias, y fruto de los debates iniciados en los Estados miembros, la Comisión Europea sumó un nuevo elemento a tener en cuenta a la hora de organizar su estrategia comunicativa a partir de haber certificado que lo que estaba ocurriendo en Bruselas, para muchos ciudadanos la acción comunitaria era interpretada en los países miembros en clave nacional.

---

<sup>194</sup> PÉREZ GARCÍA, Guadalupe. “El Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación, Diálogo social y descentralización en el caso español”. *Historia y Comunicación Social*. 2008. Pg. 85



Conscientes, por tanto, de que la “esfera pública” en la que se desarrolla la vida política europea era en gran medida una esfera nacional, la Comisión dio una vuelta de tuerca a su forma de hacer las cosas y empezó a dirigir sus políticas hacia la implicación del ciudadano en la búsqueda de la opinión pública europea. Hasta ese momento la comunicación había sido unidireccional e institucional, es decir, desde las instituciones públicas hacia el ciudadano sin darle mayor implicación que la de mero receptor. Sin debate, sin participación. Y por tanto, sin apenas resultados.

Darlo la vuelta fue el gran reto cualitativo que se propuso el Libro Blanco para una *Política Europea de Comunicación* publicado en febrero de 2006<sup>195</sup> y cuya finalidad principal era “presentar propuestas e invitar a todos los implicados a aportar ideas sobre cómo podemos cooperar para salvar distancias”. De ahí que la estrategia apostara por dar...

“...Un salto decisivo desde la comunicación unidireccional hacia el diálogo reforzado; desde una comunicación focalizada en las instituciones a otra cuyo centro sea el ciudadano, desde el punto de vista centrado en Bruselas a otro más descentralizado<sup>196</sup>”.

Para conseguir esa implicación ciudadana era igualmente importante, como se había sugerido ya en las últimas reuniones del Consejo y se había recogido también en el Libro Blanco, la participación de los estados miembros y de las administraciones locales y regionales, y de hecho, ellos fueron los que tenían que dar el primer paso. Es más, la Comisión entendió que entraba dentro de las responsabilidades de los gobiernos nacionales, regionales y locales el tener que consultar e informar a los ciudadanos sobre las políticas, incluidas las políticas europeas y su impacto en la vida cotidiana y establecer foros que animaran a este debate.

---

<sup>195</sup> COM (2006) 35 final.

<sup>196</sup> Libro Blanco para una *Política Europea de Comunicación*. COM (2006) 35 final. Bruselas 1 de febrero de 2006.

Como se recoge en el Libro Blanco para una *Política Europea de la Comunicación*, la colaboración de todas las partes implicadas (Estados miembros, instituciones europeas, autoridades locales y regionales, partidos políticos y organizaciones sociales) era fundamental para crear esa esfera pública europea que se perseguía y que, como se vería más adelante, resultó ser compleja, diversa y tendría que estar en condiciones de reflejar las distintas perspectivas nacionales. Además, había que trabajar por abrir el propio concepto de esfera pública europea porque, tal y como se había detectado en los debates previos a la elaboración del Libro Blanco, los ciudadanos relacionaban este término con lo que estaba ocurriendo en Bruselas, de ahí que la intención de la Comisión Europea fuera ir más allá.

“Una esfera pública europea que funcione no puede moldearse en Bruselas sino que solo puede surgir si el objetivo es apoyado por todos los protagonistas e impulsado a todos los niveles. El nivel nacional sigue siendo el punto de entrada primario en cualquier debate político y los Gobiernos de los Estados miembros y otras instancias nacionales tienen la responsabilidad de utilizarlo para asegurar un sólido debate europeo<sup>197</sup>”.

Con todo, el objetivo era desarrollar una cultura pan-europea en la que jugaran un papel fundamental los grupos políticos, las fundaciones y los medios de comunicación, pero partiendo de la base de una serie de principios comunes que compartían todos los ciudadanos de la Unión Europea y que para la Comisión debían tornarse en una especie de obligaciones si querían conseguir comunicar.

El primero de esos principios era el del derecho a la información y la libertad de expresión como clave de la democracia en Europa. Pero tampoco había que perder de vista, como segundo principio, la integración, desde el convencimiento de que todos los ciudadanos tenían derecho a acceder a la información en su propio idioma. Esto significa que debía ser accesible a través de distintos canales, incluyendo los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías.

---

<sup>197</sup> *Ibidem*.

En tercer lugar, entre los elementos a tener en cuenta se incluyó el de la diversidad, entendiendo por tal el hecho de que la política de comunicación europea respetara todos los puntos de vista y la diversidad cultural. Y, finalmente, el último de los elementos para comunicar bien era el de la participación. Todos los ciudadanos tienen el mismo derecho a expresar sus puntos de vista, ser escuchados y tener la oportunidad de dialogar con los que toman las decisiones.

Uno de los retos principales del Libro Blanco era precisamente ese, llegar al ciudadano que había demostrado previamente que lo que tenía que ver con Europa (los resultados sobre el referéndum de la Constitución en Francia o en Holanda son un buen ejemplo) no entraba dentro de los asuntos que más le preocupaban. Sin ir más lejos, el escaso índice de participación en los referéndum era un síntoma de ello.

Diagnosticado el problema, la Comisión proponía en su Libro Blanco una serie de recetas para conseguir llegar a la ciudadanía entre las que consideraba más importante el hecho de mejorar la educación cívica ofreciendo herramientas para que se pudiera consultar toda la información sobre las instituciones europeas. También juzgó necesario poner en contacto a los ciudadanos, utilizando como base los encuentros organizados por jóvenes o los proyectos de educación como Erasmus, Leonardo, Sócrates, etc, Y, finalmente, conectar a los ciudadanos con las instituciones públicas. Este último punto suponía todo un avance en la práctica después de que se hubiera constatado en el Plan de acción de la Comisión para comunicar sobre Europa, la necesidad de escuchar a los europeos. ¿Y cómo llegar a ellos?, se preguntaba la Comisión. Pues conectando digitalmente todas las bibliotecas, por ejemplo; organizando foros sobre determinados asuntos considerados importantes (el euro, la inmigración, las políticas de igualdad, etc), o ampliando los programas de visitas por parte de quienes trabajaban en las instituciones comunitarias.

Junto a los ciudadanos, la Comisión entendió que los medios de comunicación debían también jugar un papel importante en la consecución de sus objetivos. En ese

momento, había desplazados a Bruselas un millar de corresponsales procedentes de prácticamente todos los rincones del continente. Su labor de difusión debía ser bien aprovechada para llegar a los vecinos de los entonces 27 Estados miembros y, por eso, la Comisión se propuso asegurarse que la prensa estuviera informada instantáneamente de las decisiones clave y no abandonar las posibilidades que le daba el hecho de disponer del mayor rincón web de información del mundo (Europa por satélite, EBS). Sin embargo, se vio que era necesario hacer algo más porque la información europea seguía estando limitada y fragmentada en los medios de comunicación nacionales, locales y regionales, con lo cual, la Comisión se propuso tres objetivos.

En primer lugar, y como se venía advirtiendo desde hacía tiempo, era necesario dotar a Europa de una cara humana, es decir, conseguir despertar el interés humano en los asuntos europeos que permitiera a los ciudadanos comprender cómo les afectaban personalmente las decisiones que se tomaban en Bruselas. En segundo lugar, dotar a la información de una mayor dimensión nacional, regional y local, con lo que esto suponía, por un lado de esfuerzo de las instituciones más próximas al ciudadano para conseguir que en ese ámbito se discutieran las medidas adoptadas por Bruselas, y por otro, que las instituciones comunitarias fueran capaces de hacer ver a los ciudadanos el contexto local de las políticas que ellos adoptaban. Y finalmente, el tercero de los objetivos, explotar el potencial de las nuevas tecnologías para conseguir crear foros de debate e intentar salvar las diferencias entre “ricos y pobres”.

En definitiva, todo esto demostraba que todavía no se había creado una esfera pública europea que era el principal objetivo que venía buscando la Comisión Europea desde hacía varios años. Se habían dado pasos importantes, dejando atrás el sentido unidireccional de la comunicación en las instituciones europeas y centrándose en el ámbito local y regional, así como en la figura del ciudadano, como receptor de esas políticas de comunicación, pero aún así, los resultados de las consultas que durante seis meses se hicieron sobre este documento, con las que se trató de buscar las bases que sustentaban la política de comunicación de la Unión Europea y los ámbitos de

cooperación con las demás instituciones y órganos europeos, demostraron que pasar de las musas al teatro era una tarea mucho más compleja.

Entre las conclusiones de ese periodo de consultas se extrajo la exigencia de los agentes de la sociedad civil de participar más estrechamente en el proceso europeo. Consciente de ello, la Comisión se puso de nuevo a trabajar en una fórmula de comunicación basada en la asociación y la colaboración y que consistió, en la mayoría de las ocasiones, en la subvención de determinados proyectos y en la co-financiación de otros a través de las denominadas convocatorias APCAV o CPCAV.

A través de esta fórmula se financiaban programas sobre asuntos europeos que se difundían a través de medios audiovisuales. En 2005<sup>198</sup> ya se incluyó en las bases de esas convocatorias la sugerencia de presentar proyectos con varios operadores para que trabajaran de forma conjunta y a ellos se acogieron, por ejemplo, varios de los socios que después fundarían la primera red de radios europeas, Euranet. Lo mismo ocurrió con la convocatoria publicada un año después, en 2006<sup>199</sup>, dirigida a programas de televisión, en la que se ofrecía a los aspirantes la posibilidad de acudir a la oferta con una programación realizada en común con otra empresa de comunicación.

### 3.6. Comunicar sobre Europa en asociación.

Con las conclusiones de las consultas efectuadas a partir de la publicación del Libro Blanco de la Comunicación sobre la mesa, la Comisión asumió que una política de comunicación bien concebida y con recursos constituía un componente esencial del abanico de políticas de la Unión Europea, y para conseguirlo entendió que era necesario comunicar de una forma asociada.

---

<sup>198</sup> Call for proposal 2005 from the audiovisual unit (APCAV 2005). Co-financing radio programmes technical specifications.

<sup>199</sup> (CPCAV 2006) Convocatoria de propuestas 2006 de la dirección general de Comunicación para la cofinanciación de programas de televisión sobre las actividades de la Unión Europea y de sitios internet interactivos vinculados.

El bagaje de los años anteriores ya le había dado los elementos necesarios como para poner en marcha un sistema que pudiera obtener buenos resultados y, de hecho, la aplicación de los tres documentos elaborados entre 2005 y 2006 fue mejorando su forma de comunicar. Para empezar, con el plan de acción de 2005 se había abierto la gran reforma interna sobre el uso que la Comisión hacía de sus recursos de comunicación. Meses después, con el Plan D, se creó el marco a largo plazo para entablar el diálogo con los ciudadanos, y finalmente, con el Libro Blanco de febrero de 2006 se propuso una comunicación bidireccional caracterizada por una participación activa de los ciudadanos y un cambio de orientación del enfoque dirigiéndolo hacia lo local.

El siguiente paso era unir a todos los organismos e instituciones europeas para reforzar las sinergias entre sus actividades y conseguir una mejor y mayor comunicación de tal forma que los ciudadanos pudieran acceder más fácilmente a la información sobre las políticas de la UE. En definitiva, lo que se perseguía era crear una esfera pública europea. Y eso es lo que se describe en la comunicación publicada por la Comisión en octubre de 2007 titulada *Comunicar sobre Europa en Asociación*, un documento cuyo fundamento fue asociar a los distintos organismos e instituciones comunitarias para llevar a cabo una labor comunicativa en base a una serie de prioridades de la UE que debían haber sido seleccionadas previamente de forma conjunta. Esa selección, como ya se ha visto en apartados anteriores, se realizaría a través de un acuerdo interinstitucional adoptado por el Grupo Interinstitucional sobre Información (GII)<sup>200</sup>.

Una vez seleccionadas las prioridades, se tenían que dar forma a través de los planes de comunicación conjuntos que se negociaban a nivel político entre la Comisión, el Parlamento y las autoridades de los Estados miembros responsables de los temas de

---

<sup>200</sup> Es la estructura política que existe para consensuar la estrategia de comunicación y seleccionar de manera conjunta las prioridades sobre las que comunicar. Está copresidido por la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y la Presidencia de turno de la UE. El Consejo Económico y Social y el Comité de las Regiones participan como observadores. Más información en el apartado 3.2.5.

comunicación en busca de lo que desde este momento se denominó acuerdo interinstitucional. Ese acuerdo se convertía en el marco de cooperación entre las distintas instituciones aunque insistiendo siempre en garantizar la independencia de cada una de ellas.

“El objetivo de dicho acuerdo interinstitucional es alcanzar una convergencia de posiciones sobre las principales prioridades de comunicación de la Unión Europea en conjunto, identificar el valor añadido de un enfoque comunitario en determinadas cuestiones de comunicación prioritarias, crear sinergias en lo que respecta a los recursos utilizados por cada institución para llevar a cabo actividades vinculadas a esas prioridades y animar a los Estados miembros a cooperar<sup>201</sup>”.

A partir de ahí, la celebración de reuniones periódicas entre la Comisión y los directores generales de comunicación de los Estados miembros debían ser constantes porque era la fórmula para reformar los vínculos con los países y hacer un seguimiento de los planes de comunicación. Era evidente, por tanto, que para obtener la máxima difusión de los grandes asuntos sobre los que comunicar, solo se podía hacer a través de la asociación aunque la Comisión seguía contando con otros elementos cada vez más importantes como el Servicio del Portavoz, encargado de transmitir las noticias de la Comisión a la prensa escrita y audiovisual de Bruselas y responder a las preguntas de los medios de comunicación; o el personal y los altos funcionarios que, como se vio anteriormente, fueron sometidos a un procedimiento de reciclaje a través del cual se les animó a mantener el contacto con el público y con los medios de comunicación.

“Los altos funcionarios deben estar habilitados y formados para comunicar sobre políticas de la UE, participar en debates públicos y desempeñar un papel

---

<sup>201</sup> *Comunicar sobre Europa en asociación*. COM (2007)568 final

importante en el diálogo con los medios de comunicación, a fin de completar la incidencia del trabajo que los comisarios realizan con los medios<sup>202</sup>”.

Puestas todas las bases de la comunicación en el seno de las instituciones comunitarias, parecía evidente que para conseguir el desarrollo de una verdadera esfera pública europea era igualmente necesario que la ciudadanía se comportara de una forma activa y eso, en gran medida, seguía dependiendo de las instituciones comunitarias. Para ello, la Comisión se centró en ámbitos como el de la educación y empezó por preparar a los jóvenes conforme a los valores europeos fundamentales. Así se apostó por proyectos como las becas Erasmus o el Programa Leonardo, entre otros.

Por otro lado, y descendiendo al detalle de la dimensión política, la Comisión se propuso hacer el máximo esfuerzo para aumentar la participación en la cita electoral de 2009, teniendo en cuenta que en los comicios de 2004 la participación no había superado las expectativas iniciales de la Unión Europea<sup>203</sup>. Se propuso incluso revisar el Reglamento sobre partidos políticos con el objetivo de permitir que se crearan fundaciones políticas europeas.

En esa nueva forma de hacer las cosas parecía que nada había cambiado. De hecho se siguió considerando como algo especialmente importante el hecho de conocer y comprender la opinión pública y, para eso, se siguieron utilizando las herramientas propias como el Eurobarómetro o la página web de Europa, pero también se empezó a apoyar de una forma más directa en los medios de comunicación.

Los indicios seguían mostrando que la información europea seguía siendo insuficiente. Por eso, la Comisión se comprometió a incrementar la cobertura de los

---

<sup>202</sup> *Ibidem*.

<sup>203</sup> La media de participación en las Elecciones Europeas de 2004 se situó en el 45,6% en la UE, aunque se dieron repuntes que oscilan entre el 90% de participación en Bélgica y Luxemburgo; el 82% en Malta y el 71% en Italia, o el 16,9% de Eslovaquia; el 20,8% de Polonia o el 26,8% de Estonia. La participación en España se situó muy próxima a la media. Fue del 45,9%.



asuntos de la UE y anunció un proyecto en el que ya llevaban algún tiempo trabajando. La nueva propuesta consistía en la conexión en red a escala europea por parte de los organismos de radiodifusión de distintos países. Este anuncio se traduciría dos años después en la primera red de radios europeas denominada Euranet.

“La política vigente de cofinanciación de programas de radio y televisión ha incentivado a decenas de cadenas a crear programas sobre la UE. Para aumentar su eficacia, la Comisión ofrecerá contratos plurianuales a redes de organismos de radiodifusión de toda Europa. Estas redes producirán y difundirán programas sobre asuntos de la UE con toda independencia, según sus propias normas editoriales y con formatos de programación comunes. Los contratos contendrán una carta editorial vinculante que garantizará la libertad editorial de los operadores<sup>204</sup>”.

Como se verá en esta tesis, esta política de asociación y difusión de programas sobre asuntos europeos se convertirá en la filosofía de Euranet, la primera red de radios europeas.

Unos meses después de la publicación de esta comunicación, la Comisión abrió el plazo para presentar las propuestas de asociación de radios que debían elaborar información europea en base a una serie de criterios recogidos en las bases de la convocatoria<sup>205</sup>. Fue un consorcio creado por una docena de radios fundadoras (algunas de ellas con varias emisoras, hasta completar las 16 que iniciaron el proyecto) el que resultó vencedor de un concurso que se convirtió después en un contrato firmado entre ambas partes a través del cual las radios se comprometían a difundir información europea en sus horarios de máxima audiencia, durante un periodo de cinco años, y ampliándose poco a poco hasta conseguir emitir en los 23 idiomas oficiales de la Unión Europea<sup>206</sup>. El presupuesto para esta iniciativa ascendía

---

<sup>204</sup> *Comunicar sobre Europa en asociación*. COM (2007)569 final. Bruselas, 3 de octubre de 2007.

<sup>205</sup> Service Contract. Contract N° PN/2007-28C

<sup>206</sup> Croacia todavía no se había incorporado a la Unión Europea.

a 5,8 millones de euros anuales, que irían adaptando progresivamente al incremento porcentual correspondiente a cada anualidad.

La importancia de este proyecto radica en dos cuestiones fundamentales que supusieron un cambio de rumbo en la forma de actuar de las instituciones comunitarias. En primer lugar, la base para recibir el apoyo (principalmente económico) de la Comisión Europea se asentaba en los proyectos que aunaban distintas sensibilidades y que se constituían en asociación. Y por otro lado, se ampliaba la labor comunicativa a partir de la externalización del servicio de comunicación de la UE.

Como se verá en la segunda parte de esta tesis, Euranet no es una subvención de la Unión Europea destinada a distintas emisoras, sino que es la respuesta a un contrato de servicio que publicitó la Comisión Europea para ampliar su labor en este campo y que adoptó la forma de Grupo de Empresas Europeas (EEIG en sus siglas en inglés). Sin duda, este hecho supuso también un cambio importante en la forma de hacer política comunicativa auspiciada principalmente por Margot Wallström y continuada, con matices, por su sucesora, Viviane Reding.

#### 4. Viviane Reding y el giro hacia una política de comunicación presidencialista

El cambio de gobierno a raíz de las elecciones europeas de 2009 llevó al presidente José Manuel Durao Barroso a aplicar algunas remodelaciones en su Ejecutivo que se tradujeron tanto en una modificación de equipos como en la búsqueda de una nueva forma de hacer política, incluido su departamento de comunicación. Uno de los cambios más significativos empezó desde el momento en el que se modificó la nominación de este último departamento. En 2009 desapareció la Comisaría responsable de Relaciones Institucionales y Estrategia de Comunicación y estas tareas se incluyeron dentro del departamento denominado Comisaría de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía.

La modificación tuvo sentido en el hecho de que, desde este momento, la Comisión Europea con Viviane Reding a la cabeza, centraría todos sus esfuerzos en acercarse y promover la ciudadanía europea. En 2010 publicaron la comunicación titulada *Informe sobre la ciudadanía de la UE 2010. La eliminación de los obstáculos a los derechos de los ciudadanos de la UE*<sup>207</sup> y en 2013, conmemoraron el Año de la Ciudadanía Europea.

A partir de los comicios de 2009, Margot Wallström había dejado de ser la vicepresidenta y responsable de comunicación del Ejecutivo europeo, legando estas funciones a la nueva vicepresidenta y comisaria de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía, Viviane Reding, periodista de profesión, muy próxima al presidente de la Comisión, José Manuel Dorao Barroso, y que había trabajado ya en el departamento de Wallström.

Esto supuso que, con la asunción por parte de la comisaria luxemburguesa de las tareas comunicativas, la política de la Comisión Europea en este sentido diera un giro de 180 grados en algunos aspectos. Su departamento tomó conciencia de la escasez de

---

<sup>207</sup> COM (2010) 602 final.

resultados que se habían obtenido en las etapas anteriores y modificó las grandes líneas generales de su estrategia.

Reding estaba empeñada en que el ciudadano identificara la comunicación europea en una persona, alguien perfectamente reconocible, y viró todo el protagonismo en este sentido hacia el presidente de la Comisión Europea. Propuso además al Colegio de Comisarios que apoyara económicamente parte de los gastos para que los periodistas desplazados en Bruselas pudieran seguir a Duraó Barroso en sus viajes oficiales.

En una carta enviada al presidente<sup>208</sup>, la vicepresidenta detalló catorce nuevas propuestas que poco a poco fue introduciendo en su nueva estrategia de comunicación. Adelantó la hora para que se conocieran todos los recortes de prensa tanto en Bruselas como en las Representaciones nacionales; instaló telepronter en la sala de prensa para facilitar la labor a los portavoces de los comisarios; agilizó las transcripciones de las ruedas de prensa solicitando la contratación de un sistema que se encargara de estas tareas y creó un equipo de cuatro personas dentro de la DG COMM que elaborase los grandes discursos, en colaboración con los propios colaboradores del presidente, en materias estratégicamente importantes como el Tratado de Lisboa, la crisis económica, la política europea de consumo o la Estrategia 2020.

Reding concedió una relevancia especial al mantenimiento y actualización de las páginas web tanto del presidente como de los comisarios, y de hecho dedicó a ocho personas dentro de la DG COMM a estas labores; también creó otro grupo de entre diez y quince expertos en redes sociales para que se encargaran del twitter y facebook de la Comisión.

Su reorganización de recursos contemplaba además el seguimiento del presidente por parte de dos equipos de televisión que desde la primavera de 2011 acompañarían en

---

<sup>208</sup> Viviane Reding envió una carta a José Manuel Duraó Barroso el 21 de junio de 2010 en la que detallaba catorce nuevas propuestas en materia de comunicación. D(2010)1036.

todo momento a Barroso, así como la contratación de dos fotógrafos que igualmente se turnarían en su labor para garantizar la cobertura total de todos los actos del presidente de la Comisión.

La comisaria luxemburguesa puso también en marcha un rápido sistema de mensajes cortos para informar a los periodistas inmediatamente de los acontecimientos importantes y unificó todo el sistema de marcas y logos. Para ello reforzó el departamento gráfico de la DG COMM con la incorporación de tres nuevos profesionales.

Pocas semanas después la prensa se hizo eco de este cambio y empezó a hablar de “revolución en el plan de comunicación<sup>209</sup>”, como advertía EurActiv, o de cambio profundo en la estrategia de Reding. Barroso se convertiría en el verdadero protagonista de la labor política de todo su equipo y sería él quien, a partir de ese momento, centralizara todos los mensajes de la institución comunitaria. “Quiere poner al presidente José Manuel Durão Barroso en la primera línea, que las políticas europeas se identifiquen como suyas, dejando en segundo plano a los comisarios que las hayan impulsado”, decía El Mundo a principios de septiembre de 2011<sup>210</sup>.

De esta forma conseguiría su segundo gran objetivo que fue, como ella misma aseguró, “poner cara” a las políticas europeas. Reding era consciente de que la estrategia de comunicación aplicada por su antecesora no había recogido los frutos esperados. Los ciudadanos seguían mostrándose alejados de las decisiones de Bruselas y eso impedía un acercamiento entre las políticas de la Comisión y la vida diaria de los europeos.

La vicepresidenta abogó entonces por utilizar todas las herramientas a su alcance para acercarse a los sentimientos de la ciudadanía y propuso orientar parte de las encuestas de los eurobarómetros hacia estas cuestiones. Cuenta EurActiv que esta tarea se

---

<sup>209</sup> <http://www.euractiv.com/future-eu/commission-plans-communication-r-news-497233>

<sup>210</sup> [http://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/01/union\\_europea/1283339743.html](http://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/01/union_europea/1283339743.html)

convirtió en uno de los principales objetivos de la todopoderosa comisaria. “Lo primero que necesitamos es saber lo que sienten y piensan los ciudadanos europeos sobre las políticas de la UE<sup>211</sup>”, decía y por eso incrementó el número de consultas y encuestas entre los ciudadanos.

Según los datos de la propia Comisión, aproximadamente 700.000 personas buscan información en los sitios web de la UE, sin embargo, una encuesta de 2006<sup>212</sup> mostró que casi el 70% de los europeos no conocía las redes de información de las que disponía la Comisión, ni sabían dónde dirigir sus preguntas ni qué podían esperar. Al final, los ciudadanos perdían el tiempo y la confianza al ser remitidos de un sitio a otro.

Otra encuesta elaborada cuatro años después, en 2010, mostró que solo el 42% de los europeos conocía sus derechos y que el 72% desearía conocerlos mejor<sup>213</sup>, mientras que otra encuesta más reciente<sup>214</sup> revelaba que los ciudadanos que circulaban a través de las fronteras solían sentirse frustrados por la necesidad de utilizar múltiples fuentes para obtener toda la información que necesitaban.

Este hecho condujo a las instituciones comunitarias a la conclusión de que los ciudadanos debían tener un acceso fácil y directo a la información sobre la UE, pero además debían tomar partido de una forma activa en la evolución de la Unión.

“La participación de los ciudadanos europeos, no como meros beneficiarios pasivos de derechos sino como actores del proyecto europeo, es crucial para que este esfuerzo sea fructífero<sup>215</sup>”.

---

<sup>211</sup> “Communicating Europe begins at home, says Reding”. EurActiv, 15 de febrero de 2010 <http://www.euractiv.com/priorities/communicating-europe-begins-home-says-reding>

<sup>212</sup> Flash Eurobarómetro 254 *Mercado interior –opiniones y experiencias de los ciudadanos en la UE-* 25, octubre de 2006.

<sup>213</sup> Eurobarómetro estandar 73. *La opinión pública en la Unión Europea*, mayo 2010.

<sup>214</sup> Encuesta cualitativa de Eurobarómetro *Ciudadanía europea –movilidad transfronteriza*, agosto de 2010.

<sup>215</sup> *Informe sobre la ciudadanía de la UE 2010. La eliminación de los obstáculos a los derechos de los ciudadanos de la UE*. COM (2010) 602 final. Pg. 26

Para ello, la Comisión puso en marcha algunas medidas. Abrió en 2010 el portal Tu Europa ([http://europa.eu/youreurope/citizens/index\\_es.htm#ld](http://europa.eu/youreurope/citizens/index_es.htm#ld)) convertido en una especie de ventanilla única de información sobre los derechos de los ciudadanos y las empresas en la Unión Europea y, además, empezó a racionalizar sus redes de información en los Estados miembros para que los ciudadanos encontraran fácilmente el punto de contacto correcto a nivel nacional, regional y local.

Las Representaciones de la Comisión en los Estados miembros, así como los 500 centros de información de Europe Direct, promocionaron los derechos de los ciudadanos a través de una mayor cooperación e interacción con los servicios de asistencia y solución de los problemas que ya existían en el ámbito de la UE.

Todas estas medidas influyeron también en la política de comunicación propiamente dicha de la Comisión Europea. Envueltos, además, en una situación de grave crisis económica, Viviane Reding revisó todos los proyectos que estaba financiando el Ejecutivo comunitario y canceló o no renovó varios contratos de subvenciones u ofertas de comunicación que se habían publicado en los años anteriores.

Este último fue el caso, por ejemplo, de PressEurop, una página web dedicada a la información europea elaborada a partir de la colaboración entre varios periódicos con la que la Comisión rescindió el contrato el 20 de diciembre de 2013, después de cuatro años, y cuya decisión fue incluso criticada por el propio presidente del Parlamento Europeo, Martin Schulz<sup>216</sup>.

Sin ánimo de adelantar lo que se analizará en el segundo capítulo de esta tesis, hay que explicar en este contexto lo que ocurrió en esos momentos con Euranet, la primera red de radios europeas. El contrato para su puesta en marcha se firmó a finales de 2007 con la Comisión Europea por un periodo de cinco años, pero antes de que

---

<sup>216</sup> <http://www.presseurop.eu/es/content/blog/4390911-martin-shulz-el-papel-de-presseurop-es-fundamental>

concluyera el acuerdo y coincidiendo con el cambio en la Comisión Europea tras los comicios de 2009, los responsables de la red tuvieron que convencer al departamento de Vivian Reding y sobre todo a la nueva vicepresidenta de las bondades de un proyecto como este, basado en la difusión de programas europeos a través de las frecuencias de las radios asociadas y sin la necesidad de crear nuevas infraestructuras o realizar mayores inversiones en una logística ya existente.

Estas primeras conversaciones ocurrieron superado el ecuador del proyecto radiofónico y mirando ya hacia la recta final del mismo en la que los máximos representantes de Euranet estaban centrados, entre otras cosas, en conseguir la renovación del contrato con la Comisión Europea más allá de 2012.

Las cosas no pintaban fáciles. A la situación de crisis económica había que sumar el rechazo de la propia Vivian Reding a apoyar un proyecto similar al de Euranet aunque con televisiones europeas<sup>217</sup>. La vicepresidenta no creyó en él y al final terminó abortándose, a pesar de que ya estaba avanzado. Tampoco confió del todo en la iniciativa de Euranet. Sin embargo, tras una titánica labor de convicción y un compromiso serio de obediencia a los objetivos firmados, la red de radios consiguió mantenerse en el tiempo y garantizarse el apoyo de la Comisión durante unos años más. Hasta tal punto se consiguió que, superado el lustro de compromiso contractual, volvieron a ganar otra oferta publicada por la Comisión en prácticamente los mismos términos en los que se había redactado la convocatoria con la que se hizo Euranet en 2007.

Debido precisamente al cambio de condicionantes que había establecido la Comisión en 2012, no todas las radios asociadas en Euranet pudieron concurrir a la segunda

---

<sup>217</sup> El proyecto ya estaba en marcha. La convocatoria recogía una subvención de 8 millones de euros para el primer año de funcionamiento (2009) bajo el compromiso de reunir una audiencia de unos 60 millones de espectadores, entre los cuales entre el 15 y el 20% debían ser adultos. Las bases de la convocatoria recogían además el compromiso de elaborar al menos diez minutos de programación europea propia a diario, y una serie de magazines semanales de entre 25 y 55 minutos que debían emitirse a través de las televisiones socias. Otra de las condiciones para optar a la oferta incluía la difusión de los programas en cuantos más idiomas mejor.



oferta y, de hecho, solo se presentaron doce de las 23 que formaron parte de la primera red de radios europeas. Lo hicieron bajo otro nombre. Se llamaron Euranet Plus, aunque mantuvieron la misma estructura legal de Grupo de Empresas Europeas (EEIG).

Estos proyectos supusieron, como se verá en el siguiente capítulo, un cambio en la forma de hacer las cosas en la nueva Comisión. De alguna manera se estaba externalizando el servicio de comunicación al haber contratado a una empresa para que realizara esta labor. Euranet nació exclusivamente para ello como una empresa de comunicación dedicada a hacer información europea.

La propuesta después intentó ser imitada con otros proyectos como el de la creación de una agencia externa de noticias de la Comisión Europea que se publicó a finales de 2013<sup>218</sup>, pero que finalmente no se llevó a cabo ante la protesta de las agencias de comunicación que ya existían en los países de la Unión Europea.

---

<sup>218</sup> La Comisión Europea saca a concurso la gestión de una agencia de noticias propia  
<http://ecoteuve.economista.es/ecoteuve/prensa/noticias/4984669/07/13/La-Comision-Europea-saca-a-concurso-la-gestion-de-una-agencia-de-noticias-propia.html>

## CAPÍTULO II

### EURANET,

### LA PRIMERA RED DE RADIOS EUROPEAS

#### 1. El nacimiento de Euranet

La política comunicativa de la Unión Europea ha ido avanzando a golpe de rechazo. Cuando el 2 de junio de 1992 el pueblo danés votó en contra de la ratificación del Tratado de Maastrich, numerosas voces se hicieron eco de la necesidad de adoptar una serie de medidas dirigidas a clarificar las relaciones informativas entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos europeos. La Comisión respondió solicitando varios estudios e informes entre los que destacan el del grupo de expertos liderados por el excomisario Willy De Clerq<sup>219</sup> y el que inmediatamente después elaboró el entonces comisario Joao de Deus Pinheiro<sup>220</sup>. Ambos llamaban la atención sobre la necesidad de llevar a cabo una labor comunicativa basada en la colaboración entre las instituciones europeas y más cercana al ciudadano.

Casi diez años después, en junio de 2001 y a partir de nuevo de un rechazo, en este caso de Irlanda (después ocurriría lo mismo en Holanda y en Francia) a apoyar el Tratado Europeo que recogía la base de una nueva Constitución, volvió a ocurrir lo mismo y la Comisión Europea hizo público otro documento marco sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea<sup>221</sup> en el mismo momento en el que anunciaba la apertura de un nuevo portal web (<http://europa.eu.int/eur-lex/es/index.html>) mediante el cual se podía acceder de forma gratuita a toda la legislación comunitaria avanzando así en la transparencia como principio fundamental de la Unión Europea.

---

<sup>219</sup> *Reflection on Information and Communication Policy of the European Community*. Report by the group of experts chaired by Mr Willy De Clerq. Member of the European Parliament. March 1993.

<sup>220</sup> PINHEIRO, Joao de Deus. *The Commission's information and Communication Policy. A new approach*. SEC (93) 916/9.

<sup>221</sup> *Un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y comunicación de la Unión Europea*. COM (2001) 354 final.

De alguna forma, la sucesión de acontecimientos similares a los dos que se han citado han ido poniendo de manifiesto la ausencia de una esfera pública europea cuya carencia se mantiene viva todavía hoy, con lo cual, el asentamiento de una verdadera comunicación europea, manifestada a partir del entendimiento y las relaciones entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos, se ha hecho complicada.

En los años ochenta todavía no existía una estructura orgánica común a nivel europeo dada la dispersión institucional en el panorama comunitario. Cada organismo tenía su propio sistema de comunicación, como queda recogido en el artículo que escribió en 1981 en la revista de la Universidad Complutense de Madrid el entonces agregado de Información en la misión española ante las Comunidades Europeas, José Luis Fernández García<sup>222</sup>. El Parlamento Europeo tenía una Dirección General de Información y de Relaciones Públicas; el Consejo de Ministros, un Servicio de Prensa e Información de Actualidad, y la entonces Comisión de las Comunidades, una Dirección General con dos estructuras informativas: el Grupo del Portavoz y la Dirección General de Información. La Corte de Justicia, el Banco Europeo de Inversiones, el Comité Económico y Social, y los Grupos Parlamentarios tenían también sus organismos informativos, que funcionaban además con una gran eficacia.

Como se ha visto en el primer capítulo, la evolución de la política comunicativa ha ido dando saltos en cuanto a organización se refiere. Desde los propios orígenes de la Unión Europea se entendió que había que prestar atención a esta materia, pero no fue hasta la presidencia de Romano Prodi (1999), y sobre todo, de José Manuel Durao Barroso (2004), cuando se empezó a hablar de una verdadera estrategia europea de comunicación basada, sobre todo, en la colaboración entre las instituciones para fortalecer la idea de Europa, más que en la apuesta solitaria de una de ellas.

Este hecho es el que marca la diferencia entre la política comunicativa europea y cualquier otro tipo de comunicación institucional. Esta tesis parte de la consideración de la Comisión Europea como una institución entendida como la organización humana

---

<sup>222</sup><http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/download/DCIN8181110243A/20672>

en la que varias personas, a partir de unos principios configuradores y bajo una estructura concreta, coordina diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una entidad social superior, a la que sirve y proporciona cohesión y paradigma<sup>223</sup> pero, como ya se ha visto en la primera parte y se completará en este segundo capítulo, no se puede entender la comunicación europea sin una colaboración y aportación mayor.

Así lo considera el que fuera director general de Prensa, Comunicación y Protocolo del Consejo de la UE entre 2002 y 2007, el austriaco Hans Brunmayer, para el que la comunicación europea comprende la suma de los esfuerzos de las instituciones europeas y de los estados miembros para explicar a los ciudadanos en qué consiste la Unión Europea, cuáles son sus objetivos, sus políticas, por qué adoptan leyes europeas y cuál es la plusvalía de la acción a nivel europeo<sup>224</sup>. Su aplicación a efectos prácticos suponía para las instituciones un esfuerzo de todo tipo, incluido el presupuestario, aunque al final ha terminado convirtiéndose en un componente esencial del abanico de políticas de la Unión Europea<sup>225</sup>. No obstante, como reconoce Brunmayr, su desarrollo no ha sido nada fácil y de hecho se han tardado varias décadas en poner en marcha un departamento específico que diseñara y coordinara la política de comunicación de la Unión Europea.

Bajo la presidencia de Jacques Delors (1985-95) se elaboró una primera estrategia de comunicación que quedó en papel mojado, igual que el informe redactado por la Comisión y el político belga Willy de Clercq en ese mismo periodo en el que, como ha visto previamente, lo más necesario era apostar por la colaboración interinstitucional. Y la misma suerte corrieron los esbozos de estrategia que

---

<sup>223</sup> SCOTT, W. Richard, "Institutions and Organizations" en SOTELO E. Carlos, *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona. Ed. Ariel Comunicación. 2001, p. 24

<sup>224</sup> Conferencia pronunciada en el acto de clausura de la 7ª edición del Máster de dirección de comunicación y nuevas tecnologías organizado por la Fundación COSO. Valencia, 11 de diciembre de 2007.

<sup>225</sup> Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones. *Comunicar sobre Europa en asociación*. COM (2007) 568 final. Bruselas, 3 de octubre de 2007.

elaboraron los presidentes siguientes, Jacques Santer (1995-99) y Romano Prodi (1999-2004), como explica Brunmayr.

El problema ha sido que durante varias décadas cada institución y cada Estado miembro ha estado actuando en materia de comunicación sin preocuparse de lo que estaban haciendo los demás. Y así ha sido durante más de 30 años hasta que, después de todos estos intentos por parte de los presidentes anteriores, el Ejecutivo del portugués José Manuel Durao Barroso, el undécimo presidente de la Comisión Europea (desde 2004), terminó de encarrilar una política de comunicación a través de una Dirección General de Comunicación que creó en el seno de la Comisión Europea a partir de la que existía entonces y que se denominaba Dirección General de Prensa. Este departamento había ido recibiendo bastantes denominaciones a lo largo de la historia de la Unión Europea, y asumía y abandonaba las competencias del Portavoz de la Comisión dependiendo del presidente que estuviera al frente del Ejecutivo.

En los años ochenta ese departamento se denominó Dirección General de Información que junto con el Grupo del Portavoz se agrupaban en una Dirección General X que dependía directamente del presidente de la Comisión de las Comunidades Europeas. No obstante, la preocupación por la información y la prensa por parte de la Comisión Europea se remonta a su propio origen. Fernández García recuerda en su artículo que al crearse, en el año 1958, las estructuras administrativas de la Comunidad Económica Europea (CEE) y del Euratom (CEEA), funcionaba ya un servicio de Prensa e Información en el seno de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA). Por esta razón, tal y como se ha visto en la primera parte de esta tesis, los órganos ejecutivos de las tres Comisiones decidieron crear, por un lado, un servicio común de Prensa e Información; por otro, tres servicios de prensa específicos, dependientes cada uno de los tres ejecutivos, cuya denominación oficial fue la de Grupo del Portavoz.

En julio de 1967, al constituirse una sola comisión para las tres comunidades, el citado servicio común se transformó en una Dirección General de Información y los tres grupos del portavoz se refundieron en un solo servicio autónomo, bajo la dependencia

directa del presidente de la Comisión. En la reunión del 28 de julio de 1967, la Comisión definió las funciones de ambos servicios informativos, estableciendo que el Portavoz y su grupo se encargarían únicamente de las funciones de portavoz ante los periodistas, mientras que el conjunto de las demás tareas de información competían sólo a la Dirección General de Prensa e Información.

A partir de ese momento, se fueron produciendo fricciones entre los dos servicios llamados a trabajar en sectores muy similares, incluso en los mismos sectores, en el marco de una acción complementaria, aunque después esas diferencias fueron casi totalmente eliminadas mediante acuerdos internos que permitieron suprimir o reducir conflictos de atribuciones extremadamente perjudiciales para la coherencia y eficacia de las acciones de prensa hacia el exterior.

Finalmente, a principios de los ochenta, los servicios informativos de la Comisión de las Comunidades Europeas se agrupan en la Dirección General X, con la denominación de Grupo del Portavoz y Dirección General de Información que posteriormente pasaría a llamarse, como se ha visto previamente, Dirección General de Prensa, Comunicación y Protocolo y, finalmente, con la llegada de Barroso, Dirección General de Comunicación (DG COMMM). Es más, el presidente portugués dotó a este nuevo departamento de plenas competencias (incluidas las presupuestarias) y empezó a considerar a la información como una herramienta importante de su gestión política.

Como recuerda Brunmayr<sup>226</sup>, la Comisión Barroso ha tenido claro que no se puede disociar la comunicación de las políticas que se quieren llevar a cabo, por eso organizó una estructura de gobierno en la que esta idea se viera reflejada. En 2004 colocó a la sueca Margot Wallström, como vicepresidenta primera de la Comisión Europea y la encargó todas las políticas de comunicación del Ejecutivo comunitario. Sin duda, se estaba produciendo el paso más importante de cuantos se habían dado

---

<sup>226</sup> Conferencia pronunciada en el acto de clausura de la 7ª edición del Máster de dirección de comunicación y nuevas tecnologías organizado por la Fundación COSO. Valencia, 11 de diciembre de 2007.

antes para que las instituciones europeas unificaran sus esfuerzos y empezaran a tener una única voz para comunicar lo que estaba haciendo Europa.

No le faltaba razón a Wallström cuando en una entrevista de balance concedida en septiembre de 2009<sup>227</sup> a la página web EurActiv, superado ya su mandato de cinco años en el cargo, explicaba que su departamento había partido de la nada en materia de comunicación. Ella misma describe el principio de su labor como “disparar en el desierto” y advertía a los periodistas que la entrevistaron de que los resultados de la política que ella puso en marcha se irían viendo a lo largo del tiempo.

Con Wallström a la cabeza, la Comisión Europea inició una especie de revolución interna dentro de la propia Comisión que afectó a todos los niveles del Ejecutivo empezando por el personal al que se obligó a incluir aspectos relativos a la comunicación en todas las propuestas de las nuevas decisiones.

La iniciativa se recogió en un documento denominado *Plan de Acción de la Comisión para Comunicar sobre Europa*, con el que el Ejecutivo comunitario inició esa gran reforma interna que se centraba incluso en el uso del presupuesto destinado a comunicar sobre las acciones políticas en las que estaban trabajando. El procedimiento consistía, en primer lugar, en seleccionar una serie de asuntos relevantes sobre los que iban a girar las acciones de comunicación, asuntos que serían elegidos a partir del consenso entre el Consejo de Europa (formado por los 27 estados miembros<sup>228</sup>) y la Comisión Europea, y no siempre a instancias de esta última.

Lo novedoso de este plan era que se buscaba implicar a toda la Comisión en la estrategia de la comunicación en un momento, además, en que el rechazo francés y

---

<sup>227</sup> Entrevista a Margot Wallstrom publicada por EurActiv el 9 de septiembre de 2009 titulada “Wallstrom: Legal basis necessary to communicate”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

<sup>228</sup> Con la incorporación de Croacia el 1 de julio de 2013, la Unión Europea cuenta ya con 28 estados miembros.

holandés a la Constitución europea había hecho al Ejecutivo comunitario replantearse el sistema de comunicación con el objetivo de hacerlo más profesional y moderno:

“La nueva estrategia de comunicación requiere el compromiso de la Comisión en su conjunto. Sería conveniente que sus miembros dedicaran más tiempo a la comunicación, por ejemplo durante sus viajes a los Estados. Cada uno de los miembros del personal de la Comisión debe ser un embajador de la misma, es decir, ha de ser capaz de informar al público o a la prensa sobre las acciones de la Comisión. Por consiguiente, es preciso desarrollar la comunicación interna y la formación en comunicación, y para ello resulta necesario contratar a profesionales en este ámbito<sup>229</sup>”.

Pero de nada serviría que quienes trabajaban en las instituciones europeas se esforzaran por comunicar si no existía en los receptores un ánimo de escuchar y participar de las nuevas iniciativas de la Comisión. De ahí que solo unos meses después, la institución comunitaria presentara otras dos iniciativas centradas sobre todo en escuchar al ciudadano y en redoblar la participación y los esfuerzos de quienes comunicaban apostando incluso por una colaboración interinstitucional hasta entonces desconocida.

Como ya vimos, la primera de esas iniciativas fue el *Plan D de democracia, diálogo y debate* (13 de octubre de 2005) y la segunda, el Libro Blanco sobre una *Política Europea de Comunicación* (1 de febrero de 2006). Con el primero de ellos se creó el marco para impulsar el diálogo con los ciudadanos a través de la organización de eventos en los que los europeos se acercaran a las instituciones comunitarias, se pronunciaran respecto a determinados temas como el empleo, el medio ambiente, la economía, etc, y de alguna forma la Comisión Europea pudiera trabajar en superar la brecha que todas las encuestas reflejaban entre las instituciones y los ciudadanos.

---

<sup>229</sup> *Plan de acción de la Comisión para comunicar sobre Europa*. SEC (2005) 985 final, 20 de julio de 2005.



Estos debates no tenían por qué tener el mismo formato en todos los distintos países y sus conclusiones servirían como preludio para el segundo documento, el Libro Blanco.

Siguiendo la misma línea del Plan D, el Libro Blanco de 2006 trató de establecer una comunicación bidireccional caracterizada por la participación activa de los ciudadanos, pero dando un paso más. De hecho, la Comisión trató de acercarse a la esfera pública europea desde el ámbito de lo local, el más próximo al ciudadano, que empezó a denominarse “going local”. Habían descubierto que lanzar simplemente los mensajes no provocaba ningún efecto en la población que seguía viendo todo lo que ocurría en el ámbito europeo como algo muy lejano y que prácticamente no le afectaba ni conseguía despertar su interés.

Aunque la naturaleza de este documento había sido fuertemente criticada por sus propuestas, consideradas demasiado vagas para estar contenidas en un Libro Blanco y más propias de lo que suele ser un Libro Verde<sup>230</sup>, lo cierto es que el documento representó un esfuerzo por redefinir y reforzar la hasta entonces errante política comunicativa de la Unión Europea en el contexto de crisis constitucional<sup>231</sup>. Su principal argumento era la descentralización de la comunicación a través de una mayor implicación de los medios, los gobiernos, las regiones, municipios y sociedad civil para lograr lo que se denominó la verdadera “esfera pública europea” de diálogo social.

A partir de la propuesta del Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación de 2006 se abrió un largo proceso de consulta con todos los estratos de la sociedad y en todos los países de la Unión Europea. Guadalupe Pérez<sup>232</sup> ha analizado el caso español en este proceso y concluye que, aunque la participación de

---

<sup>230</sup> KURPAS, S., BRÜGGEMANN, M y MEYER, C *The Commission White Paper on Communication. Mapping a Way to a European Public Sphere*, en CEPS Policy Brief, N. 101. Mayo 2006, pg. 2.

disponible en: [http://shop.ceps.eu/BookDetail.php?item\\_id=1328](http://shop.ceps.eu/BookDetail.php?item_id=1328)

<sup>231</sup> PÉREZ GARCÍA, Guadalupe. “El libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación Diálogo Social y descentralización en el caso español”. En la revista *Historia y comunicación social*. 2008

<sup>232</sup> *Ibidem*. Pg. 93

los españoles en ese escenario fue elevada en comparación con otras nacionalidades, las contribuciones resultaron difícilmente funcionales o útiles para las conclusiones de la Comisión.

Si solamente se recibieron 313 respuestas entre el 1 de febrero y el 30 de septiembre de 2006, de ellas un total de 23 fueron españolas, de las que 18 eran contribuciones de ciudadanos a título personal. En general, las respuestas al cuestionario, dividido en los mismos apartados que el texto del Libro Blanco, fueron vagas y repitieron en gran medida los principios y propuestas del mismo. En definitiva, reflejan de por sí el problema que la Comisión pretende atajar: el desconocimiento del proceso de toma de decisiones y del funcionamiento de las instituciones de la UE.

Según Pérez García, en algunos casos, las soluciones que se propusieron para atajar ese problema resultaron a menudo inviables teniendo en cuenta la estructura a diferentes niveles de la Unión Europea y, en otros casos, presentaron sugerencias que se estaban implementando ya. Se propusieron medidas de control sobre los medios de comunicación que resultarían inaceptables para cualquier profesional de la información, entre ellas incluyeron la recepción de un sueldo directo de las instituciones para periodistas especializados con el objetivo de alejarles de los caprichos de la audiencia o bien la organización de lo que esta experta denominó “una temible agencia de propaganda europea”.

Las quejas sobre la organización de la página web *Europa.eu* estuvieron presentes en casi todas las respuestas, así como el predominio del inglés en la misma. Como solución, algunos ciudadanos propusieron el esperanto o incluso el latín o el alemán como idioma común en el territorio de la Unión. A su vez, si bien los ciudadanos españoles presentaron cierta disposición a la participación, ésta estaba limitada por las deficiencias del propio canal establecido por la Comisión. La mera existencia del sitio Internet no permitía la confrontación de ideas entre ciudadanos, sino una expresión de ideas que difícilmente la Comisión podía tener en cuenta, con lo que el mínimo

proceso de *feedback* y de intercambio entre ciudadanos, y entre éstos y la Comisión, se vio frustrado.

Aún así, el periodo de consultas se cerró un año y medio después con una comunicación redactada por la Comisión y titulada *Comunicar Europa en Asociación* que se envió al Parlamento Europeo, al Consejo de Europa, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. En este documento se declaraba la intención de dar un salto definitivo desde la comunicación institucional unidireccional hacia el diálogo reforzado con una comunicación centrada en el ciudadano. Se buscaba la implicación a todos los niveles de la administración (europea, nacional, regional y local), de las organizaciones sociales, de los partidos políticos y de los medios de comunicación.

Entre los pilares de esa nueva estrategia se recogía la necesidad de dotar de mayor protagonismo al Servicio del Portavoz como transmisor de noticias de la Comisión a la prensa escrita y audiovisual, o la asunción de un compromiso, por parte del Ejecutivo comunitario, de contribuir a que “la cobertura de los asuntos de la UE por parte de las cadenas audiovisuales existentes fuera más amplia y duradera”.

Y en ese contexto de considerar prioritario trabajar con los medios y con las nuevas tecnologías de la información, fue en el que la Comisión resaltó como prioridad la creación de una red europea multimedia que se comprometiera a “fomentar la conexión en red a escala europea por parte de los organismos de radiodifusión”. No dio a conocer más detalles, ni si quiera advertía de que sería un servicio externalizado de la propia Comisión Europea, pero ya apuntaba hacia una dirección hasta entonces desconocida que se basaba, por un lado, en la colaboración en red, y por otro, en la apuesta por la radio.

De hecho, esta fue una de las escasas ocasiones en las que la Comisión incluía en una estrategia de comunicación un proyecto de radio como tal porque, como explica

Manuel Fernández Sande<sup>233</sup>, dentro de la política informativa desarrollada por la Unión Europea, se puede afirmar que la radio ha sido el medio de comunicación más olvidado, ni siquiera había llegado a formar parte nunca de la estrategia audiovisual europea. Así se comprueba en los dos programas más importantes desarrollados para impulsar y fomentar el mercado único audiovisual: TV Sin Fronteras y el Proyecto Media, centrados en la televisión, el cine y la producción audiovisual.

Pero aún así, y aunque no lo citaba expresamente, sí que era la primera vez que el Ejecutivo europeo empezaba a hablar de lo que unos meses más tarde sería Euranet. En ese momento, octubre de 2007, las conversaciones entre las primeras emisoras ya habían fructificado y, de hecho, las primeras doce cadenas se habían unido al haber firmado el documento de adhesión a un consorcio de radios el 25 de julio de ese mismo año en Bruselas, en la sede de RTBF, la radiotelevisión belga de habla francófona.

En el documento que la Comisión estaba remitiendo al Consejo, al Parlamento y al resto de instituciones europeas, les estaba anunciado que su compromiso para esa difusión era incluso presupuestario. El texto reconocía como un acierto la política vigente de cofinanciación de programas de radio y televisión que venían aplicando las instituciones comunitarias desde hacía algún tiempo convencida de que a través de ellos se había conseguido incentivar a decenas de cadenas para que pusieran en marcha programas sobre la UE.

Ese sería su nuevo reto aunque con la vista puesta en el aumento de la eficacia de estos programas. Para ello, ofreció contratos plurianuales a redes de organismos de radiodifusión de toda Europa que se encargaran de producir y difundir programas sobre asuntos de la UE con toda independencia, según sus propias normas editoriales y con formatos de programación comunes. Además, y como uno de los requisitos fundamentales para garantizar esa independencia editorial, la Comisión exigió que

---

<sup>233</sup> “El papel de la radio en la construcción de Europa”. Manuel Fernández Sande. Artículo recogido en *Europa a través de la literatura, el cine y los medios de comunicación*, Santiago de Compostela, Editorial Andavira, 2011.

todos contratos contuvieran una carta editorial vinculante que garantizara la libertad editorial de los operadores<sup>234</sup>.

Esos, como se verá después, serían los principios bajo los cuales nació Euranet, que sirvieron también de base para redactar el anuncio de licitación del proyecto que se hizo público el 14 de julio de 2007, una semana antes de que se creara oficialmente la primera red de radios europeas. Con lo cual, y como quedará reflejado en esta tesis, la primera red de radios europeas, Euranet, es la consecuencia de la evolución de la política comunicativa que se ha ido desarrollado desde las instituciones europeas.

El objetivo de este proyecto fue sobre todo contribuir a crear una esfera pública comunitaria en la que operase una opinión pública europea<sup>235</sup>. La cuestión es analizar si cinco años después este anhelo se ha conseguido. No es fácil contestar a esta pregunta, entre otras cosas porque para ello habría que haber realizado un estudio de mercado entre los oyentes de las distintas radios que han formado parte de Euranet antes y después del proyecto y haber auditado su reacción en ese sentido. El resultado de esa medición podría ser entendido y valorado como opinión pública europea atendiendo a lo que los expertos denominan una investigación práctica del concepto.

Llegados a este punto, entiendo que es necesario detenerse en la búsqueda de un acercamiento hacia las definiciones que los expertos han elaborado sobre el concepto de opinión pública y observar cuál de ellas se podría ajustar a la propuesta que estamos analizando. Solo de esa forma puede comprenderse mejor el objetivo real del proyecto de Euranet.

---

<sup>234</sup> *Comunicar sobre Europa en asociación*. COM (2007) 569 final

<sup>235</sup> En el libro promocional que elaboró Euranet para su presentación en Bruselas a raíz del primer programa en común (12 de noviembre de 2008), explicaban que “el objetivo de Euranet es crear un sentido de unidad mejorando la información europea próxima al ciudadano y un mejor desarrollo de los debates europeos en una misma esfera pública. En ese mismo documento, la vicepresidenta de la Comisión y responsable de Comunicación, Margot Wallström, aseguraba que su intención, con este tipo de proyectos, “es que se trabaje en el desarrollo de una esfera pública europea”.

Cuando se habla de opinión pública desde el punto de vista académico los expertos destacan dos niveles de operaciones para aproximarse a su definición. El primero es el que se ha señalado anteriormente como investigación práctica (lo que hubiera sido el ejemplo anterior del estudio de la reacción de los oyentes), y el segundo nivel es el del análisis teórico, es decir, el de intentar buscar una definición técnica del término que agrupara todas las concepciones que se le imputan a ese concepto.

De todas las acepciones que presenta actualmente el término de opinión pública y que explica Cándido Monzón<sup>236</sup> en su trabajo sobre la materia, la que más ajustada a las pretensiones de la Comisión Europea en el momento de poner en marcha el proyecto de Euranet tendría que ver con la mezcla de la que Monzón define como concepción psicológica y la que llama concepción publicística.

Para él, la acepción psicológica de opinión pública es la que procede de la suma de opiniones y actitudes individuales que se hayan obtenido a través de una muestra representativa o que se hayan registrado en su totalidad. Y la concepción publicística es aquella que subraya la importancia y la necesidad de utilizar los medios de comunicación para hacerla presente en el marco social y político.

Con lo cual, teniendo en cuenta el desarrollo y los objetivos de Euranet que se van a ver en esta tesis, se puede considerar que la mejor definición de opinión pública de entre las varias decenas que se han esforzado en construir los expertos en la materia, es la que ha elaborado el profesor Monzón y que resume como “la discusión y expresión de los puntos de vista del público (o los públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder<sup>237</sup>”. De ahí que la opinión pública juegue también un papel importante como fuerza política.

En este sentido, el que desarrolla de una forma más explícita el concepto de opinión pública es Hans Speier que asevera que:

---

<sup>236</sup> Monzón, C, *Opinión pública, comunicación y política*, Madrid, Tecnos, 1996, pp 323-332.

<sup>237</sup> *Ibidem*.

“Entendemos por opinión pública... las opiniones expresadas sobre cuestiones de interés por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno. En su forma más atenuada, este derecho se afirma como la expectativa de que el gobierno revelará o explicará públicamente sus decisiones, para permitir a la gente que no pertenece al gobierno pensar y hablar sobre decisiones o, para expresarlo en términos de la conversación democrática, para asegurar el éxito de la política seguida por el gobierno<sup>238</sup>”

Teniendo en cuenta esta definición es fácil identificar por tanto la vinculación que existe entre la generación de la opinión pública y la propia actividad política y en base a eso considero que un buen medidor de los resultados de Euranet en ese sentido podrá ser el índice de participación de los ciudadanos en las Elecciones Europeas de 2014.

Al margen de lo que se pueda mostrar en esta tesis respecto a la contribución de Euranet a la generación de una esfera pública europea, lo cierto es que algunas cosas han empezado a cambiar en otros ámbitos y no solo en el mundo de la comunicación. Por un lado, los partidos políticos dedican cada vez más atención (sin ser excesiva) a relacionarse con sus partidos afines a nivel europeo y han empezado a considerar esa coordinación como parte de su trabajo político.

Por otro lado, y como consecuencia de la actual crisis económica y dado el protagonismo que la Comisión Europea está teniendo en ese contexto –vía rescates económicos a distintos países, por ejemplo-, el espacio que la prensa dedica a la información europea es cada vez mayor. Pero aún así, los ciudadanos siguen sin identificar a los responsables de las instituciones europeas (habrá que esperar hasta conocer la reacción de los electores ante los primeros comicios en los que tienen la

---

<sup>238</sup> Speier, H. “El desarrollo histórico de la opinión pública” en Steinberg, C. B. y Bluem A. W, *Los medios de comunicación social*, México, Roble, 1969/1966.

posibilidad de elegir directamente al presidente de la Comisión Europea<sup>239</sup>) y todavía interpretan sus decisiones en clave nacional. No será de extrañar que el análisis que cada partido haga de sus resultados electorales en 2014 se circunscriba únicamente al ámbito doméstico.

En este sentido se expresa el responsable de comunicación de la Comisión Europea en Barcelona, Ferrand Tarradellas, que en una entrevista con la autora de la tesis reconoce que la implicación del ciudadano en el contacto con las instituciones europeas está todavía muy lejos de ser el deseado y eso aleja la implicación y el buen resultado de la política de comunicación correcta.

“El principal problema de comunicación de la Comisión no son los medios sino los mensajes y el problema es que el emisor es difícil de entender para los ciudadanos. Lo que habría que hacer es cambiar la Unión Europea para que los ciudadanos lo entiendan. En el futuro, si el presidente es elegido por la gente y viene a hacer campaña a los Estados miembros y los ciudadanos pueden castigar a un presidente de la Comisión si lo hace mal y no los Estados, esto cambiará. Mientras tanto, comunicamos como un organismo internacional, tienen muy poca visibilidad en los medios porque nadie sabe quién está trabajando ahí ni qué tipo de trabajo hacen. Es muy importante pero poco visible. Vamos en ese camino con el hecho de que los parlamentarios se elijan directamente y los comisarios vengan a los países miembros, pero queda mucho por hacer<sup>240</sup>”.

Una de las grandes novedades del Tratado de Lisboa que entró en vigor el 1 de enero de 2009 fue precisamente conceder un mayor peso político en la toma de decisiones al Parlamento Europeo, que es la única institución comunitaria elegida directamente por

---

<sup>239</sup> La entrada en vigor del Tratado de Lisboa incorpora algunas modificaciones respecto al proceso electoral comunitario. Los comicios de 2014 son los primeros en los que los partidos presentan una cabeza de lista para ocupar la presidencia de la Comisión. El Tratado explica que será el Consejo Europeo el que proponga al presidente de la Comisión, teniendo en cuenta los resultados electorales, aunque finalmente la aprobación de la candidatura le corresponde al Parlamento.

<sup>240</sup> Entrevista telefónica de la autora a Ferrand Tarradellas, 11 de julio de 2013.



los ciudadanos. Hasta ese momento no existía la posibilidad de codecisión que ahora es obligatoria y con ella se refleja el protagonismo de los ciudadanos en esa toma de decisiones. Sin embargo, mientras los miembros del Colegio de Comisarios que conforman el Ejecutivo europeo sigan siendo elegidos por los gobiernos (aunque estos hayan sido elegidos democráticamente en sus países de origen) seguirá ocurriendo lo que afirmaba Tarradellas: El ciudadano seguirá sin identificar al emisor de la comunicación, perderá interés y el resultado se resentirá.

Con el ánimo de incrementar ese acercamiento entre instituciones y ciudadanos a través de la comunicación nació Euranet en 2007. La base del proyecto era la colaboración y la asociación, dos máximas que se habían instalado en la forma de hacer política comunicativa desde que llegara Margot Wallström a la Comisión en 2004 y que aplicó en su propuesta de crear la primera red de radios europeas.

Atrás había quedado un proceso de colaboración económica fundado en el desarrollo más bien técnico de la comunicación a través de todo lo que supuso el desarrollo de la Sociedad de la Información de finales del siglo XX. De ahí se pasó a la preocupación por el contenido desde la conciencia de unificar el mensaje entre las instituciones comunitarias y los Estados miembros para, finalmente, proponer un trabajo común desde la colaboración, en primer lugar, y desde la asociación y cooperación, en segundo lugar. Es lo que algunos autores<sup>241</sup> denominaron la culturización de la política de comunicación europea.

Fue en este escenario que se empezó a desarrollar con el inicio de los años 2000 donde nació Euranet, imbuido además por ese espíritu de asociación que se ha convertido en la esencia y la garantía de permanencia de este proyecto. No obstante, y al margen del acierto que se pudiera pensar que supuso su puesta en marcha en ese momento, la realidad fue que esa idea de asociación no era nueva; se remontaba a finales de los

---

<sup>241</sup> CRUSAFON, C. *El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*. Tesis doctoral. 1999.

años ochenta y, concretamente, a la aportación recogida en el denominado *Informe Pex*<sup>242</sup> de 1998.

En ese documento, el Parlamento Europeo proponía que tanto la Eurocámara como la Comisión promovieran, en el marco del Grupo de trabajo sobre las actividades permanentes de información, la producción de programas de televisión sobre las actividades de las instituciones europeas. Uno de esos canales de difusión podría ser Euronews, que venía operando desde principios de los noventa, pero también se sugería abrir la puerta a otros medios de radiodifusión a los que se invitó a preparar actividades audiovisuales conjuntas. De esta forma, entendió el Parlamento, las actividades de comunicación sería “menos costosas y más eficaces y también de mayor importancia simbólica<sup>243</sup>”

Finalmente, la filosofía de Euranet resultaría algo distinta porque, aunque también se sopesaba el papel de la colaboración, no se trataba de convertirse en el altavoz de esos programas que decía Pex que podrían difundirse a través de la radio o la televisión. El caso de Euranet, como se verá en esta tesis, partía de la elaboración de los contenidos, garantizando su propia independencia, pero asegurando que la cobertura y el enfoque de sus programas respetaban el acuerdo firmado con la Comisión Europea para elaborar información europea.

Con ese objetivo, la Comisión publicó en 2007 una oferta de mercado para contratar un servicio de elaboración de información europea que tuviera por objeto principal crear una esfera pública europea y acercar las instituciones comunitarias al ciudadano. Un grupo de radios se unió bajo la fórmula de un consorcio y optó a esa oferta pública. Ganó el concurso y firmó un acuerdo con la Comisión valorado en 5,8 millones de euros para que durante los cinco años siguientes elaborasen programación europea, pero dentro de sus propios espacios radiofónicos.

---

<sup>242</sup> Informe Pex de 1998 DOC\_ES\RR\352\352972 PE 225.022/def.

<sup>243</sup> *Ibidem*.

La idea resultó a todas luces innovadora, no tanto porque fueran las propias radios las que elaborasen los contenidos con independencia de la Comisión y buscando el enfoque multicultural, que era algo que ya se había hecho en años anteriores bajo la fórmula de las denominadas APCAV<sup>244</sup>, sino porque el número de socios y la dimensión del proyecto eran hasta entonces desconocidos.

La primera red de radios europeas, Euranet, empezó a emitir en diez idiomas el 1 de abril de 2008 con dieciséis radios de trece países agrupadas en un consorcio y otras siete radios universitarias asociadas que difundirían simultáneamente programas dedicados a la actualidad europea. En lo que pudo interpretarse como el mayor respaldo institucional al proyecto, la presentación oficial en Bruselas corrió a cargo de la vicepresidenta de la Comisión Europea y comisaria de Relaciones Institucionales y Estrategia de Comunicación, Margot Wallström, y tuvo lugar el 26 de febrero de 2008. En la nota de prensa en la que se informó a los medios de comunicación ese mismo día se detallaba que la colaboración de la Comisión con la red de radios estaba fijada en una aportación económica de 5,8 millones de euros al año y se insistía además en el “respeto escrupuloso de su libertad editorial”.

Lo novedoso del proyecto, como recogía al día siguiente en su edición impresa el diario ABC, era que Bruselas pretendía “ampliar la difusión de las acciones de la UE a través de la radio convencional<sup>245</sup>”, es decir, no se creaba un nuevo ente para emitir contenidos europeos, ni tan siquiera era la Comisión la que elaboraba o marcaba las directrices de esa información europea, sino que eran las propias emisoras socias las que, de la misma forma que hacían su programación nacional, ofrecerían a sus

---

<sup>244</sup> Las ofertas APCAV eran convocatorias públicas que sacaba la Comisión Europea para cubrir un servicio y a las que optaban distintas empresas. En el caso de la comunicación, la inmediatamente anterior a Euranet se publicó en 2005 y a ella optaron algunas de las radios que después formaron parte del proyecto, por ejemplo RFI o DW. En estos casos, la financiación comprometida por la Comisión Europea se distribuía de manera individual a cada radio aunque el compromiso firmado incluía una colaboración con otro u otros socios para llevar a cabo un servicio determinado. Con Euranet, la cosa cambió. La cantidad acordada era entregada al Consorcio que gestionaba internamente la financiación del proyecto. Es más, la Comisión no realizaba ningún tipo de seguimiento sobre los gastos sino únicamente sobre el contenido.

<sup>245</sup> ABC, 27 de febrero de 2008, p. 91

audiencias contenidos europeos elaborados por ellas mismas y en colaboración con otros socios.

Al principio se emitió en diez idiomas (alemán, búlgaro, español, francés, griego, húngaro, inglés, polaco, portugués y rumano), pero después se iría incrementando esa cifra hasta cubrir las veintitrés lenguas oficiales de la UE con las que Euranet superó sus primeros cinco años de vida. Además, la red nació abierta a todo tipo de radios que podrían ir incorporándose siempre que respetasen las reglas definidas por el consorcio que se creó para iniciar esta andadura, con la idea-compromiso de cubrir todas las lenguas oficiales antes de 2013.

Euranet lo logró y se despidió de su primera etapa el 31 de diciembre de 2012 con los 23 idiomas que se hablaban en la UE de forma oficial. A partir de esa fecha nació Euranet Plus, con otras condiciones y compromisos acordados con la Comisión Europea, pero con la misma filosofía. No obstante, como se verá más adelante, muchas de las radios que formaron parte de Euranet no continuaron después en Euranet Plus.

23 días después de la oficial puesta en marcha de Euranet, la Comisión Europea reconoció<sup>246</sup> que los primeros indicios de la existencia de lo que podría denominarse una esfera pública europea habían surgido, aunque tímidamente todavía, a raíz de los programas multilingüísticos y multiculturales que habían realizado los grandes medios internacionales, entre ellos Euronews, BBC World, Deutsche Welle, France 24 y Arte. Estas cadenas estaban ofreciendo programas paneuropeos que terminaron abriendo los ojos a los miembros de la Comisión hasta constatar que esta podría ser la vía para que se desarrollara en Europa la anhelada esfera de opinión pública comunitaria.

No obstante, esa constancia debía ser tenida en cuenta sin perder de vista otra realidad igualmente certera que era, por un lado, que el coste para sufragar este tipo de

---

<sup>246</sup> Comunicación de la Comisión. *Comunicar Europa a través de los medios audiovisuales*. SEC (2008) 24 de abril de 2008.

programas multiculturales era muy elevado, y por otro, que el idioma era el principal obstáculo. De ahí que la Comisión decidiera que su papel en este sentido debía limitarse a la apuesta financiera para apoyar con parte de sus recursos la promoción de los contenidos sobre la Unión Europea a través de redes de canales que ya existieran. Esa colaboración debía realizarse desde el respecto a la libertad de expresión de cada uno de los medios, tal y como se comprometió en una Comunicación de 2008 la Comisión Europea:

“Se hará teniendo en cuenta las normas del Consejo de Europa respecto a la libertad de expresión y libertad editorial de la prensa, así como las referencias en el Tratado de Ámsterdam sobre la definición de misión de servicio público y financiación del sector audiovisual. Este es el motivo por el que, en 2004, la Comisión redactó una carta editorial de la UE que forma parte de todos los contratos y garantiza la independencia editorial de todos los medios con los que se firman esos contratos<sup>247</sup>”.

Euranet tiene mucho de esta filosofía paneuropea como tendremos ocasión de analizar.

### 1.1. Los cuatro protagonistas

Antes de explicar el nacimiento de Euranet y adentrarnos en la gestación de la primera red de radios europeas es necesario presentar, aunque sea brevemente, a los principales protagonistas del proyecto. Fueron muchos más los que se implicaron desde el primer momento en la puesta en marcha de Euranet pero, dada su especial relevancia, creo que podría ayudar aportar algunos datos sobre los cuatro impulsores originales.

---

<sup>247</sup> Ibidem

El primero de ellos es Erlends Calabuig, actualmente director general de Euranet Plus, el segundo proyecto que surgió en el seno de la Comisión Europea a raíz de la evolución de Euranet. Calabuig impulsó la creación de Euranet desde Radio France Internationale (RFI), emisora con la que estuvo vinculado desde principios de los noventa aunque su relación laboral se escindió durante siete años en los que ejerció de redactor en el periódico Le Monde, bajo la dirección de Ignacio Ramonet. En 1997 regresó a RFI para hacerse cargo del departamento de lenguas extranjeras de la emisora y en 2004, con la llegada de Antoine Schwarz a la radio internacional francesa, Calabuig empezó a asumir más responsabilidades.

Tras poner en marcha Euranet en 2008 se encargó del proceso de reestructuración y fusión de la radio y televisión francesa. Actualmente ha paralizado de nuevo su relación laboral con RFI y su tarea responde únicamente a Euranet Plus como director general. También es el presidente de la Fundación Euranet, creada al abrigo de la que fue la primera red de radios europeas.

Calabuig ha sido el principal activo del desarrollo y creación de Euranet donde llegó a ser el único director general tras la fusión en una misma dirección general de un consorcio que se había planteado inicialmente con dos cabezas. La otra dirección general la empezó ocupando (hasta que desapareció) la alemana Petra Kohnen, responsable igualmente de la puesta en marcha de la primera red de radios europeas, volcada principalmente en la cuestión de contenidos. Calabuig asumió todo lo que tenía que ver con la parte financiera.

Kohnen era la directora de Estrategia de Deutsche Welle (DW) en el momento en el que surgió Euranet. Su implicación en el proyecto se produjo al mismo nivel que el de Calabuig y entre ambos diseñaron toda la estrategia tanto financiera como de contenidos de la red de radios europeas. Empezaron a contactar con las emisoras que poco a poco se fueron incorporando al consorcio. Durante los dos primeros años de Euranet, Kohnen estuvo vinculada a la radio alemana. Sin embargo, cuando DW abandonó el proyecto en julio de 2009, la directora de Estrategia tuvo que afrontar uno

de los momentos más delicados de su trayectoria profesional y decidir si se volvía a Alemania con su radio o seguía adelante con Euranet. Al final se decantó por este último camino y fue contratada por la red de radios como co-directora general junto con Erlends Calabuig, lo que le obligó a pedir una excedencia en su empresa.

Petra Kohnen diseñó todo el entramado de colaboración editorial entre las distintas emisoras de Euranet basada en los grupos de trabajo por idiomas. Se encargaba de coordinar al Comité Editorial y, dentro de este, de prestar mayor atención al grupo alemán después de que DW abandonara el proyecto. Fue esta labor precisamente la que terminó propiciando su salida de Euranet en 2009 tras un “desencuentro profesional muy serio<sup>248</sup>” con Calabuig enmarcado, según algunos de los miembros de la red, en el devenir normal de una empresa privada que gestiona los intereses de 21 radios.

Junto a Calabuig y Kohnen, los otros dos protagonistas del desarrollo de la red europea de radios fueron los máximos responsables de sus respectivas emisoras. En el caso de Radio France Internationale (RFI), el presidente era entonces Antoine Schwarz y ocupó este cargo en la radio francesa entre 2004 y 2008. Autor de varios libros, entre ellos *La unidad oculta: el judaísmo, el cristianismo, el Islam* o *La Europa social no tendrá lugar. Razones para actuar*, Antoine Schwarz defendió la idea de que todas las radios internacionales tuvieran un único programa sobre Europa porque estaba convencido de que existía una demanda de información europea por parte de la audiencia en todos los países de la Unión que podría subsanarse desde un trabajo en común. Durante los primeros años de su mandato intentó que hubiera cierta integración de las radios internacionales de cara a difundir programas europeos en colaboración y por eso recuperó las acciones comunes con otras radios internacionales.

---

<sup>248</sup> Entrevista de la autora de la tesis al director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, realizada el 19 de septiembre de 2013. Sobre los motivos de la salida de Petra Kohnen se puede consultar también el apartado 2 del segundo capítulo de esta tesis.

Para el presidente de RFI, Europa era una realidad común que había dejado atrás ese periodo de posguerra en el que cada país tenía sus propios intereses geopolíticos en torno a los cuales las radios internacionales organizaban su programación, y por eso no entendía que cada radio tuviera un programa diferente sobre Europa. Bajo su presidencia, desde la emisora internacional francesa mantuvieron la colaboración con sus radios homólogas en otros países de la Unión e incluso empezaron a crear una corriente de opinión en defensa de la colaboración entre emisoras europeas. Schwarz aprovechaba cualquier aparición o acto público para defender su postura proeuropea y, de la misma manera y de forma paralela, dentro de su radio buscaba la fórmula de llevarlo a efecto.

Por último, el cuarto gran protagonista del nacimiento de Euranet fue Erik Betterman, director general de Deutche Welle desde 2001 y hasta septiembre de 2013. Es filósofo, pedagogo y economista. Fue periodista 'free lance' y militante en el Partido Socialista alemán y desde la política dio el salto a su puesto como director general en la radio. Siempre ha defendido la independencia de la emisora internacional alemana a pesar de que esté financiada por el Estado y pone su caso como ejemplo al mantenerse, después de 12 años, en el mismo puesto y con distintos gobiernos.

En el último periodo de su mandato se volcó con América Latina<sup>249</sup>, al considerar que era un continente olvidado por parte tanto de Alemania como de Europa, y al que creía que debía prestársele más atención. A diferencia de Schwarz, y aunque también se consideraba europeísta, su implicación en el proyecto de Euranet se fue desvaneciendo con el tiempo. Se mantuvo como líder durante los prolegómenos y el primer año de funcionamiento hasta que una polémica interna con la Comisión Europea<sup>250</sup> y con la propia dirección de Euranet acabó provocando su salida de la red de radios y con ella

---

<sup>249</sup> "Despertar conciencia de cuán importante es Latinoamérica". Entrevista a Erik Bettermann publicada el 11 de septiembre de 2013 en DW. <http://www.dw.de/despertar-conciencia-de-cu%C3%A1n-importante-es-latinoam%C3%A9rica-erik-bettermann/a-4678350-1>

<sup>250</sup> Sobre las discrepancias internas que condujeron al abandono de DW del proyecto Euranet véase el apartado 2 de esta segunda parte de la tesis.



el abandono de DW del proyecto a pesar de haber sido uno de los dos principales socios fundadores.

De carácter manifiestamente germano, Bettermann se implicó en la puesta en marcha de la red pero no compartió la conversión jurídica de Euranet cuando se propuso que pasara de ser un consorcio a operar como un grupo de empresas europeas. Alegó entonces incompatibilidades con la normativa alemanaza de radiodifusión y terminó abandonando el proyecto el 1 de julio de 2009.

## 1. 2. *Radio E*, el origen de Euranet

Institucionalmente hablando, se podría decir que la publicación del *Libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación* en febrero de 2006 originó lo que después sería el nacimiento de Euranet. Sin embargo, el germen en la práctica de la primera red de radios europeas se remonta a una veintena de años atrás. A 1995. En ese momento Radio France Internationale (RFI), que fue junto con la radio pública internacional alemana, Deutche Welle (DW), socia fundadora de Euranet, empezó a realizar un programa magazine llamado *Radio E* que se emitía en cuatro idiomas y que se realizaba en colaboración con las también radios internacionales, holandesa, Radio Nederland Wereldomroep (RNW), inglesa, BBC, y sueca, Radio Suecia Internacional.

Aunque el programa empezó a emitirse a través de esas emisoras en 1995 lo cierto es que la idea germinó en 1993 cuando la Comisión Europea publicó un proyecto radiofónico denominado *European Digital Radio*<sup>251</sup> (también conocido como *Radio-E*) que se mantuvo durante cuatro años, hasta 1997. Se hicieron programas en varios idiomas bajo el amparo de *Radio-E* a partir de la colaboración de esas emisoras. Y así fue como después nacieron los magazines *Accent d'Europe* (en francés); *Trempunk Europa* (en alemán) y *Netwok Europe* (en inglés), que son precisamente los nombres

---

<sup>251</sup> FERNÁNDEZ SANDE, M y GALLEGO PÉREZ, J. I. “Euranet: a case study of pan-european radio”, en *Radio Evolución: Conference Proceedings*. September, 14-16, 2011, Braga, University of Minho: Communication and Society Research Centre. ISBN 978-989-97244-9-5.

de los principales programas que emitirá Euranet en esos mismos idiomas y que fueron reconocidos por la Comisión Europea<sup>252</sup> como el punto de partida para la colaboración de un proyecto radiofónico paneuropeo novedoso, el primero que surgía hasta el momento.

*Radio E* se concibió como una especie de laboratorio de ideas para ver lo que funcionaba y lo que no funcionaba a partir de la colaboración entre emisoras internacionales haciendo de manera conjunta información europea. Entre otros efectos, pronto se vio que gracias a lo que se preparaba en RFI dentro de esos programas en colaboración con las otras radios, se había conseguido mejorar notablemente la cobertura europea en antena; había temas sobre los que nunca antes se había hablado y, de hecho, esto condujo a que las radios colaboradoras crearan un espacio particular que diera cabida a asuntos del tipo colaboración ciudadana o dimensión comunitaria de los temas. El resultado se tradujo en un incremento de los asuntos europeos en la programación de esas radios internacionales.

Esto es algo que no solo ocurrió en la radio francesa sino que también sucedió en el resto de las emisoras que colaboraron en esta iniciativa. Con el tiempo se vio que fue un proyecto que funcionaba muy bien y que, además, se terminó convirtiendo en un programa diferente y de una gran calidad. La productividad fue abrumadora durante los primeros años. Se emitían veinte minutos diarios en cada uno de los cuatro idiomas en los que trabajaban las radios y la implicación de las emisoras se tradujo incluso en la contratación de personal para llevar a cabo este tipo de programación. En el caso de RFI, por ejemplo, había una decena de personas, dos por equipo y algún sustituto, que estuvieron trabajando durante cerca de dos años en los programas de *Radio E*.

Sin embargo, llegado el año 1997 hubo un cambio en la presidencia de la radio internacional francesa cuyo liderazgo fue asumido por Jean-Paul Cluzel y que se tradujo en una modificación total de rumbo en la emisora. El nuevo equipo se volcó en

---

<sup>252</sup> Service Contract. Contract N° PN/2007-28/C

transformar RFI en una radio de información continua, 24 horas al día, a escala mundial en 17 idiomas, además del francés, y este hecho terminó orillando el proyecto de información europea. Ya no entraba dentro de las prioridades de la dirección, aunque los profesionales consiguieron mantener de forma esporádica las emisiones de *Radio E*.

Tampoco los sucesivos equipos de dirección que fueron pasando por RFI desde 1997 hasta 2004 recuperaron como importante la colaboración entre emisoras internacionales en torno a la información europea y, de hecho, no fue hasta la llegada de Antoine Schwarz a la presidencia de RFI en 2004 cuando *Radio-E* consiguió recuperar su importancia en antena después de haber superado una travesía en el desierto con algunos parones y sin recibir la más mínima atención por parte de los otros directivos.

Aún así, la colaboración entre las radios seguía existiendo y los programas que se crearon a mediados de la década de los noventa habían conseguido sobrevivir a los cambios internos de la emisora. Esto facilitó las cosas cuando Schwarz se propuso reflotar *Radio-E* como fórmula para recuperar la apuesta por la información europea en la cadena francesa y cumplir su deseo de conceder mayor protagonismo a los asuntos comunitarios. El nuevo presidente de RFI era un europeísta convencido y decidió reestructurar internamente la emisora para poner en marcha su proyecto. Buscó el apoyo de Erlends Calabuig, responsable entonces del departamento de lenguas extranjeras de la radio francesa, y planteó la necesidad de hacer algo para mantener la información europea en antena y suplir así una de las carencias que entendieron que tenía entonces la emisora.

El periodo de reflexión iniciado en RFI coincidió en el tiempo con el que había abierto también la Comisión Europea tras los resultados que se habían registrado en Francia, Irlanda o los Países Bajos, en los referéndums sobre la nueva Constitución Europea en 2001. Bruselas estaba preparando su Libro Blanco sobre una *Política Europea para la Comunicación* y la vicepresidenta de la Comisión Margot Wallström había lanzado su

propuesta para trabajar juntos las instituciones comunitarias y los medios de comunicación en la promoción y mejora de la información sobre Europa.

La idea no resultaba del todo novedosa porque era algo que ya habían propuesto años atrás varios grupos de expertos<sup>253</sup> que habían analizado las deficiencias de la política de comunicación de la UE. Wallström entendió que esa ausencia de una política de comunicación se había convertido en un enquistado problema arrastrado largamente en el tiempo y al que la Comisión Europea tenía que empezar a poner fin.

Los resultados de los referéndums habían sacado de nuevo a la luz la inapetencia de la ciudadanía por implicarse en los asuntos comunitarios y el equipo de la comisaria sueca entendió que apoyarse en los medios de comunicación, especialmente la prensa local y regional, podría ser una buena fórmula para acercarse a los europeos. El reto no era nada sencillo, como ella misma reconoció<sup>254</sup> y, de hecho, se dio por satisfecha, una vez terminado sus cinco años de mandato, con haber conseguido únicamente poner el firme y haber dado los primeros pasos.

Uno de esos laboratorios de ideas y reflexiones organizados por la Comisión Europea fue la Conferencia Audiovisual de Helsinki celebrada el 4 y 5 de diciembre de 2005<sup>255</sup> en la que participaron representantes de un gran número de medios de comunicación europeos, entre ellos los anglosajones que desde el primer momento se mostraron reacios a formar parte de cualquier proceso de cooperación con las instituciones europeas porque entendían que se cuestionaba su independencia informativa. A esta corriente se sumaron principalmente televisiones privadas y prensa eurófoba que

---

<sup>253</sup> El Informe Oostlander (1993), el Informe De Clercq (1993) o el Informe Pex (1998) son algunos de los ejemplos.

<sup>254</sup> Euractiv.com, 9 de septiembre de 2009. “Creo que desde el principio supe que un mandato no sería suficiente para cambiar algunas cosas instaladas en los muros de una institución y de una cultura, pero nos hemos movido en la dirección correcta y hemos dado pasos importantes”.

<sup>255</sup> La Comisión Europea había organizado una serie de encuentros previos a la publicación del Libro Blanco en 2006 y había abierto un espacio en la red para que opinaran sobre el documento los actores implicados. A la cita de Helsinki, se unieron otras en Bérgamo, Berlín y Bruselas, pero la de Helsinki fue la primera en la que participaron los que serían después los miembros de Euranet.

descartaba implicarse en un plan para promover la comunicación europea a partir de la colaboración entre la Comisión y los medios nacionales.

Algunos de los asistentes<sup>256</sup> explican que entre los argumentos que utilizaron los medios anglófonos para defender su postura, había algunos de buena y mala fe. Este tipo de prensa insistió en que no era necesario cooperar, que los medios tenían que ser independientes y defendieron que en la cobertura de los medios de comunicación no tendría por qué haber un trato preferente hacia los asuntos europeos. Esta filosofía terminó enturbiando en cierta medida el ambiente del encuentro porque los anglosajones habían conseguido una movilización bastante fuerte contra cualquier idea de cooperación institucional entre la Comisión Europea y los medios de comunicación.

A pesar de ello, la cita de Helsinki terminó sirviendo para acercar posturas entre la Comisión, representada en la capital finlandesa por la propia vicepresidenta Margot Wallström y otros miembros de la DG COMM, con los medios de comunicación proeuropeos, entre ellos RFI y DW, que ya habían enviado sugerencias y propuestas a Bruselas para incentivar la cooperación entre ambas partes y liderar un proyecto de información europea desconocido hasta entonces.

Lo que ocurrió en Helsinki puso de manifiesto, no obstante, que el panorama mediático de la primera mitad de la década de 2000 era bastante complejo como para conseguir de una primera atacada lo que pretendía la Comisión Europea, que era colaborar entre todos y fomentar el uso de la información europea. De hecho, existía una división real entre las empresas de comunicación respecto a la implicación en un proyecto de información comunitaria apoyado o auspiciado por las instituciones comunitarias.

Por esa época tanto RFI como DW ya habían mantenido en solitario ciertos contactos informales con la Dirección General de Comunicación (DG COM) que era el aparato

---

<sup>256</sup> Erlends Calabuig fue uno de los participantes de ese seminario.

administrativo que servía a la política de la comunicación de la Comisión Europea. Además, estas dos emisoras internacionales ya habían optado a distintas ofertas públicas anteriores para elaborar contenidos de corte europeo.

A través de esas reuniones, los responsables de las emisoras francesa y alemana se acercaron a la idea que la Comisión estaba preparando y decidieron colaborar con ellos redactando un primer informe conjunto en el que detallaban su propuesta sobre cómo los medios de comunicación podían contribuir, participar, mejorar y promover la información europea. Estas dos grandes radios internacionales ya habían comentado su intención de incidir en la difusión de información europea y habían constatado que sus objetivos eran los mismos a pesar de que se trataba de dos emisoras totalmente diferentes.

No fueron los únicos. Hubo otros medios de comunicación que a partir de la cita de Helsinki, y de otras que se celebraron en Bérghamo<sup>257</sup>, en Berlín<sup>258</sup> o en Bruselas antes de publicar el Libro Blanco de 2006, también se pusieron a disposición del Gobierno comunitario.

Las dos grandes radios internacionales que crearían después Euranet mantenían ya en ese momento muchos ejes de cooperación en distintas zonas del mundo en materia de difusión, facilidad de frecuencia, programas comunes, etc, con lo cual, no supondría nada extraño para estas dos emisoras colaborar en un proyecto más orientado hacia Europa. Se daba además la circunstancia de que tanto RFI como DW se estaban moviendo en Bruselas para liderar un proyecto de estas características y se mostraban preocupados por mejorar la cobertura europea desde sus emisiones. Este hecho llevó a los representantes de ambas radios a tener un primer encuentro en 2005, en Bonn, en el que acordaron actuar de manera conjunta en lugar de competir en información comunitaria convencidos de que esa competencia no les llevaría por buen camino,

---

<sup>257</sup> EUROPEAN CIVIL SOCIETY FORUM: Empower Forum, Bérghamo, 9 y 10 de noviembre de 2006, <http://www.empower06.eu/index.htm>

<sup>258</sup> “Commission seeks to end 'blame game' over communicating EU”, Euractiv.com, 18 de Enero de 2007, disponible en: <http://www.euractiv.com/en/pa/eu-communication-policy/article-117502>

sino todo lo contrario. Eran conscientes de que la Comisión Europea estaba en ese momento fomentando la unión de grandes empresas para organizar un proyecto común.

Según Erlends Calabuig, los primeros contactos entre RFI y DW no fueron fáciles, entre otras cosas porque se trataba de dos emisoras internacionales rivales que, a pesar de haber colaborado en *Radio-E* durante muchos años, se tenían que involucrar en mayor medida en otro tipo de proyecto y eso ya eran palabras mayores.

“Tuve una charla bastante rápida con (Erik) Bettermann (director general de DW) y luego hubo otros contactos más informales. Después vi a la directora de estrategia de DW (Petra Kohnen) en reiteradas ocasiones en París y así empezamos a montar la dinámica de cooperación que no fue fácil porque había dos culturas un poco distintas y dos modos de funcionamiento diferentes, pero de ahí la riqueza europea, y poquito a poco la confianza se fue estableciendo desde el convencimiento de que podíamos seguir adelante y con ciertas probabilidades de éxito<sup>259</sup>”

Y así fue como se fue forjando una cooperación liderada por las dos grandes emisoras europeas, Deutche Welle y Radio France Internationale, que nació oficialmente a mediados de 2005 y que se mantuvo hasta finales de 2006 cuando se empezó a crear el proyecto E.R.P ((European Radio Project) que después pasaría a ser bautizado como Euranet.

Todo se hizo en torno al liderazgo de Antoine Schwarz y Erik Bettermann, dos europeistas convencidos que, por distintos motivos y como se verá en esta tesis, no lograron terminar en el proyecto que habían liderado. Schwarz se jubiló al poco tiempo de ponerlo en marcha y Bettermann abandonó Euranet como consecuencia de la primera gran crisis empresarial que afectó al desarrollo interno de la red.

---

<sup>259</sup> Entrevista a Erlends Calabuig, 11 de febrero de 2011.

### 1.3 La creación de la red: el Consorcio E. R. P (European Radio Project)

De forma paralela a todo el proceso de reflexión iniciado antes de la publicación del Libro Blanco sobre la Política Europea de Comunicación en febrero de 2006, RFI y DW ya habían entrado en contacto con otras radios para compartir la idea de crear un proyecto común a través del cual ampliar la cobertura de los asuntos europeos desde una perspectiva paneuropea, como había sugerido el presidente de la radio internacional francesa Antoine Schwarz. El objetivo era movilizarse para ganar tiempo y estar los más preparados posible para el momento en el que se publicara la convocatoria europea sobre comunicación. Cuando eso ocurriera, los socios de la red ya tendrían una parte importante avanzada teniendo en cuenta, además, que las dos radios fundadoras presentaban una tradición colaboradora con otras emisoras internacionales que se convirtió en la base del proyecto de Euranet.

Esa era la propuesta, ir ampliando la colaboración con otras radios en torno a la tradición de cooperación que ya tenían DW y RFI de tal forma que cuando asistieron al encuentro de Helsinki de finales de 2007 ya habían mantenido varias reuniones con distintas emisoras para reflexionar sobre la intención de la Comisión Europea de diseñar un proyecto informativo que pudieran presentar juntos.

Cuando los preparativos para la publicación del Libro Blanco de la Comisión Europea entraron en su recta final, las radios lideradas por RFI y DW, ya habían dado pasos de cooperación bastante serios y habían puesto sobre la mesa una interesante dinámica de trabajo. Atrás habían dejado un camino que, como cuenta Erlends Calabuig, no fue del todo fácil.

“Todos estos proyectos son siempre muy complicados porque la gente se lo cree a medias o no confían en que se puedan llevar a cabo. De hecho, previamente, se habían presentado otras muchas iniciativas que no llegaron al final. Por eso hubo que empujar fuerte desde el principio porque si no, no se



hubiera movido nada. Sin embargo al final, de una manera bastante rápida, se vio que había surgido una dinámica muy interesante del grupo de fundadores integrado por RFI, DW y media docena de emisoras más. Cuando llegamos a 2007, había entre diez o doce radios muy movilizadas con el proyecto, radios muy distintas entre sí, de las cuales, unas desaparecieron, otras vinieron, pero lo cierto era que ya había un concepto que parecía sólido para empezar a trabajar, coordinarse y cubrir la realidad europea. Lo único que quedaba entonces era esperar a ver si se publicaba o no el concurso de contrato de servicio de la Comisión que habían anunciado<sup>260</sup>”.

Justo un año después de publicarse el Libro Blanco sobre Política de Comunicación Europea, las radios fundadoras de Euranet celebraron el 26 de febrero de 2007 en Bonn el que puede considerarse su primer encuentro oficial y en el que estuvieron representadas al más alto nivel las emisoras asociadas a la red. Era la primera toma de contacto serio entre todos los miembros, que se cerró con una declaración<sup>261</sup> de propuesta común que se convirtió en el marco general que debían respetar tanto las socias fundadoras como las emisoras que quisieran formar parte del proyecto en el futuro. Se trata de una primera carta de intenciones liderada por Bettermann y Schwarz que vino a materializar lo que hasta entonces había sido una idea de colaboración. Se puede decir que fue el primer documento oficial con el que despegaba lo que después sería Euranet y en el que se basó toda la filosofía del proyecto.

El momento coincidió en el tiempo con el primer aniversario de la promoción que había iniciado la UE para mejorar la comunicación sobre Europa, dándose además

---

<sup>260</sup> Al hilo de los contactos y las conversaciones que RFI y DW habían mantenido con los miembros de la dirección general de Comunicación de la Comisión Europea, los responsables del proyecto de Euranet conocieron la intención de la institución comunitaria de sacar un concurso con el objetivo de mejorar la comunicación sobre Europa y dotarlo económicamente. Posteriormente, y en las comunicaciones redactadas por la CE, quedaría así recogido. Es el caso de la comunicación *Comunicar sobre Europa en asociación* COM (2007) 568 final, en la que se reconoce explícitamente que “la Comisión ofrecerá contratos plurianuales a redes de organismos de radiodifusión de toda Europa”. Se puede ampliar información en el apartado 3.6 del primer capítulo de esta tesis.

<sup>261</sup> General Declaration of Common Purpose. Bonn, 26 February 2007.

otro hecho importante, que la colaboración entre las dos grandes emisoras internacionales DW y RFI ya había superado con creces la madurez y se había llevado a la práctica a través de la realización de tres programas radiofónicos conjuntos: *Network Europe* (producido en inglés), *Treffpunkt Europa* (elaborado en alemán) y *Accents d'Europe* (emitido en francés).

Los responsables de ambas emisoras redactaron una memoria conjunta explicando los detalles de esta colaboración y se lo enviaron a la Comisión Europea como manifestación del trabajo que ya estaban realizando, aunque el Gobierno comunitario ya lo conocía porque dos años antes las dos radios habían optado a la oferta pública de financiación para programas de radio publicada en 2005 (APCAV 2005<sup>262</sup>). Al fin y al cabo, una de las vías para establecer la colaboración entre la Comisión y los medios de comunicación era (y es) a través de convocatorias públicas de ayudas. En el caso de la APCA 2005 era para programas de radio europeos y la financiación que cubría la institución era, como máximo, del 50% del proyecto con una cuantía límite de 100.000 euros.

En base a esa oferta pública de 2005 se planteó otra similar convocada en 2007 que fue la que ganó la red de radios europeas llamada posteriormente Euranet. La propuesta del grupo de radios a la segunda convocatoria había tomado como referencia los programas que habían gustado en la Comisión (*Network Europe*, *Treffpunkt Europa* y *Accents d'Europe*) y en torno a ellos se elaboró todo el proyecto.

No obstante, había diferencias importantes entre las dos convocatorias. En primer lugar, la duración. Mientras que la primera acotaba a un máximo de un año el apoyo financiero de las instituciones comunitarias para realizar programas comunes, en el caso de la de 2007 se había diseñado una oferta plurianual que se prolongaría anualmente hasta un máximo de cinco. La financiación se elevó hasta los 5,8 millones de euros al año durante todo el periodo.

---

<sup>262</sup> Call for proposals 2005 from the audiovisual unit (APCAV 2005). Co-financing radio programmes. Technical specifications.

Aunque en febrero de 2007 todavía no se conocían los detalles de la oferta pública, los primeros socios de la red europea de radios liderados por DW y RFI decidieron reunirse antes de que se convocara e ir así abonando el terreno. De aquel encuentro salió la carta de adhesión redactada en Boon en la que los socios adquirieron el compromiso de empezar a impulsar el proyecto y optar a la futura convocatoria de servicio público que esperan para no mucho más tarde.

“Está en el interés de todas las partes consolidar el proyecto, aumentando el número de participantes y beneficiándose de una emisión única y de la diversidad cultural<sup>263</sup>.”

La fórmula que encontraron para asociarse fue la del consorcio de empresas ya que se trataba de una figura legal que suponía por un lado, un punto de equilibrio entre el compromiso de los socios, y por otro, tenía la suficiente consistencia como para reafirmar la intención de las emisoras de hacer, desde la seriedad, algo juntos.

Aunque más adelante se explicará con detalle, lo cierto es que desde el mismo arranque del proyecto siempre estuvo en la mente de los socios la creación de una empresa de radios independientes porque entendían que podría ser la mejor fórmula para prestar el servicio por el que serían contratados por la Unión Europea; no obstante, esta idea se desechó inicialmente porque los socios no sabían todavía si el proyecto iba a funcionar o si la Comisión Europea convocaría la subvención que de forma extraoficial conocían ya algunos de los socios.

Ante ese panorama creyeron que lo mejor era asociarse en torno a la figura de un consorcio y empezar a trabajar. Se trataba de una fórmula más flexible que, aunque no era un contrato propiamente dicho el que se firmaba entre las partes, sí que reflejaba la relación contractual que querían mantener las radios basada en una serie de compromisos recíprocos y que, a la vez, reflejaba la postura de fuerte de unión entre

---

<sup>263</sup> General Declaration of Common Purpose. Bonn. 27 de febrero de 2007. Pg. 1.

los socios. Lo que buscaban era trasladar la imagen de colaboración real, de que el compromiso de las radios iba más allá de la simple cooperación formal. Y al final, así lo recogieron también en su Declaración Común.

“En el caso de que la Unión Europea invite a los socios a presentarse a una oferta, las partes lo harán con un espíritu abierto, constructivo y comprometido. Para permitir y facilitar la comunicación e intercambios con la UE, los socios establecerán un Acuerdo de Consorcio<sup>264</sup>”.

En esa declaración conjunta, los socios asumieron además otra serie de compromisos recogidos igualmente en la carta de intenciones que tendrían que ser compartidos también por los participantes que se fueran sumando al proyecto en el futuro. Como se verá después, aunque Euranet nació formalmente con quince emisoras unidas y otra siete asociadas, en el acuerdo que adquirirían con la Comisión Europea se contemplaba la incorporación de nuevas empresas radiofónicas (públicas o privadas) hasta completar las 23 lenguas oficiales de la Unión Europea.

La reunión de Boon de principios de 2007 supuso el inicio de una colaboración conjunta entre distintas empresas radiofónicas de diversa naturaleza, que acordaron empezar a cooperar y a trabajar de manera conjunta en la creación de programas radiofónicos de alta calidad producidos entre todos. Los pilares de ese trabajo en equipo, a sugerencia del propio grupo, debían ser la defensa cerrada de la integridad profesional, la calidad editorial y la diversidad de cobertura, aunque a estas tres consideraciones iniciales se sumaría una más en el momento de constituir el consorcio unos meses después, la independencia política y comercial<sup>265</sup>.

Los miembros eran conscientes de que la naturaleza de cada uno de ellos era distinta y de que las posibilidades de participación en la apuesta común también lo eran. No

---

<sup>264</sup> *Ibidem*. Punto 4.

<sup>265</sup> European Radio Project. Creation of a European radio network. Draft Consortium Agreement. Los Estatutos del Consorcio se firmaron en la reunión que mantuvieron las emisoras socias el 25 de julio de 2007 en Bruselas aunque el borrador del documento se redactó una semana antes.

obstante, y lejos de ser considerado este hecho como un problema, reconocieron que la diversidad terminaría enriqueciendo el proyecto y que cada uno de ellos debía aportar lo máximo que pudiera. De hecho, en torno a esa máxima se fue construyendo el proyecto y cada uno de los socios asumía la parte que le correspondía en base a una contribución equilibrada de cada uno de ellos que tenía en cuenta su capacidad individual, su habilidad y su experiencia.

Los nuevos socios buscaron, además, desarrollar su espíritu emprendedor a través de una serie de estructuras operativas dinámicas y activas, y una gestión que resultara ágil y eficiente<sup>266</sup>. No tardarían en ponerse manos a la obra en este sentido a partir de la creación de distintos grupos de trabajo con la vista puesta en sacar el proyecto hacia delante con eficiencia y satisfacer los plazos y expectativas de la UE<sup>267</sup>.

Este fue el marco general en el que se estrechó la colaboración entre las radios fundadoras de las cuales, no todas llegaron a participar finalmente en su puesta en marcha y, de hecho, algunas de ellas terminaron abandonando el proyecto antes de que empezara.

El embrión de la iniciativa se gestó con 15 empresas y algunas filiales de éstas, pero antes de la presentación oficial de febrero de 2007 a cargo de la vicepresidenta de la Comisión Europea, Margot Wallström, en una rueda de prensa en Bruselas, algunas ya habían abandonado la red y otras lo irían haciendo después.

Las radios fundadoras que firmaron la declaración de integración en el consorcio fueron: Deutsche Welle (Alemania); Radio France Internationale (Francia) que aportaba al proyecto otras tres emisoras más además de la francesa que fueron RFI Rumanía, RFI Sofía y Europa Lisboa; RTBF (Bélgica); VRT Flander Info (Bélgica); Bulgarian National Radio (Bulgaria); Radio Praha (República Checa); Radio Budapest Internacional (Hungría); Radio Nederland Werenldomroep (Países Bajos); Polskie

---

<sup>266</sup> General Declaration of Common Purpose. Bonn. 27 de febrero de 2007. Punto 3.

<sup>267</sup> *Ibidem*. Punto 5.

Radio (Polonia) con su emisora regional Polskie Radio Szczecin (Polonia); Radio Romania International (Rumanía); Slovak Radio (Eslovaquia); Radio Slovenia International (Eslovenia); Catalunya Radio (España); Castilla y León Radio (España), y SR International (Suecia).

Las primeras que fueron abandonando el proyecto fueron SR Internacional que, a pesar de haberse mostrado muy activa en las reuniones iniciales, se vio obligada a salir porque la legislación sueca le impedía participar en un proyecto que tuviera fondos públicos y europeos; VRT Flander Info, que había participado también en algunos encuentros pero, por razones que no han trascendido, no pudo continuar; Radio Budapest International, que se mantuvo al principio pero abandonó cuando ya se había firmado el contrato al parecer por falta de coordinación interna como habían explicado en una carta que enviaron a los responsables del proyecto, sin detallar nada más; y Catalunya Radio, que no consiguió implicar a sus grandes directivos y terminó desechando la idea. Ninguna de estas emisoras llegó a emitir programación de Euranet porque su abandono del proyecto se produjo antes de que el 1 de abril de 2008 se pusiera en marcha Euranet.

La presentación oficial de la red de radios europeas, conocida todavía como European Radio Project (E.R.P), tuvo lugar en una rueda de prensa celebrada en la Comisión Europea el 26 de febrero de 2008 en la que participaron los dos máximos responsables de la red, Antoine Schwarz y Erik Bettermann, junto con la vicepresidenta de la Comisión, Margot Wallström.



Antoine Schwarz, Margot Wallström y Eric Bettermann en una imagen de la rueda de prensa celebrada en Bruselas el 26 de febrero de 2008.

La red se presentaba ante los medios de Bruselas como una “experiencia única<sup>268</sup>” que contribuiría a enriquecer la percepción de los asuntos comunitarios que se tenía hasta el momento. Los periodistas desplazados a la capital europea se acercaron al proyecto a través de un audiovisual elaborado por las emisoras en el que se presentaba a cada uno de los socios y se adelantaba el sistema de trabajo que pondría en marcha la red unas semanas después, a partir del 1 de abril de 2008.

El compromiso era difundir a diario programas elaborados con contenidos europeos de entre treinta y sesenta minutos en diferentes formatos: entrevista, diarios, magazines, etc que empezaría sonando en diez idiomas pero que gradualmente irían incrementando su espectro sonoro hasta completar las entonces 23 lenguas oficiales de la UE.

---

<sup>268</sup> Nota de prensa difundida entre los medios el 26 de febrero de 2008 titulada *Europa en las ondas: puesta en marcha de una red de radios europeas*.

Los máximos responsables de DW, Eric Bettermann, y RFI, Antoine Schwarz, destacaron en sus intervenciones la experiencia única y el enriquecimiento que supondrían las aportaciones y las visiones complementarias de los socios del consorcio para proporcionar a los ciudadanos de los veintisiete países de la UE una programación viva y documentada sobre las cuestiones relativas a Europa<sup>269</sup>.

El proceso de adhesión de emisoras no fue una tarea fácil. Al abandono de algunos socios se sumaba el retraso o la incomprensión por parte de los directivos de algunas empresas para sumarse a la idea de hacer programación europea. Uno de estos casos fue el de la RAI italiana con la que Erlends Calabuig y Petra Kohnen mantuvieron varios contactos a través de diferentes interlocutores pero sin conseguir que al final la idea del proyecto llegara hasta el director general, con lo cual, el resultado fue que E.R.P nació sin un socio italiano. Dos años después, el grupo unió a Radio 24 Sole como socio italiano.

Esto último era algo muy común en el seno de las grandes emisoras y, de hecho, como se verá más adelante, avanzado ya el proyecto y tras haber sufrido importantes cambios internos en las grandes radios que pudieron poner en peligro la estabilidad de la iniciativa europea, Euranet decidió acabar con el problema y pasar de ser un consorcio de radios a un Grupo de Empresas Europeo (EEIG). De esta forma se evitaba que la incomprensión de los nuevos directivos cuando hubiera cambios en la cúpula de una emisora, o los problemas internos de algunas de ellas pudieran desestabilizar el avance de la red de radios.

---

<sup>269</sup> *Ibidem*.



## 1.4. Los primeros estatutos: organización y compromisos

### 1.4.1. De 12 radios fundadoras a 23 del final del proyecto

Reunidos en las instalaciones de la RTBF en Bruselas (Bélgica) el 25 de julio de 2007, las 16 emisoras de 12 empresas fundadoras<sup>270</sup> del entonces European Radio Project (ERP) se constituyeron oficialmente en consorcio y firmaron sus primeros estatutos basados en la declaración de intenciones que habían consensuado a principios de año en Bonn (Alemania). Representaban a emisoras de distinta naturaleza, de hecho algunas eran internacionales, otras nacionales, regionales o locales. Emitían en 13 países de la Unión Europea y contaban además con la colaboración de otras ocho emisoras socias que se habían sumado al proyecto desde sus orígenes. Estas últimas eran radios universitarias asociadas al consorcio.

Llegados a este punto, considero importante para entender la trascendencia del proyecto, hacer un comentario, si quiera breve, sobre las doce radios fundadoras del consorcio y el papel que jugó cada una de ellas dentro de la red:

*Deutsche Welle* (DW). Es la radio internacional pública alemana que después incorporó servicios de televisión e internet. DW es una emisora de derecho público que se financia con recursos fiscales del Estado alemán cuyo presupuesto alcanzó, en el año 2012, aproximadamente 271 millones de euros. Cuenta con alrededor de 1.500 empleados fijos y cientos de autónomos de más de 60 países. Tiene además dos sedes en el país, una en Bonn y otra en Berlín, aunque sus emisiones no se escuchan en

---

<sup>270</sup> Aunque en la mayoría de los documentos públicos y publicados se habla de 16 emisoras como socias fundadoras de Euranet y cada una de ellas disponía de su propia autonomía, había algunas que se incluían dentro de un mismo grupo de comunicación y eran representadas legalmente en el máximo órgano de dirección por un miembro de la cabeza del grupo. Por este motivo yo lo considero una única socia fundadora de Euranet y hablo de 12 radios fundadoras. Es el caso de RFI Rumanía, RFI Sofía y Europa Lisboa que son filiales de RFI y por tanto, el director general de la radio francesa firmaba como representantes de los cuatro entes. Lo mismo ocurrió con Polskie Radio y Polskie Radio Szczecin. La segunda es una emisora regional de la primera y únicamente firmaba los contratos el máximo dirigente de Polskie Radio. No obstante, en la gran mayoría de los encuentros y en las reuniones del Board of Members acudía igualmente el representante de Radio Szczecin, Krzysztof Soska y a los encuentros del Comité Editorial, un miembro de Europa Lisboa que normalmente era Antonietta Costa.

Alemania. Como cadena de radio empezó a emitir el 3 de mayo de 1953 y desde 1980 lo hace en 30 idiomas, entre ellos el árabe, swahili, indonesio, ruso, inglés o español. La televisión de su mismo grupo se creó en 1992 y dos años después, en 1994, fue la primera cadena pública alemana en difundir sus contenidos por internet. En su página web aseguran que su público objetivo son personas de todo el mundo interesadas en Alemania y Europa, especialmente agentes multiplicadores y personas con capacidad de decisión, o a aquellos que lo serán en el futuro<sup>271</sup>. Al proyecto europeo ERP se sumó aportando grupos de trabajo de alemán, inglés, francés, español, polaco y esloveno y, como se ha visto anteriormente, esta empresa ya tenía experiencia y había apostado por hacer información europea desde hacía años. La colaboración con otras emisoras internacionales era constante y fue, junto con RFI, la emisora que promovió el nacimiento de Euranet.

*Radio France Internationale* (RFI)<sup>272</sup>. Es la radio internacional pública francesa que nació en 1931 bajo el nombre de Post Colonial como la primera radio de onda corta que se podía escuchar fuera de Francia y se convirtió en una herramienta de comunicación para los cien millones de expatriados franceses. Su actividad informativa está muy orientada hacia el norte de África y América latina desde que en 1975, financiada por el Ministerio de Asuntos Exteriores francés, empezó a emitir desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche en francés para la zona de influencia gala en África. A ello sumó otra hora en inglés para los anglófonos de ese continente y de forma paralela empezó a producir programas para las estaciones africanas. Posteriormente, empezaron a realizar otros programas en distintos idiomas que pudieran escuchar los cuatro millones de extranjeros que por entonces vivían en Francia. RFI se convirtió en una sociedad independiente aunque ligada a Radio Francia en 1986, después de que el Parlamento francés aprobara una resolución de independencia el 30 de septiembre de ese año. A partir de 1995 se transformó en una emisora de radio de información continua. Con el paso del tiempo fue contando con una red de emisoras repartidas por varios países de la Unión Europea entre las que se

---

<sup>271</sup> <http://www.dw.de> (24 de julio de 2013)

<sup>272</sup> <http://www.rfi.fr> (24 de julio de 2013)

encontraban RFI Rumanía, RFI Sofía o Europa Lisboa, con las que se presentó al proyecto europeo. En los últimos años ha sufrido un recorte importante, que ha reducido el número de departamentos lingüísticos, y se ha deshecho de algunas emisoras como por ejemplo Europa Lisboa como consecuencia de un proceso de renovación interna que terminó en la fusión con France 24, la cadena de televisión pública internacional francesa.

*Radio Netherlands Wereldomroep (RNW)*<sup>273</sup>. Es la emisora internacional de los Países Bajos que sigue emitiendo por onda corta, satélite e internet aunque cuenta con algunas otras emisoras asociadas en varios países. Fue fundada en 1947 con el ánimo de llegar a los compatriotas que vivían en las colonias holandesas. Empezó emitiendo en holandés, español, inglés e indonesio, y luego sumó el árabe y, durante un periodo muy corto de tiempo, dirigió también sus emisiones a Sudáfrica. En 1969 inició su programación en francés y en 1974 en portugués para Brasil. Sin embargo la reorganización interna a la que se sometió la radio en 2012 se saldó con la desaparición de la producción en esos idiomas. Ahora se mantienen algunas emisiones en inglés, que son transmitidas por la compañía WRN Broadcast, y la gran mayoría de la programación que siguen realizando se escucha a través de internet. RNW posee un canal propio en You Tube. Cuando RNW se presentó al proyecto ERP, lo hizo como radio productora, no como emisora de información y colaboraba en dos idiomas: inglés, del que fue coordinadora, y español. Al final terminó produciendo en holandés para Euranet y, como se verá en el siguiente apartado, protagonizó junto con DW una de las principales crisis de Euranet.

*Punto Radio Castilla y León*. Era el nombre comercial de la empresa Castilla y León Radio, propiedad del empresario leonés José Luis Ulibarri, que nació el 3 de septiembre de 2004 y desapareció el 15 de marzo de 2013. Es una radio regional y privada que en el momento en el que nació Euranet contaba con trece emisoras distribuidas por varias provincias de la comunidad de Castilla y León. Actualmente algunas han cerrado y otras han rescindido su contrato de colaboración. Además, ya

---

<sup>273</sup> <http://www.rnw.nl> (24 de julio de 2013).

no existe como Punto Radio Castilla y León sino como Castilla y León EsRadio gracias al acuerdo firmado a mediados de 2013 con la cadena de emisoras de Federico Jiménez Losantos. Castilla y León Radio forma parte del grupo de comunicación Edigrup, en el que se incluyen también cuatro periódicos locales y la mitad de la sociedad de Radio Televisión Castilla y León. Esta emisora ha realizado tradicionalmente programas de información europea en colaboración con el Parlamento Europeo y la Comisión y eso le valió, entre otras cosas, su entrada en Euranet.

*Polskie Radio S. A.*<sup>274</sup>. Es la radio nacional polaca, la segunda más antigua de las que conforman Euranet, después de Radio Praga. Fue fundada el 18 de agosto de 1925 aunque empezó a emitir unos meses después, el 18 de abril de 1926. Polskie Radio se forjó bajo el tutelaje del Komitet do Spraw Radiofonii, un ente público en el que también estaba la televisión polaca. Sin embargo, a diferencia del resto de las grandes emisoras, esta radio se separó de la televisión en 1992. Emite en seis canales: programa 1 (información y música que se puede escuchar a través de AM-LW, FM e internet); programa 2 (música clásica y cultura, que se emite a través de FM e internet); programa 3 (música alternativa, jazz, rock y eléctrico, difundido a través de FM e internet); programa 4 (orientación juvenil y educación, emitida a través de FM e internet); Radio Parlament (que retransmite los debates parlamentarios a través únicamente de la web), y Polskie Radio Esperanto (emite en esperanto y solo en internet). Además de esos canales nacionales ofrece también el servicio de información exterior a través de Polskie Radio dla Zagranicy, que es la emisora internacional oficial de Polonia. A ello suma otras 17 emisoras regionales entre las que se encuentra Polskie Radio Szczecin S. A. que fue otra de las emisoras fundadoras de Euranet aunque terminó abandonando el proyecto un año antes de que concluyera. Polskie Radio Szczecin es, como se ha dicho, una emisora regional que durante la vida de Euranet creó una segunda frecuencia orientada a la población juvenil y dedicada a la información cultural.

---

<sup>274</sup> About us. Euranet programmes 2012.

*RTBF* (Radio Télévision Belge de la Communauté Française)<sup>275</sup> es la radio pública belga de habla francesa que cuenta con seis emisoras (cinco nacionales y una internacional), tres televisiones y una página web. Se creó en 1977 como una empresa de servicio público financiada con el dinero de los contribuyentes aunque posteriormente se la autorizó a emitir publicidad no comercial inicialmente, y cuatro años después, en 1989, todo tipo de publicidad. En 1997, por decreto, fue investida como una empresa autónoma de carácter cultural bajo el objetivo de “promover particularmente la cultura de la comunidad francesa de Bélgica y su comunidad internacional francófona”. Desde el año 2008 que se unieron en un mismo espacio las redacciones de la radio, la televisión e internet de la RTBF, la cadena apostó por hacer una información más transversal y eso se ha reflejado también en su participación en Euranet cuya entrada se circunscribió únicamente al idioma francés.

*Bulgarian National Radio* (BNR)<sup>276</sup>. Es la radio pública de Bulgaria que cuenta con dos emisoras nacionales que emiten las 24 horas (Horizont –información y música-, y Hristo Botev –canal de cultura y educación-), siete canales regionales y uno internacional que emite en once idiomas. Emplea a 1.500 personas y cuenta además con una amplia red de corresponsales para sus emisoras regionales, nacionales e internacional. Es la emisora líder en el país, según las encuestas de audiencias, y se ha mantenido siempre abierta desde que empezaran a sonar las primeras emisiones en junio de 1930. Su participación en Euranet concentró trabajos en búlgaro (producían y emitían), alemán, francés, inglés y español. De hecho, y a pesar de los problemas internos que atravesó durante los cinco años del proyecto debido a su escaso presupuesto y falta de medios, BNR fue una de las radios más activas y comprometidas con el proyecto. La situación de crisis condujo a los directivos de la radio a clausurar las emisiones por Onda Media y la mayoría de sus producciones en lenguas extranjeras solo se pueden escuchar a través de la web.

---

<sup>275</sup> <http://www.rtb.be>

<sup>276</sup> <http://www.bnr.bg> (24 de julio de 2013) y About us. Euranet programmes 2012.

*Czech Radio Praha*<sup>277</sup>. Es la radio pública nacional de la República Checa. Dispone de cuatro canales nacionales y una red de emisoras regionales en el país. Cuenta, además, con un servicio internacional que emite en seis idiomas, pero en el que única y exclusivamente se difunde información sobre la actualidad checa, y en algunas zonas lo hacen a través de emisoras asociadas, como por ejemplo en América Latina. La apasionante historia de la emisora más antigua de cuantas forman parte de Euranet empezó el 18 de mayo de 1923 con las primeras emisiones diarias de una hora de duración. Pronto entendieron las autoridades del país que era necesario aprovechar la potencialidad de la onda corta y empezar a emitir en el extranjero, por eso, en los años 30 empezaron a utilizar la radio como instrumento de propaganda del Estado en países como Alemania, Hungría, Italia o la URSS. Las emisiones se ralentizaron durante la II Guerra Mundial aunque inmediatamente después se reanudaron en 18 idiomas. En 1948 la Radiodifusión Checoslovaca fue nacionalizada y años después, en 1965, y teniendo en cuenta el reparto mundial que había surgido después de la guerra, Radio Praga fue reorganizada con el objetivo de agrupar las diferentes secciones que habían existido hasta el momento en tres nuevos grupos: la sección de las transmisiones para los países capitalistas, la sección de las transmisiones para los países socialistas y la Redacción Central, que seguiría encargándose de la elaboración de los comentarios y noticias en checo. La caída de los regímenes comunistas marcó también de una forma especial la vida de esta radio y de hecho, durante algo más de un mes, entre el uno de abril y el siete de mayo de 1990 Radio Praga no salió al aire salvo las retransmisiones en checo y eslovaco. El motivo fue la necesidad de redactar los estatutos de la nueva radio que se encontraba con la democracia después de cuarenta años de comunismo. Sin embargo, la crisis económica obligó a los responsables de la emisora a suspender, después de 75 años, las emisiones en onda corta. La colaboración de Radio Praga con programas europeos se remonta a los años noventa y de hecho fue una de las emisoras que participaron en *Radio E*, junto a DW y RFI. Entraron en Euranet como radio productora no emisora y colaboraron en cuatro idiomas: inglés, alemán, francés y español como explica en un correo electrónico remitido a la autora de la tesis el responsable de esta emisora en Euranet, Gerald Schubert.

---

<sup>277</sup> <http://www.radio.cz> (24 de julio de 2013)

*Skai Radio*<sup>278</sup>. Es la emisora nacional privada líder en información en Grecia y emite en Atenas desde 1989, cuando se liberalizó el mercado de las telecomunicaciones en Europa. Todas las emisiones se hacen en directo y cuenta con una plantilla de más de un centenar de trabajadores. Tiene una trayectoria de colaboración internacional bastante importante porque ha trabajado con la BBC y Voice of America, además de ser el único miembro heleno que ha participado en Euranet. Lo hizo como emisor y productor de programas en griego.

*Hungarian Radio* (Magiar Radio). Es la emisora pública y nacional de Hungría. Se creó en 1925 y, posteriormente, incorporó al grupo de comunicación la televisión pública magiar. Su participación en Euranet fue más bien escasa porque únicamente firmó su incorporación al consorcio, pero no llegó a empezar las emisiones del proyecto.

*Radio România International* (RRI)<sup>279</sup>. Es la emisora internacional pública de Rumanía, pertenece a la radiodifusión pública del país y actualmente emite en once idiomas o dialectos extranjeros. Nació, aunque de manera experimental como una emisora musical en 1927, pero un año después ya se convirtió en la radio oficial del país. No obstante, durante toda su existencia ha prestado una especial atención a la música, especialmente a la ópera. Sus emisiones internacionales se remontan a principios de los años 30 cuando emitían quince minutos diarios en inglés y francés antes de la medianoche. En 2004 creó dos emisoras de radio para el extranjero (RRI 1 y RRI 2) y entre sus intereses informativos incluye, además de Rumanía, el resto de Europa y varias zonas urbanas de Estados Unidos. Su aportación a Euranet la ha convertido en una de las emisoras más activas del proyecto y junto con la producción y emisión de la programación en rumano para el grupo, RRI sumó alemán, inglés, francés y español en su participación al proyecto.

---

<sup>278</sup> <http://www.skai.gr> (24 de julio de 2013)

<sup>279</sup> <http://www.rrr.ro> (24 de julio de 2013)

*Radio Slovenia International* (Radio SI)<sup>280</sup>. Es el cuarto canal de la radiotelevisión eslovena y emiten programación tanto para la diáspora eslovena como para los extranjeros que residen en el país a través de FM, además de por satélite e internet. Dedicar el 85% de su programación a los grandes éxitos musicales y el resto a información. Forma parte de la Radio Televisión Eslovena, más conocida como RTVSLO y se fundó en 1928. El grupo formó parte de la radiotelevisión yugoslava hasta que el país se independizó en 1991. La RTVSLO es una empresa pública estatal, controlada por un Consejo de Programación nombrado entre la Asamblea nacional y distintos estamentos de la sociedad civil durante un mandato de cuatro años. Este consejo elige al director general que después debe ser ratificado por el Parlamento.

Como se puede observar, prácticamente todas las emisoras que formaron Euranet son radios internacionales y públicas con la excepción de la representante española y griega, que son privadas. Cuentan además con una posición privilegiada en el espectro audiovisual de sus respectivos países de origen como miembros de grupos de comunicación más amplios, si bien es cierto que en un porcentaje muy alto emiten su programación para los ciudadanos que viven en el extranjero. Respecto a la financiación, prácticamente todas, excepto de nuevo la española, la griega o la belga, se nutren fundamentalmente de los fondos del gobierno de cada país a través de la recaudación de un impuesto especial entre la ciudadanía como es el caso de las emisoras polacas o la radio rumana.

Fue precisamente esa disparidad en la naturaleza de las emisoras socias lo que condujo a la dificultad en el arranque de un proyecto como este. El desconcierto llegó a ser tal que la propia presentación de la documentación suponía un problema para algunas de las empresas que querían formar parte del mismo. Varios socios de la red<sup>281</sup> recuerdan que lo más complicado de estos primeros momentos fue hacer que todas las emisoras entendieran los mismos documentos que debían aportar para ser miembros del consorcio ya que la legislación nacional era diferente en cada uno de los

---

<sup>280</sup> <http://www.rtvsllo.si> (24 de julio de 2013)

<sup>281</sup> Entrevista a Eugen Cojocariu, director de RRI, realizada por la autora el 18 de noviembre de 2013.



países. Había documentos que existían en un país y no en otro, o que se llamaban de diferente manera y, al final, los técnicos del proyecto tuvieron que coordinar toda la documentación y plantear lo mismo a todos los socios. Este hecho se podría entender ya como el primer paso para la colaboración entre colegas y el esfuerzo común que era la filosofía que auspiciaba la propuesta de la Comisión.

Junto a estas 12 radios socias que se han detallado anteriormente, Euranet incorporó otro grupo de miembros reunidos en torno a lo que se denominó el Círculo Universitario del que formaron parte las emisoras universitarias alemanas Hochschulradio (Aachen University); Campus Radio (Bonn University) y Tide Radio (Hamburg Media School); las francesas Eur@dio Nantes (Student European Radio) y Radio Campus (Paris Universities); la finlandesa Radio Moreeni (Tampere University); la británica CUR 1350 (Cambridge University) y la polaca UniRadio (Wroclaw University). Cada una de ellas emitía en varios idiomas.

Con todo, sumando radios socias y emisoras colaboradoras, Euranet se convirtió en una red de radios oficiales y emisoras universitarias que coordinaban su trabajo en común en base a un esquema de contenidos elaborado a partir de los criterios que se recogían en la oferta audiovisual que la Comisión Europea publicó en 2005<sup>282</sup>.

El formato de los programas respondía a tres modalidades. La primera, las denominadas *European News* o informaciones diarias de unos cinco minutos sobre la actualidad política, económica o social europea. Era lo más parecido a un boletín informativo de radio. En segundo lugar, las *European Keys* o programas especiales sobre determinados asuntos concretos relacionados con la actualidad comunitaria que exigía un análisis más profundo de los asuntos y tenía una duración de entre cinco y diez minutos. Y, finalmente, los *European Magazine*, que eran programas de hasta media hora de duración con reportajes, entrevistas, análisis, etc. Junto a ello, pero solo en el caso del proyecto específico de Euranet se incluyó una cuarta modalidad, los

---

<sup>282</sup> Call for proposals 2005 from the audiovisual unit (APCAV 2005). Co-financing radio programmes. Technical specifications. Pag. 4

*European Live*, que eran programas especiales en directo y realizados por los socios de manera conjunta.

Así fue como nació Euranet, con 12 emisoras y las ocho radios universitarias que germinaron el proyecto, pero que poco a poco fueron ampliando el círculo. Su evolución terminó, cinco años después, abrazando a 23 radios para cubrir toda la amalgama lingüística que la red había comprometido con la Comisión Europea. En 2012, sus programas sonaban en los 23 idiomas oficiales de la UE y el proyecto se seguía nutriendo de una serie de radios de distinta naturaleza.

De las 12 radios fundadoras que se han detallado, se mantuvieron hasta el final todas menos *Deutsche Welle*, *Hungarian Radio*, *Europa Lisboa* y *Polskie Radio Szczecin*, por eso, para completar las emisiones en todas las lenguas comunitarias, Euranet fue incorporando las siguientes cadenas.

Para cubrir el hueco que DW había dejado en Alemania, Euranet captó a AMS (Radio und Media Solutions)<sup>283</sup>, el servicio central de información para siete emisoras locales de la región de Westfalia (Alemania) que son *Radio Bielefeld*, *Radio Gütersloh*, *Radio Herford*, *Radio Hochstift*, *Radio Lippe*, *Radio WAF* y *Radio Westfalica*. Son emisoras que se financian íntegramente con la publicidad y que suman unos 150 trabajadores. Emiten las 24 horas del día y entre el 35% y el 65% de su programación se nutre de música “para adultos” y de actualidad local (entre seis y diez horas al día). El resto de la jornada se completa con la programación de NRW que es otra emisora que provee de contenidos a 45 emisoras locales alemanas. Según las estadísticas MA Radio 2011, las siete emisoras locales de AMS sumaban en torno a un millón de oyentes. Su contribución a Euranet se centró en producir y difundir programas en alemán, inglés, polaco y francés.

---

<sup>283</sup> About us' 2012.

La entrada de una radio británica en el proyecto europeo se consiguió gracias a la incorporación de *Community Media Association (CMA)*<sup>284</sup> que es un grupo de radios y televisiones agrupadas bajo el mismo paraguas de la comunicación que emiten en el Reino Unido y que reúne a unas 600 organizaciones. Trabajan 20.000 voluntarios a tiempo completo y cuentan con una audiencia potencial de 15 millones de personas. Diez de esas emisoras participaron en Euranet, nueve de ellas con programación en inglés y otra en gaélico.

Por otro lado, y aunque ya se contaba con una emisora griega, el proyecto consideró importante sumar a Euranet una radio chipriota, garantizando así su difusión en ese país. Por eso se incorporó *Cyprus 107,6 Radio*, una radio de noticias e información nacional e internacional con sede en Nicosia que emite únicamente en griego y a la que las encuestas nacionales dan el 8% de la audiencia del país<sup>285</sup> y cuenta con un público objetivo formado principalmente por jóvenes de entre 25 y 45 años.

En cuanto a garantizarse la presencia de Euranet en los países de nueva incorporación, la dirección del proyecto sumó, por un lado, a *Latvijas RaSio* (Radio Latvia LR), la radio nacional pública que emite en Letonia desde 1925. Dispone de cuatro canales de emisión, el 1, para información y noticias; el 2, para música popular del país; el 3, para música clásica, y el 4, que emite una programación en otros idiomas, entre ellos, el ruso y el de algunas minorías del país. Su participación en Euranet garantizó la difusión en letón.

De la misma manera, para difundir y producir en eslovaco, se sumó a la red *SiTy Radio* que es una de las emisoras más jóvenes que han participado en Euranet, de hecho, empezó a emitir en 2004 desde el centro de Bratislava (Eslovaquia). Por otro lado, la presencia estonia se garantizó con la incorporación de *Sky Media*, la mayor radio privada de Estonia que reúne cinco emisoras con capital 100% del país y que emplea a unas 80 personas y se asegura una audiencia de 300.000 oyentes. Y por

---

<sup>284</sup> Ibidem.

<sup>285</sup> Ibidem.

último, en Lituania, se sumó a Euranet *Žinių Radijas* (Radio Noticias), una emisora privada que ofrece noticias cada 20 minutos en Lituania y que nació en marzo de 2000.

Para completar la red y los 23 idiomas oficiales, Euranet se garantizó la emisión en italiano gracias al acuerdo con *Radio 24 Il Sole*, una radio privada y generalista que emite desde Roma y Milán aunque cubre todo el país italiano. En Dinamarca, contactaron e incorporaron a *Radio Mælkebøtten*, una radio local, no comercial, que produce todo tipo de información: local, regional, nacional e internacional. Y finalmente, atrajeron a *Radio Nostalgia*, una radio que emite en Lisboa y que contribuyó con tres programas a Euranet en portugués. Esta emisora tomó el relevo a *Europa Lisboa* que abandonó el proyecto.

Finalmente, las dos últimas emisoras en incorporarse oficialmente a la red fueron la finlandesa y la maltesa. *Radio Moreeni*<sup>286</sup> es una radio local propiedad de la Universidad de Tampere y fue la primera radio universitaria de Finlandia desde 1989. Fue además una de las primeras colaboradoras de la red de radios universitarias que empezó a formar parte de Euranet desde el principio, en 2007, aunque después amplió su colaboración con la red ya que esta emisora no es solo una radio universitaria sino que también es una radio profesional que ofrece información al resto de la gente. La mayoría de su producción es en finlandés pero también emite en ruso, en alemán y en inglés. No tiene publicidad y su mantenimiento se sustenta en la venta de programas propios. Su incorporación a la red de emisoras de Euranet se realizó en base a colaborar produciendo en finlandés y se convirtió en una de los últimos socios del grupo a finales de 2011.

*Radio Malta* fue la última emisora incorporada a Euranet y lo hizo durante el primer trimestre de 2012. Fundada en 1935, forma parte de la compañía estatal de televisión y emite información, deportes, magazines, etc, aunque también retransmite las sesiones parlamentarias. La gran mayoría de los programas se producen en maltés, pero

---

<sup>286</sup> [http://moreeni.uta.fi/English\\_Info](http://moreeni.uta.fi/English_Info)

también hay algunos que se pueden escuchar en inglés. No obstante, su colaboración en Euranet se selló únicamente en su lengua materna.

Con todo este crisol de emisoras, Euranet cumplió su compromiso de cubrir en cinco años los 23 idiomas oficiales de la Unión Europea y se consolidó como la primera red de radios europeas que había garantizado la interacción comunicativa y la difusión de programas desde una óptica paneuropea.

#### 1.4.2 La organización interna de E.R.P (European Radio Project)

Con el proyecto ya en marcha y confirmado un grupo importante de radios dispuestas a colaborar, los socios organizaron un encuentro en Valladolid a finales de noviembre de 2007. La cita sirvió para que los miembros de la red crearan una estructura de funcionamiento y gestión cuya regulación se incluyó en los primeros estatutos del grupo. Este esquema estaba formado por la Asamblea General (*Board of Members*); el Comité de Dirección (*Management Committee*) y el Comité Editorial (*Editorial Committee*) cuyas decisiones deberían ser acatadas y respetadas por todos los miembros del consorcio<sup>287</sup>.

El *Board of Members*<sup>288</sup> (*BoM*) estaba formado por un representante de cada una de las emisoras socias y era el máximo órgano de dirección del consorcio. Entre sus funciones se incluyeron la de aprobar el presupuesto anual, elegir a los nuevos miembros y renovar a los miembros del *Management Committee*. Los Estatutos decían, además, que debían mantener al menos dos reuniones al año en distinto país.

El *Management Committee*<sup>289</sup> (*MC*) era el órgano permanente del consorcio. Estaba formado por tres representantes elegidos por el *BoM* y los dos CEO (Chief Executive

---

<sup>287</sup> European Radio Project. Creation of a European radio network. Draft Consortium Agreement. Artículo 5.3.

<sup>288</sup> *Ibidem*. Artículo 7

<sup>289</sup> *Ibidem*. Artículo 8

Officer), el de RFI y el de DW, estos dos últimos con carácter permanente durante los primeros años aunque después, con la modificación de los estatutos que se aprobaron unos meses más tarde, esto cambió. Dentro del *MC*, el CEO RFI (Erlends Calabuig) sería el encargado de las cuestiones financieras y el CEO DW (Petra Kohnen) de las cuestiones editoriales<sup>290</sup>. El resto de los miembros se iría renovando anualmente en función de las necesidades del grupo.

El primer *Management Committee* fue elegido a finales de noviembre de 2007, en Valladolid, y allí se seleccionaron a tres emisoras para que se encargaran de las cuestiones técnicas de la puesta en marcha del proyecto, y por otro lado, del marketing. La votación no se resolvió por unanimidad<sup>291</sup>. De hecho se registraron tres abstenciones y dos votos en contra. La propuesta que había formulado previamente el director general del *RNW*, Jan Hoek, en la que sugería que formaran parte de este comité las radios que representaban a los cinco Core Languages, salió respaldada por ocho votos y confió a *Polskie Radio* las tareas de desarrollo de la plataforma técnica para el intercambio de contenidos entre emisoras; a *RNW*, la puesta en marcha de la página web del proyecto, y a *Punto Radio Castilla y León*, el marketing del grupo. De esta forma se cumplía la sugerencia de los Core Languages: inglés (*RNW*), francés (CEO RFI), alemán (CEO DW), español (*Punto Radio Castilla y León*), y polaco (*Polskie Radio*).

El *Editorial Committee*<sup>292</sup> (*EC*) era el grupo encargado de las cuestiones editoriales y de contenido del consorcio. Estaba formado por diez miembros ejecutivos que fueron elegidos por unanimidad por los integrantes del *BoM* reunidos a finales de noviembre de 2007 en Valladolid, de los cuales la mitad tenían que ser los representantes de los cinco Core Languages o idiomas principales (inglés, francés, español, alemán y

---

<sup>290</sup> Como se verá más adelante, este punto será uno de los que se modifiquen a lo largo de la vida de Euranet debido a una serie de cambios internos que obligarán a los miembros del consorcio a desligar la emisora del cargo.

<sup>291</sup> De la reunión celebrada los días 21 y 22 de noviembre en Valladolid se levantó un acta que los socios pudieron ver publicado en <http://www.extraconfidencial.com/articulos.asp?idarticulo=240> en el que se recogieron las conclusiones del encuentro.

<sup>292</sup> Artículo 9 de los Estatutos de julio de 2007

polaco). El resto de socios, a mayores de los diez iniciales, se sentaban en el EC como observadores.

La primera labor del *EC* fue adaptar la Carta Editorial que se adjuntaba en el contrato de servicio firmado con la Comisión Europea y que aparece recogida en el artículo I.9 del contrato, a las necesidades y propuestas del ERP. Posteriormente, y coincidiendo con algunos eventos organizados por Euranet en los años sucesivos, la Comisión incluyó el extracto de la carta en el marketing promocional que se repartía en esos actos. Así se hizo, de hecho, en el primer gran acto comunitario de Euranet que se celebró en el Parlamento Europeo el 12 de noviembre de 2008 y del que se hablará más adelante en esta tesis.

Del *EC* colgaban los *Working Groups (WG)*<sup>293</sup> o grupos de trabajo, cada uno de ellos organizado en torno a un idioma y formado por las radios que colaboraban en la misma lengua. Si hubiera que definirlos de alguna manera, bien se podría decir que eran el eslabón productor, el que elaboraba los programas que el consorcio había comprometido con la Comisión Europea y que se dividían en cinco tipos de programas<sup>294</sup>. En primer lugar las *European News*. Eran espacios informativos en los que se cubría la actualidad europea desde todos los enfoques posibles y que se retransmitían con una cadencia diaria a través de todas y cada una de las emisoras participantes. En segundo lugar, los *European Magazine* o programas más reportajeados y específicos en los que se abordaban temas más concretos y de una forma más distendida. No todas las emisoras se apuntaron a este tipo de programación. En tercer lugar, *European Interactive* que se construían a partir de entrevistas o análisis de expertos que se centraban en determinados temas concretos, siempre con la actualidad europea como eje conductor. En cuarto lugar, *European Keys*, que eran programas específicos sobre un determinado asunto, que solían estar hechos por prácticamente todos los socios del consorcio, y cuya producción era muy variada, podría incluir un reportaje, una entrevista, un informe, un análisis, etc. Y

---

<sup>293</sup> Artículo 10 de los Estatutos de 2007

<sup>294</sup> Artículo 10 de los Estatutos de 2007

finalmente, *European Live* o programas en directo retransmitidos por las distintas emisoras.

Uno de los requisitos fundamentales para dar por bueno este tipo de producción era que tenían que abordar los asuntos comunitarios desde una óptica paneuropea y ser elaborados a partir de la colaboración entre emisoras de un mismo *WG*. De ahí la importancia de estar bien coordinados y funcionar bien. La primera estructura de trabajo de estos grupos se presentó en la reunión que se celebró en Valladolid a finales del mes de noviembre de 2007 y fueron explicados por la que entonces era la máxima responsable de las cuestiones de contenido del consorcio, Petra Kohnen.

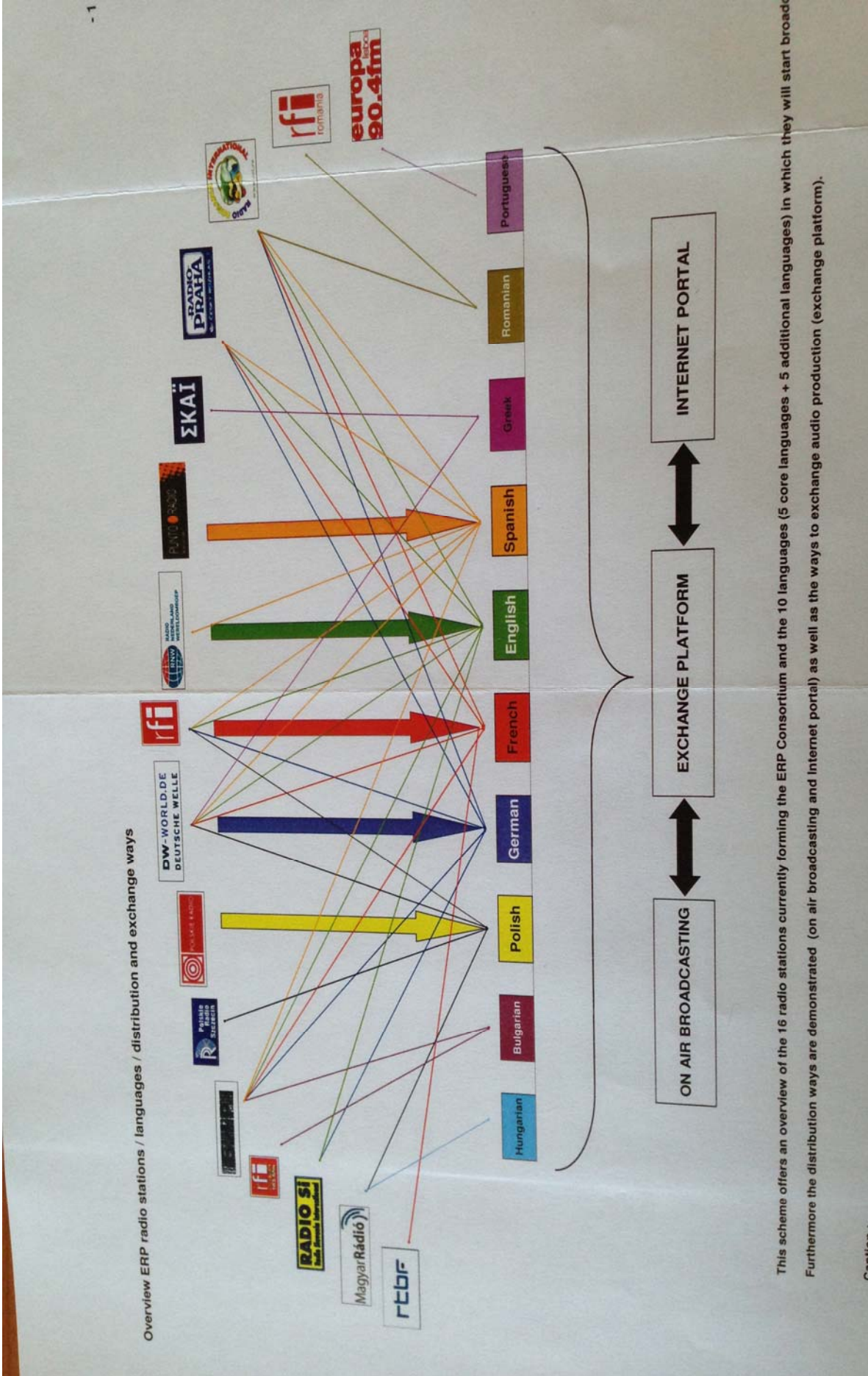
Según ese primer esquema, en cada uno de los grupos había un número diferente de emisoras que se habían comprometido a colaborar en la producción de un determinado idioma, quedando de la siguiente manera: En el Working Group alemán, liderado por DW, se incluyó a RFI, Bulgarian National Radio, Czech Radio, Hungarian Radio, Radio Romania International y Radio Slovenia International. En el WG inglés, coordinado por RNW, participaron DW, Bulgarian National Radio, RFI, Czech Radio, Radio Romania International y Radio Slovenia International. En el WG francés, dirigido por RFI, trabajaron DW, Bulgarian National Radio, Czech Radio, Radio Romania International y Radio Belge francophone international. En el WG español, liderado por Punto Radio Castilla y León, se incluyeron RFI, DW, Bulgarian National Radio, Czech Radio, RNW y Radio Romania International (esta última solo para difundir los programas, no para producir). Y finalmente, en el Working Group polaco, dirigido por Polskie Radio Warsaw, colaboraron Polskie Radio Szczecin, DW, RFI y Hungarian Radio.

Por otro lado, y junto con los cinco idiomas principales, denominados Core Languages, el resto de emisoras crearon otros grupos de trabajo en torno a otras lenguas. Fueron el grupo búlgaro (Bulgarian National Radio y RFI Sofía); el griego (Skai Radio y DW Greek); el húngaro (Hungarian Radio); el portugués (RFI Europa Lisboa), y el rumano (Radio Romania International y RFI Rumanía). De esta forma, se



aseguraba el compromiso adoptado con la Comisión Europea de empezar a difundir programas en las distintas lenguas oficiales hasta ir alcanzando paulatinamente los 23 idiomas oficiales que se aseguraron al término del contrato, el 31 de diciembre de 2012.

En ese mismo encuentro celebrado en Valladolid se proyectó el siguiente esquema, que recoge fielmente la imagen de colaboración y trabajo en común con el que nació el proyecto. En él se pueden ver las 16 emisoras que empezaron en Euranet y su colaboración en cada uno de los idiomas.



No obstante, la estructura inicial presentada en ese momento no se mantuvo durante todo el desarrollo de Euranet porque algunas emisoras abandonaron el proyecto, como fue el caso de Hungarian Radio, DW o Radio Szczecin, y otras fueron dejando atrás su colaboración en algunos idiomas cuando se hacía la revisión anual del acuerdo. En el caso del grupo de trabajo en español, por ejemplo, hasta el quinto año solo mantuvo su colaboración BNR y RNW de las cinco emisoras que habían comenzado su andadura en este grupo.

#### 1.4.3. El bautizo de Euranet

Además de para la redacción de los primeros Estatutos del European Radio Project (E.R.P), la cita del 25 de julio de 2007 en Bruselas sirvió para que los socios empezaran a reunir la documentación necesaria con la intención de optar a la oferta que por esa fecha acababa de hacer pública la Comisión Europea. El anuncio de licitación se conoció el 14 de julio de ese mismo año bajo la denominación de ‘Producción y radiodifusión de programas radiofónicos de información sobre los asuntos de la Unión Europea retransmitidos a través de un portal Internet por una red de radios<sup>295</sup>’. En este documento se describieron todos los requisitos que había que cubrir para optar a la convocatoria, entre ellos, el pliego de condiciones, los objetivos del contrato, la vía de financiación e, incluso, se exigía que las emisoras que presentaran su candidatura acreditaran suficientemente su capacidad económica y financiera (que avalara que ninguna de ellas estaba en una situación de quiebra o complicada económicamente) y su capacidad técnica. Y entre todas, ya como grupo, debían ser capaces de desarrollar una labor que, según el anuncio de licitación, tenía por objeto “favorecer el desarrollo de un espacio público europeo”, una condición recogida previamente en el Libro Blanco de la *Política Europea de Comunicación* publicado en 2006 que, como ya se ha dicho, sirvió de base para que naciera este proyecto.

---

<sup>295</sup> Documento 2007-163977-ES

En el apartado 2.1.5 del Anuncio de Licitación se describen las líneas generales del contrato y, en definitiva, los compromisos que adquiriría el consorcio de radios que ganara la convocatoria pública. En él se esconde, como se verá en los trece puntos que le dan forma y que se detallarán a continuación, la filosofía de lo que llegó a ser Euranet.

La peculiaridad de esta oferta radicaba en la necesidad que seguía teniendo la Comisión Europea para favorecer el desarrollo de un espacio público europeo que había sido incapaz de garantizar por sí misma. De ahí que abriera una convocatoria pública con la que externalizar este servicio y en la que la institución comunitaria adoptaría un papel de colaboradora más que de productora.

La idea era desarrollar una red integrada de operadores radiofónicos que pertenecieran a diversos estados miembros de la Unión Europea. Juntos deberían operar bajo el mismo objetivo que era la producción y radiodifusión simultánea en varias lenguas oficiales para elaborar y emitir programas dedicados a los asuntos de la Unión Europea, siguiendo una línea editorial común, en horarios similares y reconocibles en todos los países de emisión.

Como de si una radio normal se tratara, el proyecto exigía a los participantes que los programas que elaborasen asegurarán un “continuum” entre la información y el entretenimiento con el requisito fundamental de contribuir a crear una ventana de la Unión Europea ante los ciudadanos. Con esa premisa, el anuncio de licitación contemplaba una serie de obligaciones que habían de cumplir los socios de la red aspirante a beneficiarse de la oferta y entre las cuales, el Ejecutivo comunitario introdujo la cobertura de su propia labor política. No era una acción excluyente sino complementaria con la de abordar el día a día de la Unión Europea. No obstante, este hecho, y sobre todo la definición de qué se entendía por ‘asuntos europeos’, suscitó un profundo debate entre los periodistas que formaron parte del *Editorial Committee* de Euranet y que terminó resolviéndose con la incorporación de asuntos políticos y del

día a día de los ciudadanos para cubrir el espectro informativo al que se podía atender dentro de la convocatoria.

En su pliego de condiciones, la Comisión exigió que se informara en tiempo real, día a día, de la actualidad comunitaria y que, además, se cubrieran los eventos organizados por las instituciones europeas como debates políticos, Europa a diario, etc. También se propuso hacer circular la palabra de los europeos fuera de sus países y, como cuestión novedosa y fundamental, mostrar cómo se trataba una misma cuestión en los diferentes Estados miembros. Esto es lo que denominó “cross vision” o visión cruzada, que desde el primer momento aplicó Euranet y que consistía en analizar un mismo asunto en distintos países para reflexionar sobre el trato que se le daba en cada uno de ellos. De esta forma se garantizaba la óptica paneuropea con la que también nació el proyecto.

Con todo, y teniendo en cuenta que la importancia del apartado 2.1.5. del Anuncio de licitación es vital para entender todo el proyecto de Euranet, considero acertado reproducir los trece puntos que recogen los requisitos que debía cubrir la red de radios que optara a beneficiarse de la oferta publicada por la Comisión Europea para prestar un servicio de comunicación europea:

1. Elaborar programas producidos y emitidos por un núcleo duro de al menos radios diferentes en, como mínimo, cinco lenguas oficiales de la Unión Europea; estas cinco lenguas tendrán que reflejar la diversidad de los orígenes lingüísticos de la Unión;
2. Tener un volumen de producción/radiodifusión equivalente en cada una de estas lenguas;
3. Representar un volumen de producción/radiodifusión diaria de diez minutos como mínimo, pudiendo crecer a lo largo del tiempo;

4. El formato de los programas se deja a la imaginación de las radios, siempre que incluya, por lo menos, noticias, noticias en detalle o las claves para su comprensión, así como revistas relacionadas con los asuntos de la Unión Europea;
5. Ser emitidos en franjas horarias de gran audiencia (en concreto, la franja horaria comprendida entre las 7 y las 9 de la mañana) y reemitidos una o varias veces al día;
6. Ser emitidos en el mayor número posible de países de la Unión Europea;
7. Ser retomados, profundizados y completados en un portal común de Internet, que ofrezca el mayor número posible de lenguas de la Unión Europea;
8. La red deberá abarcar el mayor número posible de radios e incluirá tanto radios internacionales como nacionales, regionales o locales;
9. Todas las radios no están obligadas a producir aunque al menos tendrán que emitir en la lengua de sus oyentes;
10. La estructura organizativa de la red tendrá que ser clara y aceptada por todos los miembros, tanto en sus aspectos de representación (sintonía publicitaria, publicidad/mercadotecnia) como en sus aspectos editoriales y financieros;
11. Deberán preverse medidas que permitan aumentar el número de radios (y de lenguas de producción/radiodifusión) pertenecientes a la red, a reserva de que acepten las reglas de funcionamiento común de la red;

12. La red, con independencia de su forma jurídica, deberá llegar a una audiencia efectiva total de al menos 5.000.000 de oyentes repartidos en varios o en el conjunto de los 27 países de la Unión Europea;

13. Los miembros del núcleo duro de la red deberán demostrar su experiencia en materia de producción y radiodifusión en Europa<sup>296</sup>.

En el desarrollo de estos trece puntos descansa la filosofía de la primera red de radios europea y llama poderosamente la atención cómo su diseño obedece perfectamente a la creación de lo que podría ser una nueva emisora de radio en cualquier país del mundo, con la peculiaridad de que en este caso no se estaba creando una radio sino una red de emisoras cuya labor consistía en la colaboración y en cuya construcción no era necesario habilitar estructura logística alguna. Cada uno de los socios aportaba sus propias instalaciones y su audiencia para construir algo mayor desde una base que ya existía.

La minuciosidad y el detalle del diseño del proyecto descubren una claridad de ideas que, aunque de alguna manera ya se venía fraguando desde que se publicara la convocatoria APCAV de 2005, no había reconocido ningún precedente anterior que se pudiera reflejar en la creación una red tan amplia de colaboradores con el ánimo de informar sobre Europa.

La base de la oferta pública descendía hasta tal punto al detalle que recogía el horario en el que se tendrían que realizar las emisiones (a primera hora de la mañana) y exigía el compromiso de garantizarse un mínimo de audiencia para que la Comisión diera por buena la candidatura presentada (cinco millones de oyentes en la UE).

En definitiva, lo que reflejan estos trece compromisos es hasta qué punto estaba diseñada la red de radios y lo claro que tenían las ideas quienes concibieron la convocatoria de oferta pública.

---

<sup>296</sup> Documento 2007-163977-ES. Apartado 2.1.5

La idea original se completaba con el hecho de que el operador seleccionado gozara además de plena libertad editorial, garantizada por una Carta editorial que cubriría todas las acciones audiovisuales de información de la Comisión Europea. Esta carta sería parte integrante del contrato firmado entre ambas partes y elaborada por los socios de la red. El compromiso contemplaba además que en ningún caso estos programas ofrecieran una información sesgada sino que presentaran, de forma equilibrada, los diferentes aspectos de las realidades abordadas para permitir que los oyentes y los cibernautas se formaran su propia opinión sobre los asuntos europeos con conocimiento de causa.

Con ese documento como base, los miembros del consorcio creado en la sede de RTBF (Bélgica) a finales del mes de julio se volvieron a reunir en Valladolid cuatro meses después para desarrollar cada uno de los puntos antes mencionados. A la estructura organizativa definida anteriormente, los socios sumaron una serie de compromisos que marcarían todo el desarrollo posterior del proyecto. En Valladolid se perfilaron los criterios de incorporación de los futuros socios que se tenían que ir sumando al proyecto y también se abrió la veda para buscar el nombre oficial del consorcio.

La cuarta resolución del acta oficial del encuentro<sup>297</sup> es la que recoge los detalles sobre la ampliación del consorcio, es decir, sobre los futuros socios. Según esa resolución, para ser miembro del European Radio Project (E.R.P.) se contemplaban dos posibilidades: Por un lado, que la nueva emisora se convirtiera en una especie de antena a través de la cual se podían escuchar los programas realizados por el grupo y traducidos al idioma de la nueva radio; y, por otro, como productor de información en ese nuevo idioma que se incorporaba a la red.

---

<sup>297</sup> De la reunión celebrada los días 21 y 22 de noviembre en Valladolid se levantó un acta que los socios pudieron ver publicado en <http://www.extraconfidencial.com/articulos.asp?idarticulo=240> en el que se recogieron las conclusiones de la cita.



El órgano encargado de dar el visto bueno a las nuevas incorporaciones era el *Board of Members*, que debía garantizar, en primer lugar, que el nuevo socio conocía perfectamente las normas generales del consorcio y que estaba dispuesto a cumplirlas, y, en segundo lugar, que su incorporación respondía a la suma de nuevos idiomas que hasta el momento no estuvieran representados en la red.

Las nuevas emisoras que se fueran incorporando debían garantizar igualmente que disponían de una capacidad técnica y financiera que les permitiera colaborar con normalidad y cumplir con los compromisos que ya habían firmado los miembros del consorcio. A la hora de valorar su candidatura de incorporación, el *BoM* tenía en cuenta también que las nuevas radios aportaran una audiencia razonable al proyecto. Al fin y al cabo, el compromiso con la Comisión Europea cubría también un mínimo de oyentes a los que tenían que llegar. Con todo, y como uno de los aspectos fundamentales de la red era garantizarse la emisión en los entonces 23 idiomas oficiales de la UE, el *BoM* encomendó al *Management Committee* que analizara dos veces al año la incorporación de los nuevos socios para presentar la aprobación final al *Board of Members* en su reunión anual.



Imagen de la primera reunión del Board of Members de Euranet. Valladolid, noviembre de 2007. Al fondo a la izquierda se pueden ver a Angel Nedyakov (Radio Bulgaria), a los CEO de Euranet, Petra Kohnen y Erlends Calabuig, y al director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, como organizador del encuentro,.

A la cita española de finales de noviembre asistieron al menos un representante de cada una de las emisoras socias y junto al primer reparto de competencias internas que se habían ido cerrando en la primera sesión del encuentro, los miembros del *Board of Members* se lanzaron a la búsqueda del nombre oficial del proyecto.

Se abrió un turno de propuestas entre los asistentes de las que solo llegaron al acta final dos: Euradio 4 y Terra Cognita. Por eso, se decidió prolongar el periodo de reflexión para aumentar las alternativas y cerrar después un proceso de votación a través de correo electrónico.

Durante las siguientes semanas, las emisoras podían empezar a mandar sus propuestas a Punto Radio Castilla y León como responsables del marketing del grupo aunque

para ello debían tener en cuenta que había de ser un nombre corto, comprensible, fácil de pronunciar (sin perder de vista que tenía que sonar bien en los 23 idiomas oficiales de la UE), pegadizo, que apelara a la audiencia correcta, positivo, orientado mediáticamente y que no resultara familiarmente institucional.

El sistema de votación se confeccionó de la forma más democrática posible y se fueron haciendo varios turnos de votaciones, a razón de un voto por emisora, hasta que al final se fue reduciendo el número de propuestas y quedaron solo tres: Euranet, Euradios y Eurosonik. Finalmente, pasadas las seis de la tarde del miércoles 20 de febrero de 2008, las emisoras recibieron un correo electrónico en el que se anunciaba el bautizo oficial del proyecto bajo el nombre de Euranet, acrónimo de European Radio Network (red de radios europeas). De esta forma, y como reflejaba irónicamente el citado correo, “ERP ha muerto... Larga vida a Euranet”.

Seis días después, sería presentado formalmente en la rueda de prensa organizada en el Parlamento Europeo y en la que participaron, como ya se ha visto, la vicepresidenta de la Comisión Europea, Margot Wallström, el presidente de RFI, Antoine Schwarz y el director general de DW, Eric Bettermann. El evento sirvió para lanzar oficialmente el proyecto que empezaría a sonar el 1 de abril de 2008 y dar a conocer su imagen corporativa. Pocas horas antes, la empresa española GGC había diseñado el logo definitivo<sup>298</sup>.



---

<sup>298</sup> El logo de Euranet fue elaborado por la empresa española GGC y elegido por votación de todos los miembros del consorcio a través de un sistema de votación a través del correo electrónico.

Con la puesta en marcha de la marca comercial se cerraba el proceso de creación oficial de Euranet, que había arrancado el 14 de diciembre de 2007 cuando Antoine Schwarz, como representante legal del todavía ERP, y Claus Sorensen, máximo responsable de la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea, firmaron el contrato de servicios que se mantendría vigente durante los cinco años siguientes y con el que nació la primera red de radios europeas. El documento reprodujo fielmente la filosofía del proyecto que se había ideado en las primeras reuniones de Bonn (Alemania) a principios de ese mismo año.

#### 1.4.4. Un trimestre de infarto

Las primeras emisiones de Euranet empezaron a sonar temprano, en la mañana del 1 de abril de 2008. Atrás había quedado un primer trimestre del año de infarto marcado por la puesta en marcha del proyecto y su preparación para el arranque definitivo. Con mucho esfuerzo se había conseguido poner de acuerdo a más de una docena de culturas diferentes en torno a una base de mínimos que respetara los acuerdos del contrato firmado con la Comisión Europea y que garantizara igualmente la propia identidad de cada emisora. Aún así, en todo momento la diversidad cultural marcó el desarrollo de este proyecto de comunicación europea. “No se buscó que hubiera una línea editorial única<sup>299</sup>”, recuerda el que fuera director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, que insiste en que ese hecho enriqueció precisamente el proyecto.

Tal y como se había acordado en la cita de Valladolid, la primera de las grandes reuniones para colocar la primera piedra de Euranet se celebró de nuevo en Bonn, los días 16, 17 y 18 de enero de 2008, a la que acudieron más de medio centenar de personas procedentes de las 16 emisoras que se habían comprometido con el todavía

---

<sup>299</sup> Entrevista de la autora al director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, realizada el 19 de septiembre de 2013.

E.R.P. Fueron tres días de intensa actividad para crear los grupos de trabajo en cada idioma, diseñar las estructuras de los diferentes programas que se emitirían en cada lengua y hacer el reparto de tareas para seguir desarrollando el proyecto.

Uno de los grupos más activos del encuentro fue el Comité Editorial, que se reunía por primera vez, y cuyo principal mandato fue adaptar la Carta Editorial que se había incluido en el contrato con la Comisión Europea a las peculiaridades del grupo de radios y a lo que querían que fuera el contenido de la primera red de radios europeas.

La principal discusión giró en torno al contenido de los programas que prepararían tanto en cada uno de los grupos de trabajo como en los que harían en común entre todas las emisoras. Los miembros del Comité Editorial decidieron que no solo se tendría en cuenta el concepto de “EU issues” (asuntos de la Unión Europea), como se proponía en el contrato firmado por la Comisión Europea, sino que el proyecto cubriría los “European issues”, es decir, los asuntos europeos. De esta forma, los periodistas consideraban que no solo debían atenderse las cuestiones políticas de la Unión Europea sino también todo lo que tuviera que ver con la cultura, la sociedad, la educación, etc, además de la actualidad de cada uno de los países que pudiera afectar al resto de la Unión Europea.

En este sentido, el Comité Editorial sugirió a los responsables del proyecto que tuvieran en cuenta algunas consideraciones<sup>300</sup>. En primer lugar, que la audiencia objetiva del proyecto europeo fuera la de un público joven, sin que eso supusiera la exclusión de otros grupos sociales puesto que, como era evidente, el proyecto debía ansiar disponer de la mayor audiencia posible. No hay que olvidar, no obstante, que esa audiencia empezó siendo la suma de la que aportaba cada una de las radios socias y que inicialmente se situó entre los 12 y 19 millones de oyentes diarios en Europa y los 30 millones en todo el mundo. Cinco años después, la audiencia de Euranet, a

---

<sup>300</sup> Después de cada una de las reuniones se levantaba una especie de acta en el que se resumían los asuntos discutidos en cada encuentro. Eran documentos de carácter interno sin un valor oficial más que para los miembros de la red de radios.

través de las 21 radios que terminaron dando forma al proyecto, alcanzaría los 30 millones de oyentes en la Unión Europea<sup>301</sup>.

En segundo lugar, el Comité Editorial decidió que los políticos no debían centrar el foco de atención informativo del proyecto sino que debían ser los ciudadanos y sus intereses los que dieran sentido a los informativos y programas. Además, esos contenidos mezclarían los ‘asuntos de Bruselas’ con los temas de los países miembros pero siempre abordados de una óptica paneuropea, no nacional. Y así se recogió en el documento de presentación oficial de Euranet:

“Con total independencia, Euranet ofrece información sobre los actos, los políticos y la política en todos los sentidos, de la Unión Europea y su impacto en la vida de los ciudadanos, pero no desde una perspectiva nacional sino desde un punto de vista transnacional<sup>302</sup>”.

El director general de Euranet, Erlends Calabuig lo expresó de una forma mucho más clara en una entrevista que concedió a El Norte de Castilla en 2010 en la que aseguró que

“El lema de Euranet es lo que llamamos la mirada cruzada. Es decir, se trata de ofrecer sobre el mismo tema de actualidad varios ángulos de cobertura; diferentes tratamientos periodísticos que no sean únicamente nacionales. No se trata de ver un tema desde la óptica española o francesa o rumana. No. Se trata de dar esa multiculturalidad, ese aspecto polifacético de la actualidad, que permite sobre cualquier tema tener una riqueza de tratamiento que no se encuentra en los medios de comunicación nacionales porque están demasiado

---

<sup>301</sup> Según los datos de la propia red de radios incluidos en el dossier de Euranet de 2011.

<sup>302</sup> *New waves for Europe: Debating Europe. A new dimension*. Es un pequeño manual de presentación de Euranet que editó la Comisión Europea y que se repartió en el Parlamento Europeo el 12 de noviembre de 2008, coincidiendo con el primer gran evento de la red de radios.

apegados a su propia actualidad. De lo que se trata aquí es de tener esa mirada rica, acumulada<sup>303</sup>”.

Al fin y al cabo, y como se ha visto en el primer capítulo de esta tesis, el nacimiento de Euranet estaba ligado a la propuesta de la Comisión Europea recogida en el Libro Blanco sobre una *Política Europea de Comunicación* de 2006, en la que se buscaba un acercamiento al ciudadano pero desde la óptica paneuropea porque, como se había venido viendo en los años anteriores, el análisis que la gente hacía de los asuntos comunitarios era interpretado desde una perspectiva nacional, no comunitaria.

No obstante, el control por parte de la Comisión quedó sellado ya desde la firma de contrato de servicios datado el 14 de diciembre, en Bruselas. En el artículo I.4.4 del citado documento, la Comisión se reservaba el derecho a aprobar o suspender una determinada producción, en función de los criterios previamente marcados y, de hecho, lo ligaba a la recepción de la cantidad presupuestada. Si no se cumplían esos requisitos, el Consorcio no recibiría el presupuesto.

“La Comisión tiene treinta días desde el momento de recepción (de la producción) para aprobar o rechazar los reportajes y la parte contratante, otros treinta días para presentar información adicional o nuevos reportajes<sup>304</sup>”.

A pesar de ello, en el citado libro de promoción de Euranet, el consorcio insistía en defender la independencia editorial de sus socios advirtiendo de que a la Comisión no le concernían los contenidos que se difundieran a través de los programas del proyecto sino que su control se aplicaría “únicamente sobre el volumen de producción, el respeto a la carta editorial, las audiencias o la interacción y reacción de los internautas. La calidad del proyecto se reflejará en esos resultados<sup>305</sup>”.

---

<sup>303</sup> El Norte de Castilla, “Queremos crear una identidad común en una radio descentralizada”, 3 de octubre de 2010. Entrevista a Erlends Calabuig, director general de Euranet.

<sup>304</sup> Service Contract. Contract N° PN/2007-28/C

<sup>305</sup> *New waves for Europe: Debating Europe. A new dimension*. Es un libreto promocional editado por la Comisión Europea y repartido durante el programa especial de Euranet celebrado el 12 de noviembre

Aún así, la Comisión podía utilizar los programas elaborados por Euranet tal y como se recoge en el artículo II.8 del contrato de servicio<sup>306</sup> y acordó con el consorcio no tener la obligación de hacer pública documentación e información ninguna sobre el contrato firmado con E.R.P.<sup>307</sup>. El contrato insistía además en que cualquier modificación, decisión o cambio que adoptara la parte contratante debería ser comunicada inmediatamente a la Comisión Europea. Después se verá que el grupo de radios tuvo que acudir en varias ocasiones a este mandato para anunciar la salida de varias emisoras del proyecto y para resolver las cuestiones previas a esas decisiones.

La incorporación y el desarrollo de Euranet en el seno interno de cada emisora se produjo de una forma desigual. Así, mientras que en las grandes radios, y sobre todo en las internacionales, la experiencia anterior del trabajo en colaboración con otras emisoras facilitó su puesta en marcha, hubo otras en las que el esfuerzo fue mucho mayor. La diversidad se reflejaba en hechos tan importantes como el número de profesionales dedicados a la red que oscilaban entre los doscientos de Polskie Radio, por ejemplo, y la media docena de Punto Radio Castilla y León; o en las propias dificultades domésticas de cada emisora. Bulgarian National Radio, por ejemplo, tardó en despegar e incorporarse a pleno rendimiento en el proyecto por cuestiones fundamentales como problemas en los ordenadores y otro tipo de condicionantes técnicos.

No obstante, y a pesar de esas diferencias entre radios, todas obedecieron a una misma base de contenidos que distinguían cinco tipos de programas: *Current Affaires*, que eran pequeños boletines informativos de unos cinco minutos, emitidos en el idioma de cada emisora, y ligado a la actualidad más inmediata; *European News*, que eran

---

de 2008 en el Parlamento Europeo. El manual tiene 72 páginas y en él se describe en qué consiste el proyecto. Cuenta además con una carta colaboración de Margot Wallström, en inglés, alemán y francés.

<sup>306</sup> Service Contract. Contract N° PN/2007-28/C

<sup>307</sup> Article II.10.2. Service Contract. Contract N° PN/2007-28/C “Saving provisions to the contrary in the Particular Conditions, the Commission is not required to distribute or publish the documents and information delivered in performance of the Contract. If it decides not to publish the documents or information delivered in this way, the Contracting Party may not distribute them or have them published elsewhere except with the Commission’s advance and written approval”.



noticieros informativos de mayor duración; *European Magazines*, que respondían a un programa radiofónico más reportajeado en el que cabían todo tipo de formatos informativos; *European Keys*, que hacían del análisis en profundidad el contenido de las emisiones, y finalmente, *European Live*, que incluían los programas en directo realizados, principalmente, desde exteriores, es decir, fuera de las emisoras.

De todos estos formatos, se puede decir que el que respondía a la filosofía real de colaboración entre emisoras perseguida por Euranet eran los *European News*. Se trataba de informativos diarios realizados en cinco idiomas (inglés, francés, alemán, español y polaco), de unos treinta minutos de duración, y elaborados a partir de la colaboración entre los miembros de los distintos *Working Groups*.

Cada uno de esos grupos se organizó internamente como mejor entendió para asegurar la producción conjunta, seleccionar los temas y recibir las piezas que se emitirían en cada programa. El programa en inglés se llamó *Network Europe*, el alemán, *Treffpunkt Europa*, el francés, *Accent d'Europe*. Oficialmente, estos tres programas son los que Euranet considera como productos paneuropeos pero lo cierto es que, también se puede considerar dentro de este grupo, el caso español de *Euronoticias Castilla y León* elaborado con piezas y enfoques procedentes de distintas emisoras.

Aunque los primeros contactos entre los miembros de cada grupo se forjaron en la reunión formal de mediados de enero en Bonn de 2008, lo cierto es que las multiconferencias telefónicas o los correos electrónicos echaron humo durante los tres primeros meses de ese año hasta que se coordinaron las distintas emisoras para elaborar la programación común. Hay que tener en cuenta que en algunos grupos de trabajo había hasta seis emisoras distintas a la que había que sumar la que coordinaba, como ocurrió en los Working Groups alemán, inglés y español. En el francés había cinco radios y en el polaco, cuatro.

En el primero de ellos, en el grupo de trabajo germano coordinado por DW, colaboraban RFI, Bulgarian National Radio, Czech Radio, Hungarian Radio, Radio

Romanía Internacional y Radio Eslovenia Internacional. Al grupo de trabajo en inglés, liderado por RNW, se apuntaron DW, RFI, Bulgarian National Radio, Czech Radio, Radio Romania Internacional y Radio Slovenia Internacional. Y del grupo de trabajo en español, coordinado por Punto Radio Castilla y León, formaban parte RFI, DW, Bulgarian National Radio, Czech Radio, RNW y Radio Romania Internacional. Estos tres eran los grupos más numerosos.

En el caso del grupo francés, coordinado por RFI, la colaboración se estableció entre DW, Bulgarian National Radio, Czech Radio, Radio Romania Internacional y Radio Belge Francophone int. (RTBF). Y en el grupo polaco, el menos numeroso, se incluyeron Polskie Radio Szczecin, DW, RFI y Hungarian Radio.

El sistema de organización interna gozaba de una cierta independencia y cada ‘Core Language’ se organizó como consideró más apropiado. De hecho, había diferencias incluso en los contenidos que tenía que elaborar cada emisora porque, por ejemplo, tanto en *Network Europe* como en *Treffpunkt Europa* se contemplaba la posibilidad de elaborar piezas de hasta tres minutos de duración. En el caso de *Euronoticias Castilla y León*, el máximo para esas producciones era de un minuto veinte segundos, con lo cual, las emisoras que colaboraban en varios idiomas, tuvieron que realizar un gran esfuerzo por adaptarse a las necesidades de cada emisora.

Casi un mes después de la reunión de Bonn, el Comité Editorial celebró otro encuentro en Bruselas el 25 de febrero de 2008 para analizar el primer impulso que se había dado al E.R.P desde mediados de enero y para empezar a preparar la página web que tenía que acompañar al proyecto radiofónico. Para entonces ya se había terminado prácticamente la programación que realizaría cada una de las emisoras y que se lanzaría a las ondas el 1 de abril de ese mismo año. En total, 110.000 minutos (unas 4.000 horas) de programación comprometida al año que empezaría sonando en los cinco idiomas (inglés, alemán, francés, polaco y español) y que se iría completando hasta las diez lenguas fundadoras en lo que restaba de 2008 (se incluirían el búlgaro, el griego, el húngaro, el portugués y el rumano).

A todo esto añadieron la organización de todo el sistema de trabajo interno, la propia estructura de los programas, la creación de sintonías comunes y un sinfín de detalles que se tradujeron en un trabajo sin aliento prolongado durante el primer trimestre de 2008.

Al final, tras tres meses sin descanso y marcado por un continuo contacto entre los socios a través de reuniones presenciales, multiconferencias y correos electrónicos, todas las emisoras consiguieron llegar en orden al primer día de abril, dejando atrás esos doce semanas de infarto para la puesta en marcha de la programación de la primera red de radios europeas que, de manera conjunta y prácticamente a la vez, empezaba a informar sobre Europa en 17 de países de la Unión Europea y a través de un gran número de emisoras.

#### 1.4.5. La página web: [www.euranet.eu](http://www.euranet.eu)

Una vez en marcha la emisión radiofónica del proyecto, el Comité Editorial de Euranet tenía que centrarse en la creación de una página web que debía estar lista el primer día de julio de 2008, es decir, apenas dos meses después de la puesta en marcha de la red. No hay que olvidar que la convocatoria de la oferta pública de la Comisión Europea recogía también este extremo.

La búsqueda del nombre para la página web parecía lógica: debía incluir el nombre del proyecto y ligarla al mayor dominio posible. Sin embargo, cuando los directivos de la red fueron a registrar el nombre de euranet.com se encontraron con la sorpresa de que ese dominio .com no estaba disponible, un particular se había hecho con los derechos y no estaba dispuesto a cedérselos a la red de radios. Al final, y tras una serie de negociaciones que no se demoraron mucho en el tiempo, Euranet pudo registrarse con ese nombre aunque buscando otro dominio y no tardó en convertirse en la

propietaria de la url [www.euranet.eu](http://www.euranet.eu), cuya construcción se le encargó a una empresa alemana, Silvers Solutions.

De nuevo la diversidad cultural entre las emisoras y las diferentes sensibilidades respecto al mundo digital, marcaron los primeros debates sobre los contenidos de la página web, cómo y qué debía recogerse en ella. Entre las primeras propuestas se contemplaba, por ejemplo, la de añadir todos los links de los sitios web de las radios que formaban parte de la red, pero la idea quedó finalmente desestimada porque se entendía que Euranet tenía que tener identidad propia y convertirse en la suma de distintas páginas web de sus socias. También se rechazó la idea de linkar la web de Euranet con las de las instituciones comunitarias.



Berlín, septiembre de 2008. La tercera a la derecha es Petra Kohnen, que dirigió el encuentro al que asistieron también los responsables de Silver Solutions (los dos primeros de la derecha) y el resto de los miembros de Euranet.

Los primeros detalles sobre la puesta en marcha de la página web se cerraron en el encuentro celebrado en un hotel de Berlín los días 11 y 12 de septiembre de 2008

donde se creó el grupo de Internet dentro de Euranet y ligado al Comité Editorial. Los socios decidieron crear una web sencilla, impregnada de documentos sonoros (al fin y al cabo eran radios) y en la que fuera posible escuchar las emisiones en directo de cada uno de los programas, a través del livestreaming, o poder recuperarlas en cualquier momento, a través de un servicio de podcast. Este último desapareció de la web unos años después por criterios técnicos. La página debía incluir también una encuesta sobre actualidad europea y reservar un espacio especial a la producción en común entre emisoras.

Definir este último apartado común costó algo más. El equipo de Internet decidió crear dentro de la página un espacio denominado Dossier en el que se volcaría la producción de distintas emisoras sobre un mismo asunto, buscando esa visión cruzada y paneuropea que marcaba la producción de Euranet. En principio, la preparación de estos apartados no había fijado una cadencia temporal y de hecho se ligó a la preparación de los programas comunes<sup>308</sup> de la red que empezaron a realizarse en noviembre de 2008. A partir de ese momento, el grupo acordó organizar una multiconferencia telefónica semanal en la que decidir los temas sobre los que trabajarían todas las radios así como la aportación de cada grupo a esa gran caja temática.

Inicialmente, igual que en el caso de las emisiones radiofónicas, la web arrancó en cinco versiones, las de los cinco *Core Languages*: inglés, francés, alemán, español y polaco. Poco a poco se irían sumando también el resto de los idiomas hasta completar los 23 oficiales que se habían comprometido en el proyecto. Cada uno de ellos tenía su propia versión lingüística dentro de la página web general, y para acceder a ella únicamente había que seleccionar el idioma que se quisiera consultar.

Al principio, la ‘home’ de cada uno de los idiomas era distinta; eran las propias emisoras las que de forma autónoma colocaban y distribuían los asuntos sobre los que

---

<sup>308</sup> Eran programas organizados por el Comité Editorial de Euranet en los que participaban todas las emisoras socias de la red.

informaban a través de la web. Cada emisora colocaba los temas según su criterio y posibilidades y lo único que compartían las distintas versiones de la web eran los citados Dossier que, como se ha dicho, durante los dos primeros años de proyecto se elaboraban única y exclusivamente para los programas comunes. Se daba además la circunstancia de que no disponían de una ubicación estratégica en el diseño de la web aunque el diseño y el contenido en los diferentes idiomas era el mismo como se puede ver en el siguiente ejemplo.

Dialog der Kulturen

15.01.2010 | [Kommentieren](#) |

### Europäische Vielfalt



Europa ist ein Kontinent mit einer einzigartigen kulturellen Vielfalt. Wie beeinflussen unterschiedliche Religionen und Weltanschauungen den Alltag? Und: 2010 gibt es gleich drei Europäische Kulturhauptstädte. Wir stellen sie und ihre Projekte vor.

[Mehr]

neuester Artikel im Dossier

► 12.01.2010 | [Auf einen Blick - Kulturhauptstädte 2010](#)

UN Klimakonferenz

05.11.2009 | von Mareike Röwekamp | [11 Kommentare](#) |

### Kopenhagen 2009

Versión en alemán de un Dossier

### Dossiers

#### Dialogue interculturel

12.11.2008 | [Ajoutez un commentaire](#) |

### La diversité européenne



2008 est l'année européenne du dialogue interculturel. Cette commémoration met à l'honneur la diversité culturelle unique de l'Europe. Quelle influence les différentes religions et idéologies représentées exercent-elles au quotidien?

[plus]

Dernier article dans ce dossier

► 11.11.2008 | [Préserver la diversité linguistique de l'Union européenne](#)

ONU: conférence sur le climat

03.11.2009 | par Mareike Röwekamp | [Ajoutez un commentaire](#) |

Copenhague 2009

Versión en francés del mismo Dossier

### Dossier

#### El dialogo intercultural

08.11.2008 | [Añadir comentario](#) |

### El dialogo intercultural



2008 es el Año Europeo de Dialogo Intercultural. El objetivo es celebrar la diversidad europea e investigar como las influencias extranjeras y diferentes creencias religiosas están impactando en la vida del continente.

[más]

Conferencia sobre cambio climático de la ONU 2009

03.11.2009 | por Mareike Röwekamp | [7 comentarios](#) |

### Copenhague 2009

Versión en español del mismo Dossier

Así ocurrió durante los dos primeros años del proyecto hasta que, en julio de 2010, un informe de la Comisión Europea<sup>309</sup> llamó la atención sobre este hecho al entender que no reflejaba el compromiso de la colaboración y el trabajo en común que la red había asumido por contrato y obligó a los miembros del Comité Editorial a replantearse la situación.

<sup>309</sup> Memorandum on the Euranet EU misión, fechado el 8 de julio de 2010.

Sin ánimo de adelantar acontecimientos que se detallarán en los apartados siguientes de esta tesis, es necesario explicar, no obstante, que esta nueva situación coincidió en el tiempo con uno de los momentos más críticos de la organización que condujo a la salida de la máxima responsable de contenidos en la red de radios, Petra Kohnen, y que derivó en una reconversión íntegra del equipo editorial de la web.

La consecuencia final fue, entre otras cosas, la decisión del equipo editorial de que todas las versiones lingüísticas de la web de Euranet debían compartir el mismo asunto de apertura y este asunto de apertura debían ser los denominados Dossier, porque eran el reflejo del trabajo conjunto de los socios. A partir de ese momento, se asumió también que estos espacios se modificarán semanalmente y no de forma esporádica como ocurría anteriormente. Para ello, se organizaron las multiconferencias semanales en las que participaba al menos un representante de cada radio para seleccionar el asunto de la semana y repartirse el trabajo.

Los Dossier pasaron a partir de ese momento a denominarse *Euranet Topic*, aunque mantuvieron la misma filosofía. Eran reportajes semanales, elaborados entre un número importante de socios (la idea es que la aportación fuera de todos pero algunas semanas resultaba imposible sobre todo para las radios más pequeñas) colocados estratégicamente en la página web de tal forma que era la primera información con la que se encontraban los usuarios al acudir a cualquiera de las versiones lingüísticas de la web de Euranet. El diseño en todas ellas era el mismo; compartían la misma foto y el mismo texto, aunque este último estaba redactado en los distintos idiomas.

Este hecho no estaba reñido, no obstante, con que cada una de las emisoras fuera después aportando su propia producción europea en la página web. De hecho, ahí descansaba la multiculturalidad característica también de la red siempre y cuando los aspectos sobre los que trabajaran fueran reconocidos como válidos por la Comisión Europea, es decir, que abordaran asuntos europeos de la vida de los ciudadanos o de las instituciones comunitarias.



La incorporación de nuevos idiomas a la página web fue continua durante los cinco años del proyecto y se fue haciendo de forma paralela a la entrada de nuevas emisoras en la red. El compromiso adoptado con la Comisión Europea se cumplió finalmente durante los últimos meses del año 2012, cuando la página web de Euranet mostraba una versión por cada uno de los 23 idiomas oficiales de la Unión Europea.

Lo curioso de este último periodo es que nada más empezar el año 2013, y dando por terminado el contrato editorial con la institución comunitaria, la red disolvió la página web y desde ese momento es imposible encontrar en Internet toda la producción que se volcó en ese espacio online durante los cinco años anteriores. Si se visita ahora la web [www.euranet.eu](http://www.euranet.eu)<sup>310</sup>, únicamente se encontrará la producción que la red firmó con el Parlamento Europeo en otro proyecto paralelo<sup>311</sup> que el grupo de empresas acordó con la Eurocámara y que se prolongó durante unos pocos meses. No hay ningún rastro más de todo lo que se había hecho anteriormente. Una verdadera lástima.

#### 1.4.6. Los grandes programas.

Atendiendo al mandato del contrato firmado con la Comisión Europea y recogido en el primer artículo del citado documento<sup>312</sup>, los socios del consorcio bautizado ya como Euranet prepararon, a lo largo de toda su existencia, varios grandes eventos con una cadencia de al menos uno por año, en los que participaron todas las radios socias y que emitieron a través de sus frecuencias y la página web.

---

<sup>310</sup> Página consultada la última vez el 2 de noviembre de 2013.

<sup>311</sup> Sobre otros contratos que firmó después Euranet se puede consultar el apartado 5 de este segundo capítulo de la tesis.

<sup>312</sup> Artículo 1. Objetivo. “El objeto de este contrato es el desarrollo de una red de radios procedentes de varios países miembros de la UE, una red organizada de tal forma que se posibilite la cooperación y distribución de programas informativos multilingüísticos referentes a los asuntos de la Unión Europea”. (Traducción del contrato redactado en inglés).

Durante la primera mitad del proyecto, los programas tuvieron una estructura similar pero, a partir del ecuador de Euranet, estos grandes programas viraron hacia otro tipo de formato. Los profesionales de las radios asociadas cedieron el protagonismo a los estudiantes y colaboradores de las radios universitarias que crearon su propio grupo, denominado *Conecting EU and U* y que, como se verá más adelante, supuso un cambio total en los contenidos y en la filosofía del proyecto.

En esa primera parte, y analizando cada uno de los tres grandes programas, es sencillo percibir la evolución de la red de radios, no solo por el número de emisoras socias que participaron en el proyecto, que también, sino en la calidad de los programas y en la participación de agentes externos al proyecto.

El primero de esos programas se emitió desde el Parlamento Europeo el 12 de noviembre de 2008, siete meses después del nacimiento de Euranet y con la intención de que el evento sirviera como plataforma de lanzamiento de la nueva página web que había empezado a funcionar en los cinco idiomas principales (inglés, francés, alemán, español y polaco) a principios del mes de julio y que duplicaría la oferta lingüística, hasta las diez lenguas fundadoras, en los meses siguientes. De la misma manera, ese acontecimiento pretendía escenificar ante toda la unión comunitaria el compromiso y la realidad de la primera red de radios europeas y la vocación de servicio al ciudadano que habían prometido obedecer desde el principio.

Así se recogía en la nota de prensa que un día antes del programa difundieron las radios de Euranet en sus respectivos países de origen.

“Euranet convierte en realidad uno de sus principales objetivos: lograr la interactividad entre los principales representantes de la UE y sus ciudadanos, además de conseguir que Euranet no sea un medio de comunicación institucional europeo, sino un lugar de participación de los europeos, un espacio totalmente interactivo en el que se traten todos los aspectos, problemas

y temas de interés social, cultural y político que preocupan a los ciudadanos de la UE<sup>313</sup>”.

La preparación del programa no fue una tarea sencilla, como recuerdan algunos miembros del Comité Editorial, entre otras cosas porque había que poner de acuerdo a una decena de emisoras de distinta naturaleza que no habían trabajado nunca juntas y que avanzaban a distinto ritmo dentro de Euranet. Hicieron falta varios encuentros presenciales del Comité Editorial de Euranet (en Bonn o en Maribor, por ejemplo), además de multiconferencias semanales para cerrar los detalles del evento.

Cada emisora debía elaborar al menos un reportaje sobre un determinado asunto de los siete que se acordaron debatir en el programa: Europa, crisis financiera, inmigración, diálogo intercultural, cambio climático, energía y derroche de comida. Además, debían plantear una entrevista en directo con un europarlamentario de su país e invitar a los estudiantes universitarios desplazados a Bruselas a participaran en el programa y a asistir como público al evento.

Una vez reunido todo el trabajo, la producción sonora se centralizó en los servicios audiovisuales del Parlamento Europeo aunque bajo la coordinación de Euranet y concretamente del periodista de DW Jean Michel Boss, que fue elegido en el encuentro de Maribor<sup>314</sup> coordinador del proyecto.

Todo estuvo preparado finalmente para que el 12 de noviembre de 2008, el Parlamento Europeo acogiera el primer gran debate de Euranet bajo el título “Hacia la Europa de los ciudadanos: Cómo la UE se puede acercar a los europeos”. Era el acto en el que Euranet se estrenaba como red de radios celebrando su primer gran acto público, tras la rueda de prensa de presentación oficial que había tenido lugar nueve meses antes, en febrero, y en la que había participado la vicepresidenta de la Comisión Europea, Margott Wallström.

---

<sup>313</sup> Punto Radio Castilla y León difundió entre los medios de la comunidad una nota de prensa fechada en el 11 de noviembre de 2008 anunciando el debate en directo desde el Parlamento Europeo.

<sup>314</sup> El Comité Editorial de Euranet se reunió en Maribor (Eslovenia) los días 16 y 17 de junio de 2008.

El evento consistió en la realización de un programa de radio multilingüístico en el que se pudieron escuchar algunos de esos reportajes que habían elaborado previamente las emisoras y que habían colgado en la página web, acompañados de determinadas entrevistas a varios miembros del Parlamento Europeo<sup>315</sup>, uno por idioma además del entonces presidente de la Eurocámara, Hans Gert Pöttering. También participaron los estudiantes que trabajaban en las radios del Círculo Universitario lanzando preguntas que habían sido grabadas previamente. Todo ello, intercalando los distintos idiomas y conducido por Jean Michel Boss (DW) y Vanessa Mock (RNW), que hicieron la presentación en inglés y francés. En el programa intervinieron además los dos CEO de Euranet, Erlends Calabuig y Petra Kohnen, encargados, entre otras funciones, de entrevistar en directo al propio Pöttering.

El programa se pudo seguir en directo en las mismas instalaciones del Parlamento Europeo y, de hecho, entre el público asistente se encontraban algunos miembros la Eurocámara y representantes de todas las emisoras fundadoras de Euranet además de estudiantes universitarios. El programa completo, durante las casi tres horas que duró, se pudo escuchar también en directo, via streaming, a través de la web Euranet.

---

<sup>315</sup> En el caso del idioma español, el corresponsal comunitario de Punto Radio, Julio Chaves, entrevistó al europarlamentario José Ignacio Salafranca.



Los CEO de Euranet, Erlends Calabuig y Petra Kohnen, entrevistaron en directo al entonces presidente del Parlamento Europeo Hans Gert Pöttering.

La satisfacción, un día después del programa, entre los miembros del proyecto fue grande como se puso de manifiesto en la reunión que el Comité Editorial celebró en la sede de RTBF, en Bruselas, el 13 de noviembre de 2008<sup>316</sup>. Habían conseguido que Euranet diera un paso importante hacia delante, consolidándose como la primera red de radios europeas, y habían logrado que la colaboración interradiofónica que habían sacado adelante con el programa del día anterior no hubiera tenido precedentes hasta el momento.

De este evento nacieron, además, y quedaron ya instaurados para el resto de los cinco años que duraba el proyecto, los denominados Dossiers. Como se ha dicho, eran espacios creados en la página web en los que se debía volcar toda la producción realizada por las radios en torno a un asunto concreto que inicialmente se concibieron

---

<sup>316</sup> Minutes Editorial Committee Meeting. 13th November 2008, Brussels RTBF Headquarters.

sin una periodicidad determinada. La idea era garantizar la producción multicultural y paneuropea ansiada con el proyecto y hablar de producción cien por cien Euranet.

Hubo muchas dudas, no obstante, en el seno del Comité Editorial sobre si la producción de estos espacios debía ser la que los periodistas hicieran para sus propias emisoras y que luego se pusieran en común para Euranet, o por el contrario, los profesionales debían dedicar parte de su jornada laboral a la producción específica de las piezas del proyecto. Este asunto, aunque se planteó desde muy temprano en el Comité Editorial sobre todo por parte de los representantes de las emisoras públicas, no se llegó a resolver de una manera común y fue cada radio internamente la que adoptó su propia decisión. Aún así, los trabajos comunes siguieron saliendo y no se registró ningún problema de funcionamiento en este sentido.

El segundo de los grandes debates de Euranet se celebró el 29 de abril de 2009, también en el Parlamento Europeo y con motivo de las elecciones a la Eurocámara del 7 de junio de ese mismo año. El formato del programa especial desde Bruselas fue similar al de noviembre de 2008, aunque únicamente se realizó en los cinco idiomas principales y centrado, exclusivamente, en debates entre europarlamentarios de distinto signo político.

Este debate multilingüístico de Bruselas se incluyó en un programa mucho más amplio y minucioso que la red de radios había diseñado para conmemorar la cita electoral. En este plan se contemplaron otros debates locales que todas las emisoras socias se comprometieron a organizar en sus países de origen y que se celebrarían entre el 25 de abril y la primera semana de junio, antes de que los ciudadanos fueran a votar a las urnas.

Junto a ello, Euranet preparó cuatro dossier muy completos sobre los comicios, que se fueron publicando por esas mismas fechas, desde marzo hasta junio, en la página web. El primero de ellos, que vio la luz el 2 de marzo, se centró en la conmemoración del 50 aniversario del Parlamento Europeo que se celebraba también ese año con motivo

del medio centenario del Tratado de Roma. El segundo, listo el 6 de abril, llevaba por título “Europa frente a la crisis económica”; el tercero, preparado para el 4 de mayo, abordó la situación energética del continente, y el cuarto, publicado el 1 de junio, recogió las historias que cada emisora contó a través de los reportajes titulados “Un día con un europarlamentario”. Toda esta información se acompañó con otra más funcional entre la que se abordaron, por ejemplo, las candidaturas que se presentaban a las elecciones, explicaciones sobre cómo se organizaba el voto o cuantos escaños elegía cada país y encuestas y otro tipo de apartados que buscaban la participación de los internautas.

El tercero de los grandes eventos de Euranet tuvo lugar el 6 de octubre de 2010 en la sede del Parlamento Europeo en Bruselas<sup>317</sup>. A diferencia de los dos anteriores, la complicación de esta cita fue mayor puesto que por entonces la red de radios contaba ya con once grupos de trabajo y cada uno de ellos había preparado una aportación al programa que sonaría en su idioma. El programa llevó por título “La recuperación económica: el desafío de Europa” y en él participaron las 15 emisoras que ya formaban parte de la red.

La gran mayoría de los grupos de trabajo apostaron por hacer entrevistas en directo realizadas desde el improvisado estudio de radio que se creó en uno de los pasillos del Parlamento Europeo en Bruselas. Ese espacio se acondicionó además para que pudieran asistir estudiantes universitarios que, de una forma imprevista que sorprendió incluso a la dirección de Euranet, terminaron convirtiéndose en los principales protagonistas del evento. Preguntaron a cada uno de los entrevistados en el programa sobre las cuestiones que les preocupaban y sobre la implicación de la juventud en los asuntos europeos. Y lo hicieron además de una forma totalmente improvisada y más teniendo en cuenta que era la primera vez que tomaban partido en un programa de estas características.

---

<sup>317</sup> Quince radios europeas integradas en Euranet analizan los retos que afronta la UE ante la crisis. <http://www.euractiv.es/noticias/sociedad/noticia.php?noticia=1499> (visitado el 2 de noviembre de 2013)

Conducido por los periodistas Beata Plomecka (Polskie Radio) y Michael Manske (RSI), el formato del programa fue similar al originario de noviembre de 2008, y en este caso entre los invitados se contó con la presencia de la comisaria de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía, Vivianne Redding (a la que entrevistó en diferido el propio director general de Euranet, Erlends Calabuig<sup>318</sup>) y del comisario de Agricultura, Dacian Ciolos, además del entonces presidente del Parlamento, Jerzy Buzek y el presidente del Consejo de Europa, Herman Van Rompuy (este último a través también de una grabación). Además, la participación de los jóvenes en los asuntos europeos y la acción ciudadana centraron gran parte del contenido del programa en el que, como se ha dicho, se intercalaron entrevistas, pequeños debates, reportajes y preguntas del público.

El resultado del evento fue bastante satisfactorio como reconoció tres días después el director general de Euranet, Erlends Calabuig, en una entrevista concedida al diario *El Norte de Castilla*. En ella, Calabuig se felicitaba sobre todo por la implicación de los estudiantes a los que se les brindó la oportunidad de que “hicieran preguntas que afectaran a su futuro, sobre la legislación, la vida cotidiana, etcétera, y que tuvieran acceso a quienes deciden. Es decir, que pudieran formularles sus preguntas, aunque a veces fueran cuestiones polémicas pero que eran importantes porque, si eso no se conseguía, habría un desfase entre las instituciones y los ciudadanos<sup>319</sup>”.

Con el acierto en la cabeza de haber implicado a los jóvenes estudiantes en los programas de Euranet y superado el ecuador del proyecto, se produjo un punto de inflexión en el contenido de estos grandes debates organizados por la red. Desde ese momento, las emisoras socias pasarían a ocupar un segundo plano en estos eventos, cediendo el protagonismo a los estudiantes a través del círculo universitario que la red había creado. De hecho, ellos fueron los que firmaron el cuarto gran evento de Euranet celebrado en Bruselas en abril de 2011, donde la gran novedad fue precisamente esa,

---

<sup>318</sup> [www.youtube.com/watch?v=mo8PtFQsS6s](http://www.youtube.com/watch?v=mo8PtFQsS6s)

<sup>319</sup> El Norte de Castilla, 3 de octubre de 2010. “Queremos crear una identidad común en una radio descentralizada”.



la incorporación de la red de radios de varias universidades europeas y el protagonismo de los jóvenes estudiantes.

Euranet había reunido una amalgama de colaboradores en el ámbito estudiantil, coordinados por el polaco Adam Burakowsky, y había ampliado el número de radios universitarias colaboradoras con un grupo muy activo profesionalmente sobre todo desde el Parlamento Europeo desde donde trabajaban algunos de los nuevos colaboradores de la red.

Así, en abril de 2011 se celebró el primer evento de estas características bajo lo que se denominó *Connecting U and the EU*, una iniciativa protagonizada y destinada a los jóvenes como actores de la futura Europa. Desde ese momento y hasta el final del proyecto, celebraron más de una veintena de debates en los que participaron miembros del Parlamento Europeo moderados por jóvenes estudiantes vinculados a Euranet.

Los organizadores vieron que esta era la fórmula más acertada para garantizar la participación juvenil en los asuntos comunitarios (algo de lo que estaban muy pendientes las instituciones europeas, como había señalado en más de una ocasión la vicepresidenta Viviane Redding<sup>320</sup>) y que contribuía además a satisfacer las demandas y dudas de los jóvenes europeos. Desde ese momento, la preocupación de Euranet giró también en torno a esa idea.

---

<sup>320</sup> Entrevista de Erlends Calabuig a Viviane Redding [www.youtube.com/watch?v=mo8PtFQsS6s](http://www.youtube.com/watch?v=mo8PtFQsS6s)



Imagen del primer debate universitario celebrado en abril de 2011, conducido y moderado por jóvenes, dentro de lo que se denominó *Connecting U and the EU*

Otro de los programas especiales destacados durante los primeros años de Euranet fue el que la red de radios realizó desde Oslo el 10 de diciembre de 2011 coincidiendo con la entrega del Premio Nobel de la Paz a la Unión Europea. Por ese motivo, el presidente de la Comisión, José Manuel Durao Barroso, concedió una entrevista a Euranet y la aprovechó para lanzar el mensaje en el que venía insistiendo desde hacía tiempo. Con el ánimo de fomentar la conciencia comunitaria, Barroso pidió, entre otras cosas, un debate europeo en los países miembros en lugar de 27 debates nacionales sobre Europa.

Finalmente, y durante todo el desarrollo del proyecto, a todos estos programas, la red de radios sumó otros acontecimientos que cubrieron de forma conjunta para todos los socios de la red y que el Comité Editorial incluyó también dentro de la programación específica de Euranet. Fue el caso de la cumbre sobre cambio climático de Oslo, en

2011, o el primer debate ciudadano que Viviane Redding protagonizó en Cádiz el 28 de septiembre de 2012 con motivo del 200 aniversario de la Constitución de Cádiz y al que dio continuidad en el resto de países de la Unión Europea con actos similares en otras capitales europeas.

En definitiva, la programación que se podría denominar cien por cien Euranet, entendiéndolo por tal la que se elaboraba a partir de la colaboración entre las emisoras con un enfoque claramente multicultural y paneuropeo, evolucionó durante los cinco años de desarrollo del proyecto.

De la suma de producción entre radios coordinada por el Comité Editorial, que marcó el primer gran programa Euranet, se pasó a la labor autónoma de un grupo de jóvenes universitarios, coordinados igualmente por la red, sin perder de vista ese enfoque multicultural, pero con una cadencia menor en el tiempo. La cita se celebraba una vez al mes, mientras que durante la primera parte del proyecto la media era de un gran programa al año.

Desde la Comisión Europea no se hizo ninguna interpretación exhaustiva sobre este cambio de tendencia puesto que respondía a una decisión puramente interna y propia de la red de radios<sup>321</sup>. Bien es verdad que, con la llegada de Viviane Redding al departamento encargado de la comunicación, los socios habían constatado una cierta preocupación por la ciudadanía y, especialmente por los jóvenes, por parte de la institución comunitaria.

Aunque en ese momento el español Diego Agúndez no se encontraba trabajando en la Comisión Europea, era periodista de la Agencia Efe destinado a Bruselas, él insiste en que no tiene por qué haber una relación causa efecto entre los objetivos de la Comisión Europea y el cambio de protagonistas de los programas comunes realizados por Euranet. Desde su experiencia asegura que, al no contemplarse dentro del acuerdo

---

<sup>321</sup> Entrevista a Diego Agúndez, responsable del seguimiento de Euranet Plus en la Dirección General de Comunicación (DG COMM) de la Comisión Europea. 20 de enero de 2014.

firmado entre ambas partes, no tendría por qué haber una reacción por parte de la Comisión Europea. Insiste en la independencia informativa de la red y justifica este argumento en base a ello:

“Yo no estaba en Euranet pero te puedo decir que este giro y punto de inflexión no responde a una cláusula contractual, a lo que tendrían que responder es a cumplir con el contrato. Euranet empezó a interactuar con estudiantes pero para nosotros lo fundamental continúa siendo la actividad de las radios. Que el contratista decide ampliar sus acciones con una red universitaria, bienvenido sea, pero no es una cosa que nosotros podamos exigir<sup>322</sup>”.

---

<sup>322</sup> *Ibidem.*

## 2. Euranet: de consorcio de radios a grupo de empresas.

El 1 de julio de 2009, *Deutsche Welle*, una de las dos grandes radios fundadoras de Euranet, quedó oficialmente fuera de Euranet. Ninguno de los socios lo hubiera podido creer antes de que ocurriera, ni mucho menos haber imaginado la tensión que se viviría durante varios meses como consecuencia de este hecho.

Todo surgió un año después de arrancado el proyecto, cuando apareció un movimiento entre varios miembros del consorcio que solicitaron un cambio de estructura jurídica para la red de radios porque habían constatado que el avance de Euranet estaba perjudicando en algunas cuestiones al propio funcionamiento interno de sus emisoras. Se había observado que la toma de decisiones del grupo era demasiado lenta, entre otras cosas, por lo que algunos denominaron la “excesiva democracia” que obligaba que todos los socios se pronunciaran sobre todas las cosas aunque éstas fueran consideradas de menor importancia. Este hecho ralentizaba demasiado el avance de la red que llegó a cuestionarse cómo mantener esa democracia interna pero haciéndola más llevadera. Nadie podía tomar una decisión sin que se hubiera consultado a todas las emisoras cuantas veces hiciera falta. En la práctica, no se trataba de perder autonomía o importancia entre ellos, sino de agilizar la evolución del proceso, según los miembros de la red.

Por otro lado, y en el peor de los casos, el hecho de que una emisora pública fuera parte de un consorcio colisionaba con la normativa jurídica nacional en algunos países. En Polonia, por ejemplo, según explicó el director general de Polskie Radio, Jerzy Targalsky, este hecho estaba ocasionando problemas financieros y de contabilidad a su emisora.

Ante la posibilidad de cambiar las cosas y la necesidad de reflexionar sobre cómo hacerlo, algunos de los socios creyeron que el asunto debía tratarse en el seno del *Management Committee* al que solicitaron por escrito que celebrara una reunión extraordinaria. En la misiva que Polski Radio envió al resto de miembros del *MC*

solicitando esa reunión explicaba que, como consecuencia de la normativa legal de su país, se habían registrado serias contradicciones que afectaban a la tramitación de varios impuestos en su empresa, lo que generó problemas de contabilidad en la misma.

A esa misma idea se había sumado Punto Radio Castilla y León, que unos días antes había remitido otra carta al mismo comité en la que alegaba cuestiones de organización y funcionamiento interno para solicitar un cambio en la estructura legal del consorcio. La incapacidad de ser operativos con una estructura tan amplia en la toma de decisiones ralentizaba, a su juicio, la puesta en marcha de la red<sup>323</sup>.

El director general de la emisora, Florencio Carrera<sup>324</sup>, pedía a los miembros de *Management Committee* que se pudiera discutir en el seno de este órgano la posibilidad de estudiar la evolución del Consorcio hacia una entidad legal bajo otra fórmula jurídica que tuviera más que ver con el funcionamiento autónomo de una empresa. Con ese motivo propuso convocar una reunión extraordinaria que se celebró a través de una conferencia telefónica (posibilidad que se recoge en el artículo 8.5 del acuerdo de creación del Consorcio rubricado en Bruselas el 25 de julio de 2007 entre los miembros del European Radio Project) y en la que se justificaron razones de gobernabilidad, flexibilidad y desarrollo de la marca propia de Euranet, para iniciar el camino de conversión hacia lo que sería un grupo de empresas cuya fórmula es conocida en Europa como una EEIG (European Economist Interest Grouping, en sus siglas en inglés).

La reunión del *MC* a través de multiconferencia tuvo lugar a las tres de la tarde del 7 de noviembre de 2008. En ella participaron los cinco miembros del *MC* que habían sido elegidos en el encuentro de Valladolid (Erlends Calabuig –que coordinó todo el encuentro–; Petra Kohnen, y los representantes de Polskie Radio, RNW y Punto Radio Castilla y León). Todos ellos reconocieron que había que tratar este asunto como una

---

<sup>323</sup> El director general de Punto Radio Castilla y León envió una carta el 4 de noviembre de 2008 a los miembros del *Management Committee*.

<sup>324</sup> Entrevista con Florencio Carrera, 19 de septiembre de 2013.

prioridad puesto que, aunque el debate de las dos cartas enviadas al comité se habían incluido en el orden del día de la reunión como último punto, los miembros decidieron abordarlo en primer lugar. Cuatro eran los otros asuntos a tratar: presupuesto, marketing, internet y plataforma de intercambio de sonidos.

En esa conversación, el director general de la radio polaca compartió con el resto de miembros las dificultades a las que se enfrentaba su emisora debido a ciertas incompatibilidades legales desde el punto de vista económico que ponían en riesgo la pérdida de hasta el 20% de su presupuesto, según el relato de los participantes. Posteriormente, la emisora española pidió una dirección única que pudiera agilizar la toma de decisiones para dinamizar el trabajo interno y la puesta en marcha de los proyectos que se aprobaban en el seno de la red. Los socios entendían que el hecho de ser tantos miembros con la misma capacidad de decisión, desde el punto de vista ejecutivo, ralentizaba mucho el funcionamiento del mismo. Al final, tras una discusión interna dentro del *Management Committee*, decidieron solicitar al equipo de abogados de Euranet un estudio sobre qué tipo de estructura legal podría ser la más adecuada para que los socios de la red de radios vieran resueltos esos problemas y pudiera ser operativa para el resto de los miembros de Euranet.

Los abogados tardaron menos de veinte días en resolver que la mejor fórmula jurídica hacia la que podía derivar el consorcio era un Grupo Europeo de Interés Económico, un EEIG (European Economist Interest Grouping). A su juicio, esta nueva fórmula jurídica garantizaba la independencia editorial del grupo respecto tanto a las propias radios que formaban parte de él, como a la Comisión Europea. Además esta figura permitía un mayor desarrollo como grupo; armonizar las cuestiones legales de cada socio e, incluso, ofrecía la posibilidad de llevar a cabo contrataciones con independencia de lo que internamente hicieran sus socios. De alguna forma, lo que venían a decir los abogados era que el camino de Euranet se podía empezar a construir en solitario y con independencia de lo que ocurriera en cada una de las radios que formaban parte de la red. Sin duda, se estaba dando el gran paso para estabilizar la independencia de Euranet.

La nueva fórmula legal que se propuso permitía más flexibilidad en términos contables al grupo y fue especialmente bien recibida por la UE. De hecho prestaron su máximo esfuerzo para que la reconversión saliera bien a pesar de que, como se verá más adelante, surgieran algunos problemas internos que dificultaron la transición. “Se trataba de que radios independientes cooperaran como una máquina que unía todos los esfuerzos juntos hacia una única dirección”, explica el director general de Radio Rumania Internacional, Eugen Cojocariu<sup>325</sup>, que recuerda aquel momento como uno de los más difíciles de la vida de Euranet debido sobre todo a que el consorcio tenía una estructura muy rígida.

Conocido el informe de los abogados, que se envió unos días después a todos los socios y también a la Comisión Europea, el siguiente paso era analizar los cambios que esa nueva estructura legal supondría para el consorcio y ver si las emisoras estaban de acuerdo. En caso afirmativo, debían dar su apoyo definitivo en el seno del máximo órgano de Euranet que era el *Board of Members*, algo que, según el departamento jurídico, debía producirse antes de que terminara el año 2008. No tardó en saberse después que, tras haber revisado el informe de los abogados, la Comisión Europea convirtió en un mandato la conversión de la red en un grupo de empresas, la EEIG, y dejar de ser un consorcio.

Hasta el momento se habían producido dos hechos importantes que amenazaron con desestabilizar a la red. Ambos vinieron derivados por sendos cambios en la cúpula directiva de Polskie Radio y de Radio France Internationale, además, coincidieron prácticamente en el tiempo. El caso de los galos fue especialmente complicado porque el nuevo presidente de RFI, Alain de Pouzilhac, no recibió de entrada con buenos ojos el proyecto de Euranet, y esto suponía un problema para la red puesto que se estaba hablando del presidente de honor de la red de radios.

---

<sup>325</sup> Entrevista a Eugen Cojocariu en RRI, el 18 de noviembre de 2013.



Sumergidos en una situación de crisis económica general, y con un ambicioso proyecto de recortes en la cabeza, Puzillac no se lo puso fácil a Erlends Calabuig, que entonces seguía siendo personal de RFI, para que continuara con el proyecto europeo. Tuvieron que pasar unas cuantas e intensas semanas en las que la radio francesa parecía que iba a abandonar el barco pero, al final, la capacidad de liderazgo y las habilidades negociadoras de Calabuig consiguieron no solo calmar las tensas aguas dentro de su casa sino que, además, como se vio poco tiempo después, se fortaleció internamente la red tras haber modificado los estatutos del consorcio y haber convertido a Euranet en un EEIG.

“Cuando llegó Alain de Pouzilhac a la presidencia de RFI, ocurrió lo mismo que en otras ocasiones: se reexaminó lo pasado y se quiso tirar por la borda todo lo que se había hecho anteriormente, o cambiarlo totalmente, o cambiar a los que lo habían llevado a cabo. Sin embargo, esto se resolvió a base de diálogo, un poco tenso al principio y más natural y positivo al final, afortunadamente<sup>326</sup>”.

Una vez que todos los socios conocían el informe de los abogados, y solo unos días después de que llegara ese documento a las emisoras, la Comisión Europea, a través del responsable de Mercado y Desarrollo de la Dirección General de Comunicación (DG COMM), Thierry Vissol, se puso en contacto con los dos CEOs de Euranet. Lo hizo a través de una carta fechada el 17 de noviembre de 2008 en Bruselas, escrita en francés, y cuyo único objeto era hablar sobre la reconversión jurídica de la red<sup>327</sup>. La Comisión Europea apoyaba la transformación legal del grupo y como entidad contratante de una serie de servicios asumió en primera persona el impulso de este cambio.

El responsable de la institución comunitaria felicitaba a los dirigentes de Euranet por el funcionamiento de la red de radios y aplaudió el trabajo editorial y la colaboración

---

<sup>326</sup> Entrevista a Erlends Calabuig el 11 de febrero de 2011.

<sup>327</sup> “Création d’un GEIE Euranet, intégration de nouveaux membres- Contrat PN (2007) 28C. Carta fechada el 27 de noviembre de 2008. COMM-C/Th V D(2008) 19852.

entre los socios del proyecto, pero también advirtió de los riesgos que entrañaban para la iniciativa aquella deriva en la que se estaba sumiendo el grupo a partir de la incomodidad que para algunos socios suponían las condiciones legales de un consorcio y los problemas que estaban reportando además los cambios en el liderazgo de algunas emisoras de la red.

Por este motivo, y en esa carta de noviembre de 2008, Visoll llamaba la atención sobre el hecho de que algunos problemas habían puesto en cuestión la permanencia del proyecto<sup>328</sup>, y no ocultaba el riesgo que eso suponía para el desempeño correcto del contrato que ambas partes habían firmado a finales de 2007. Por ese motivo, exigió al *Board of Member* que aprobara la transformación del consorcio Euranet en un EEIG antes de que terminara el año en curso y que lo mantuvieran hasta el final de contrato, en 2012, al entender que solo de esta forma se podría garantizar la estabilidad del proyecto. Esto suponía una carrera contrarreloj dentro del grupo puesto que las emisoras tendrían que adaptarse internamente a los nuevos requisitos legales (en los casos en los que fuera necesario porque así se recogiera en las normativas nacionales) y elaborar unos nuevos estatutos. Todo debía estar terminado antes de que empezara el 2009.

Tanto la Comisión como los directivos de Euranet se dieron cuenta de que bajo la condición de un consorcio la estabilidad de la red era más frágil. Se podría dar el caso (como de hecho amenazó con darse) de que si algunos de los directivos de las radios socias no confiaban en el proyecto, lo podían abandonar y esta salida podría desestabilizar al grupo al no mantener una entidad jurídica fuerte. Es lo que podría haber pasado si con la llegada de Puzillac a RFI se hubiera salido de Euranet. Pero además, tal y como estaba configurado, si alguno de los socios no cumplía con sus compromisos, RFI debía pagar por ello porque fue quien firmó el acuerdo y el responsable de su cumplimiento. De otra manera, y bajo la forma de EEIG,

---

<sup>328</sup> Según Erlends Calabuig, las discrepancias internas de algunas emisoras pudieron dar al traste con el proyecto en más de una ocasión. Además, en esa carta, la Comisión Europea reconoce textualmente que “los problemas internos de algunos socios como consecuencia de ser un consorcio, supone un riesgo importante para el correcto desempeño del contrato”.

entendieron que la red tenía la suficiente autonomía como para avanzar como una empresa con capacidad de gestión y así se lo trasladó Vissol a los miembros de la red.

La Comisión Europea gozaba de la potestad suficiente como para invitar a la otra parte a adoptar una forma jurídica determinada, e incluso esa capacidad llegaba incluso a poder obligar al grupo a revertir a una forma jurídica determinada después de que el contrato se hubiera adjudicado y siempre y cuando esa transformación fuera necesaria para la buena ejecución del proyecto. En este caso, tal y como entendió Vissol, era necesario.

En el seno del consorcio, la petición de la Comisión Europea para que se transformaran en EEIG se entendió como un requerimiento oficial so pena de perder el contrato de servicio al estar al abrigo de cualquier cambio que se produjera en alguna emisora. La dirección de la red entendió que la Comisión, como aportadora de la financiación del proyecto, se tenía que asegurar de que se cumplieran los requisitos recogidos en el contrato y por eso requirió de forma oficial que se transformara el consorcio en empresa.

El mandato se fundamentaba en el conocimiento de determinadas situaciones y cambios que habían vivido internamente casi todas las radios de Euranet que terminaron despertando la necesidad de disponer de una gobernanza independiente que garantizara el seguimiento del proyecto. Y eso es lo que, durante todo el tiempo después, le dio la estabilidad total a Euranet.

La sorpresa (para algunos<sup>329</sup>) fue que, unos días después de conocer la carta que Thierry Vissol había enviado a Erlends Calabuig y Petra Kohlen, el director general de DW, Eric Betterman respondió a la misiva de la Comisión Europea con otra carta,

---

<sup>329</sup> Thierry Vissol y Eric Betterman junto a otros miembros de Euranet, como Erlends Calabuig o Petra Kohlen ya habían hablado previamente de las dificultades que suponía para algunos socios ser parte de un consorcio. Fue uno de los asuntos que se abordaron incluso antes de que naciera Euranet y la última vez que se había hablado, según una carta que Thierry Vissol envió a Eric Betterman el 8 de diciembre de 2008, fue en abril de ese mismo año, nada más arrancar el proyecto.

fechada a principios de diciembre de 2008<sup>330</sup>, y en la que aseguraba que DW no encontraba ventaja alguna en la transformación de Euranet en un EEIG y que, en su opinión, los problemas internos por los que estaba atravesando la red de radios se podrían resolver mejor modificando algunos puntos del acuerdo de consorcio que habían firmado un año antes. No obstante, si persistía la idea de crear un EEIG, Betterman propuso que antes de tomar alguna decisión se hiciera un profundo análisis sobre las ventajas que eso supondría para el grupo.

El director general de DW descartaba que su radio pudiera adaptar jurídicamente el contrato de consorcio a un EEIG antes de que terminara el año 2008 y advertía de que si eso ocurría, Deutsche Welle estaba obligada a solicitar el permiso del órgano superior de la emisora, algo que en ningún caso sería posible antes de febrero de 2009. A su juicio, los plazos que había concedido la Comisión Europea para transformar jurídicamente el grupo eran insuficientes y, por eso, comunicó al resto de socios y a la propia institución comunitaria que su emisora se declaraba inhabilitada por razones jurídicas para anunciar una declaración sobre la creación de un EEIG tal y como había pedido la CE y se tenía que aprobar en el máximo órgano de dirección de Euranet, el *Board o Members*.

Thierry Vissol y Eric Betterman ya habían discutido sobre este asunto con anterioridad y, de hecho, en la carta que el responsable de la Comisión Europea envió el mismo día que recibió la misiva del director general de DW, recordaba las conversaciones que de manera personal, habían manteniendo ambos dirigentes desde que se puso en marcha el proyecto<sup>331</sup>. Aún así, y por escrito, Vissol justificaba la decisión de la Comisión de requerir que Euranet se convirtiera en EEIG porque había razones legales, fiscales, editoriales y de gestión para llevar a cabo un procedimiento así, y se mostraba convencido de que esa era la mejor fórmula jurídica para salvaguardar los intereses de todos los socios. Tampoco le dio muchas más opciones

---

<sup>330</sup> La carta, a la que he tenido acceso, entra dentro de la correspondencia confidencial de la red de radios, de ahí que esta cita solo pueda aludir a la fecha de publicación, el 8 de diciembre de 2008.

<sup>331</sup> Igual que en el caso anterior, la misiva de Thierry Vissol entra dentro de una documentación de difícil acceso que corresponde únicamente a Euranet

al dirigente alemán. Además, recordaba Vissol que el EEIG era una figura utilizada en muchos contratos con la Comisión, que garantizaba la flexibilidad del grupo y la posibilidad de sumar nuevos socios. Esto en definitiva, era un mandato que, por contrato, debía ir cumpliendo Euranet.

Los argumentos de la Comisión se vieron además reforzados porque la gran mayoría de los socios de Euranet habían comunicado ya su confianza en el proceso de transformación. Este hecho envalentonó a Vissol, que le hizo saber a Betterman su lamento porque el alemán no viera ventajas en la modificación que estaba proponiendo la institución. La situación llegó a tensarse hasta tal punto entre ambos dirigentes que, en un momento determinado, la Comisión Europea dio un golpe encima de la mesa y le trasladó al director general de DW que no había ninguna otra alternativa más que la de transformarse en EEIG para garantizar la permanencia del proyecto. Era la única fórmula posible para evitar problemas como los que se estaban planteando en ese momento.

La decisión, no obstante, como recordaba Vissol<sup>332</sup>, era del *Board of Members* de Euranet, que por entonces ya había fijado la fecha de reunión para analizar el asunto y valorar el nivel de adhesión al cambio. La reunión se celebraría el 29 de diciembre de ese año, en Bruselas. Aún así, y teniendo en cuenta la sugerencia de ampliación de plazos y los problemas internos a los que se enfrentaba la radio alemana, la Comisión Europea decidió ampliar hasta el último día de junio de 2009 el periodo para que los socios de la red de radios dieran una respuesta definitiva respecto a su incorporación o no al EEIG<sup>333</sup>. Lo que no modificó la Comisión fue la fecha de entrada en vigor de la nueva fórmula legal para la red, que debería estar operativa desde el comienzo del nuevo año con los socios que ya hubieran anunciado y ratificado su adhesión. Esto significaba que, durante el primer semestre de 2009, se podrían mantener las mismas normas de funcionamiento establecidas en el consorcio para las emisoras que no hubieran podido resolver con anterioridad su adhesión al grupo de empresas.

---

<sup>332</sup> *Ibidem*.

<sup>333</sup> Esta decisión se recoge en el Minutes del Board of Members celebrado el 29 de diciembre en Bruselas

Aún así, y ante las sospechas de que no todos los socios se subirían al carro de la nueva entidad legal, la Comisión recordó<sup>334</sup> que en los casos en los que eso ocurriera, las radios deberían asumir las consecuencias. Su único interés era que Euranet mantuviera su trabajo en las mejores condiciones y estas se incluían, según la Comisión, en la fórmula de EEIG.

Conscientes o no en ese momento de lo que supondría la reacción de DW ante el mandato de la Comisión Europea, lo cierto es que los socios se dieron cuenta unas semanas después de que estaban viviendo la primera gran crisis de Euranet que derivó en la división interna del grupo por parte de algunos socios y, finalmente, en el abanono de la emisora alemana.

Por entonces, Bettermann había iniciado una serie de contactos con las radios afines, sobre todo con RNW, tratando de sumarla a su causa, y lo consiguió, aunque con matices. Tanto es así que, tras una reunión celebrada en París entre los máximos dirigentes de las tres grandes emisoras del proyecto – Alain de Pouzilhac (RFI), Erik Bettermann (DW) y Jan Hoek (RNW)-, el director general de la radio holandesa envió una carta al responsable de la Comisión Europea, Thierry Vissol, apoyando los argumentos de Bettermann para ralentizar la conversión de Euranet en EEIG.

En esa misiva, Hoek aseguraba que compartía las mismas preocupaciones que habían expresado ya su colega alemán en su carta datada a principios de diciembre de 2008 y por ese motivo apoyaba que se retrasara la firma del contrato como EEIG hasta que se resolvieran todos los asuntos que se habían abierto<sup>335</sup>.

---

<sup>334</sup> A través de la misiva enviada por Thierry Vissol en respuesta a la misiva de Betterman que entra dentro del patrimonio privado de Euranet.

<sup>335</sup> Carta de Jan Hoek enviada a Thierry Vissol con fecha 18 de diciembre de 2008 y bajo el encabezamiento ‘Creation of a Euranet-EEIG’.

Tampoco esta carta pareció sorprender en exceso a Vissol, que respondió inmediatamente al director general de RNW mediante un correo electrónico<sup>336</sup> en el que puso en copia a los dos CEO de Euranet –Petra Kohnen y Erlends Calabuig- y a través del cual volvía a insistir en los mismos argumentos que ya le había ofrecido previamente a Eric Betterman. Apuntaba, no obstante, que la conversión a EEIG ya había sido discutida entre algunos socios antes incluso de que se firmara el acuerdo de consorcio en julio de 2007 y que, dados los problemas internos que habían surgido en el seno de algunas emisoras, la mejor fórmula para resolverlos seguía siendo la creación de ese grupo de empresas.

Visoll recordó a Hoek que había algunos miembros de la red que habían alegado razones fiscales, económicas o de gestión para mejorar la gobernanza interna del grupo y eso implicaba que se debía encontrar una solución adecuada. Insistió en que la mejor propuesta era un EEIG, una forma legal de asociación que había sido creada por los directivos de la UE para responder precisamente a este tipo de problemas y que se había aplicado ya en varios contratos entre la Comisión y otros tipos de redes paneuropeas.

El dirigente de la DG COMM argumentaba, además, que esta fórmula jurídica resolvía muchos problemas relacionados con la responsabilidad editorial, de gestión, etc, y que respondía plenamente a los objetivos de colaboración. Contaba además con otro argumento a su favor y era que era aceptada por todos los estados miembros como fórmula legal, con lo cual, no había obstáculos reales de este tipo para el cambio de consorcio a EEIG.

Los argumentos de Vissol se vieron reforzados, además, no solo por el apoyo con el que sabía que contaba entre los dos CEOs de Euranet (de hecho Erlends Calabuig se convirtió en un miembro especialmente activo entre las emisoras para asegurarse el cambio de naturaleza jurídica), sino porque a finales de año, y antes incluso de llegar a

---

<sup>336</sup> De la misma forma que en el caso de las cartas, he podido acceder a este correo electrónico, patrimonio confidencial de Euranet.

la cita del 29 de diciembre en Bruselas del *Board of Members*, más de la mitad de los socios de Euranet ya habían manifestado su intención de acogerse a los nuevos estatutos del EEIG que previamente habían remitido los abogados de la red de radios para su estudio y consideración<sup>337</sup>.

Aún así, Bettermann, conociendo el riesgo de quedarse solo en su batalla, insistió en su estrategia de prolongar el asunto en el tiempo y puso en contacto a sus abogados con los responsables de la Comisión Europea con la excusa de exigir una mayor claridad en determinadas cuestiones. De nuevo fue Thierry Vissol el que contestó a DW y en un correo remitido a la emisora alemana el 12 de diciembre que pedía que fuera distribuido entre el resto de socios de la red, el responsable de la DG COMM recordaba que era una obligación recogida en el contrato de servicios celebrar una reunión del *Board of Members* antes de que terminara el año y volvía a exigir que en ese encuentro se analizara y se votara la conversión legal de Euranet.

Vissol descartaba cualquier contradicción legal entre esta figura y la normativa germana puesto que, como recuerda en ese mismo correo electrónico, y tras asegurar que había consultado con una gran firma alemana que no cita, la red de televisión Arte estaba organizada como un EEIG formado por dos miembros Arte-Deutschland y Arte-France. Consideraba por tanto que la radio alemana no tenía más argumentos que los plazos de tiempo para unirse al grupo de empresas en el que debía transformarse Euranet y ya había reiterado en varias ocasiones su confianza por que esto sucediera así.

La transformación de Euranet en un EEIG suponía la redacción de unos nuevos estatutos que contemplaran la nueva naturaleza de la red y de los que se encargó el equipo de abogados. Estos nuevos estatutos se aprobaron en el encuentro de Bruselas de marzo de 2009, y fue a partir de entonces cuando empezaron a cambiar las cosas. Una comparativa entre este documento y el de los Estatutos de 2007, los originales,

---

<sup>337</sup> Los comunicados de adhesión a la EEIG se hicieron, en la mayoría de casos, de forma verbal hasta ser ratificados en el acuerdo sellado en el acta del Board of Members de Bruselas del 29 de diciembre.



pone de manifiesto una serie de modificaciones importantes que se detallan a continuación.

Según los nuevos estatutos que definían la nueva red de radios como EEIG, el principal cambio entre una y otra naturaleza jurídica radicaba, en la práctica, en los procesos de gestión del proyecto. Transformarse en EEIG convertía el funcionamiento de Euranet en lo más parecido a una empresa normal.

Como novedades, los nuevos estatutos designaban Bruselas como sede social del grupo de empresas<sup>338</sup>, donde Euranet acabaría colocando su principal oficina, y descartaban una fecha para el final de existencia<sup>339</sup> de la red, algo que en el primer acuerdo de asociación como consorcio se fijaba en el 31 de diciembre de 2012. Ese era el momento en el que se clausuraba el primer contrato firmado con la Comisión Europea.

Este hecho abría la posibilidad a Euranet para seguir funcionando como empresa y realizar proyectos de este tipo una vez que hubiera finalizado su relación con la Comisión Europea e, incluso, a la par. Y de hecho fue así porque durante los cinco años del acuerdo con la Comisión, la red de radios realizó algunos trabajos con otras direcciones generales de la institución comunitaria y después mantuvo una fundación que se creó en el seno del grupo.

Más adelante se explicarán los nuevos contratos que se firmaron con la Fundación Euranet entre los que se incluye por ejemplo un acuerdo con el Parlamento Europeo a finales de 2012 para seguir haciendo información europea basada en la preparación de los comicios comunitarios de 2014 tal y como se verá en este capítulo. Para este proyecto no se mantuvieron todos los socios del grupo, de hecho solo quedaron cinco idiomas, pero eso no impidió que Euranet, como empresa, siguiera funcionando.

---

<sup>338</sup> Artículo 3 de los nuevos estatutos EEIG Euranet de 2009.

<sup>339</sup> Artículo 4 de los nuevos estatutos EEIG Euranet de 2009. “Una vez que el Board of Members del consorcio acepte la liquidación del mismo, el EEIG entrará en vigor por un tiempo ilimitado”.

Otra de las principales modificaciones que incluían los nuevos estatutos de EEIG tenía que ver con la propia estructura de la empresa. Para empezar, según la propuesta inicial, los dos socios fundadores –DW y RFI- mantendrían las presidencias no ejecutivas que ya se habían acordado con la firma del contrato de consorcio y lo harían durante un tiempo ilimitado<sup>340</sup>. Además, seguirían siendo los representantes institucionales del grupo aunque en los casos en los que no pudieran defender esta labor podrían delegar en alguno de los cinco vicepresidentes que por primera vez se creaban en Euranet. Tres de esas vicepresidencias eran permanentes y correspondieron a Radio Netherland Wereldomroep (RNW); Polskie Radio y Punto Radio Castilla y León. Y las otras dos, eran temporales cuyos miembros tenían que ser elegidos por el *Board of Members* durante un periodo de 12 meses aunque podrían ser renovados también durante un tiempo ilimitado. Ninguna de estas figuras, ni presidentes ni vicepresidentes, obtendrían remuneración alguna por las labores de representación, según los nuevos estatutos.

Junto a las vicepresidencias, el EEIG Euranet creó una nueva figura dentro de la estructura orgánica de la red que denominaron los “escrutinadores”, es decir, una especie de auditores internos cuya obligación se centraba en revisar la contabilidad y garantizar la buena gestión de las cuentas. Ioannis Spanolios (Skai Radio) y Srecko Trglec fueron elegidos por un periodo de cinco años entre los miembros del *Board* para llevar a cabo esta tarea que consistió además, en servir de enlace entre los auditores externos y los CEO de Euranet. Tampoco recibirían remuneración alguna por parte de la red.

Y, por último, la gran modificación de los estatutos EEIG<sup>341</sup> tenía que ver con los CEO. En primer lugar, su definición aparecía desligada de la radio a la que pertenecían y de hecho, mientras que en los estatutos de 2007 se hablaba del Consorcio CEO (RFI) y del Consorcio CEO (DW), en el nuevo documento se denominaban CEO encargado de asuntos financieros y CEO encargado de asuntos

---

<sup>340</sup> Esto se tuvo que modificar después porque DW no se adhirió al EEIG Euranet y abandonó el proyecto.

<sup>341</sup> Estatutos EEIG Euranet de 2009

editoriales. Aunque, a priori, este cambio de denominación pareciera no tener mayor trascendencia, en realidad sí que la tenía porque el gran cambio que encerraba este concepto significó el desarraigo de la radio matriz y la consecución de la independencia empresarial del grupo. Es decir, la dirección de Euranet se convertía en un órgano autónomo y desligado de la emisora de la que procedieran las personas que ocuparan esos cargos.

Estos CEO asumían por primera vez las obligaciones de representar al grupo en las relaciones externas<sup>342</sup> e incluso podían firmar acuerdos y documentos en nombre del EEIG a pesar de que en algunos casos debían hacerlo previo consentimiento del *Management Committee*. De nuevo, este hecho supuso un paso de gigante respecto a la independencia de los directivos de Euranet que, como recogía el artículo 6 de los primeros estatutos, nacieron como cargos orgánicos sin posibilidad ejecutiva.

Igualmente importante fue la desaparición del artículo 11.2 del acuerdo inicial de 2007 en el que se designaba a RFI como única representante del consorcio en materia de presupuesto ya que con los nuevos estatutos sería el CEO encargado de los asuntos financieros el que se responsabilizara de estas cuestiones. Tampoco sería necesario que el *Management Committee* redactara un informe anual de las cuentas antes de ser aprobadas como se había acordado en el primer documento de asociación de las radios, lo que supuso, a todas luces, el refuerzo del CEO financiero.

Una vez que se pusiera en marcha la nueva fórmula jurídica de la red de radios, las remuneraciones de los CEO pasarían a ser competencia del EEIG Euranet y también su posible destitución o renuncia. De hecho, el artículo 8.2.2. de los nuevos estatutos reconocía que podían ser despedidos en cualquier momento siempre y cuando se obtuviera el apoyo de una mayoría de dos tercios del *Board of Members*. Nadie pensó entonces que se pudiera recurrir a este artículo en algún momento a lo largo de la vida de Euranet pero, como se verá en el siguiente apartado, se hizo una vez, cuando el

---

<sup>342</sup> *Ibidem*.

grupo decidió despedir a Petra Kohlen, unos meses después de la salida de DW del grupo, aunque por diferente motivo.

Lo que no se modificó en los nuevos estatutos fue el objetivo de la red de radios que en el nuevo documento seguía siendo “la coordinación de radios europeas para mejorar la cobertura de los asuntos europeos a través de la creación y difusión de contenidos producidos y transmitidos a través de una base no centralizada y bajo el nombre de Euranet<sup>343</sup>”.

Conociendo ya todos esos detalles y modificaciones de los estatutos, los representantes de las emisoras acudieron a la reunión del *Board of Members* que se celebró el 29 de diciembre de 2008 en la sede de la RTBF en Bruselas. Allí, la mayoría de los socios hicieron público su apoyo al EEIG (todas las radios excepto DW y RNW) y acordaron que la nueva fórmula jurídica fuera efectiva a partir del uno de enero del año entrante. No obstante, esas dos emisoras reiteraron las dificultades que suponía para ellas adherirse a ese nuevo formato jurídico y teniendo en cuenta que la Comisión contemplaba esa posibilidad, el *Board of Members* habilitó un periodo de prórroga de dos meses para que los socios resolvieran sus problemas internos y se pronunciaran en la siguiente reunión, convocada para principios del mes de marzo también en Bruselas, si se sumaban o no al nuevo proyecto.

Durante ese periodo transitorio, las emisoras que ya habían firmado su apoyo al EEIG funcionaban como grupo de empresas, mientras que las que no lo habían hecho todavía seguían manteniendo las mismas normas que se establecieron con la firma del consorcio. No obstante, como se ha dicho, esta interinidad tenía fecha de caducidad y debía resolverse en un plazo de dos meses, tiempo durante el cual la Comisión Europea debía preparar un documento que firmaría con los CEO de Euranet para modificar el contrato de servicios rubricado el 14 de noviembre de 2007 y adaptarlo a la nueva fórmula jurídica de la red de radios.

---

<sup>343</sup> Artículo 6 de los nuevos estatutos EEIG Euranet de 2009.

Tal y como se decidió en el *Board of Members* del 29 de diciembre, ese tiempo debería ser aprovechado por las radios dudosas para consultar con sus superiores, hacer nuevas propuestas a los estatutos de asociación del EEIG y terminar de tomar una decisión respecto a si se adherían o no al grupo de empresas. Sin embargo, DW utilizó estas semanas para insistir en la desestabilidad de la red y no cejó en su empeño de manifestar su contrariedad por la exigencia de la Comisión Europea de modificar la entidad jurídica de la red, como relata Erlends Calabuig.

“Por parte de DW hubo mucha presión sobre los otros socios, e incluso sobre la idea de que “nosotros somos líderes, escuchadnos”; hablaba la gran potente DW. Por este motivo hubo por parte de las otras radios una especie de malestar al preguntarse quién era la DW para elegir en lugar de las emisoras su propio destino.

¿Cedió alguna radio a estas presiones?

No. Ninguna radio cedió a esa presión<sup>344</sup>.”

Aún así, la presión de la que hablaba Calabuig fue tal que terminó alterando la primera reunión de los socios del nuevo *Board of Members* (ya como EEIG) que celebraron a mediados del mes de febrero en Madrid para preparar la cita de principios de marzo, en la que se cerraría definitivamente todo el proceso de transformación en EEIG y se recuperarían las cuestiones que, por este motivo, habían quedado atrasadas: el presupuesto del 2009 y la incorporación de nuevos socios a la red, dos asuntos sobre los que el *Board* y la Comisión Europea decidieron no avanzar hasta que no se resolviera la conversión de la fórmula legal del consorcio.

Erik Betterman no acudió a la cita de Madrid, ni tampoco lo hizo el director general de RNW, Jan Hoek, porque ninguno de los dos se había adherido todavía al EEIG, pero sí que envió una carta<sup>345</sup>, dirigida al resto de miembros del *Board of Members*, en

---

<sup>344</sup> Entrevista a Erlends Calabuig el 11 de febrero de 2011.

<sup>345</sup> La misiva entra dentro del patrimonio confidencial de Euronet al que he podido tener acceso. La misiva se fechó el 16 de febrero y según los asistentes al encuentro en Madrid, el director general de Euronet, la dio lectura durante la asamblea.

la que explicaba que, tras haber analizado los estatutos de Euranet como EEIG, había descubierto determinadas cuestiones legales que impedían a DW ser miembro del EEIG. Y lo hizo a pesar de que la emisora estuvo representada en el encuentro en la figura de Petra Kohlen, CEO de Euranet pero también miembro de la radio alemana. Aún así, Bettermann optó por la explicación escrita.

En la carta<sup>346</sup>, el director general germano insistía en que DW no consideraba para nada necesaria la transformación del consorcio y alertaba de que el hecho de haberlo firmado terminaría acarreando problemas a los socios de Euranet.

Bettermann asumía que la mayoría de sus compañeros (diez de los doce socios) habían apoyado en el *Board* de fin de año la transformación en EEIG de Euranet pero, lejos de achantarse, insistió en desautorizar esa conversión, tomando como referencia, entre otras cosas, la legislación alemana. En su carta compartió con el resto de socios el análisis que su equipo de abogados había realizado de los estatutos del EEIG y que concluía en que esa modificación legal no era la mejor solución.

Tras conocer ese escrito, el resto de sus compañeros de la red reunidos en Madrid acordaron redactar igualmente una carta en respuesta a la de Bettermann en la que justificaban precisamente lo contrario<sup>347</sup>. Por primera vez, los socios de las diez radios firmaron esa carta de respuesta al director general de DW como “los miembros fundadores del EEIG”.

Para empezar, y atendiendo a la consideración de DW de que no era absolutamente necesaria la transformación de Euranet en EEIG, los socios fundadores desacreditaron tal afirmación apoyándose en el hecho de que diez de las doce emisoras socias ya se habían adherido y además el *Board* había aprobado en la reunión de diciembre que se empezase a funcionar como tal desde principios de año. Los representantes de las diez

---

<sup>346</sup> *Ibidem*.

<sup>347</sup> La carta de respuesta de los socios de la EEIG se incluye dentro de la documentación interna de la red a la que he tenido acceso. Fue redactada el mismo día en el que se recibió la de Betterman y consensuando cada decisión entre todos los asistentes.

emisoras insistieron ante Betterman en que la decisión ya estaba tomada y no requería mayor comentario.

Aún así, el director general alemán consideraba que la nueva empresa podría suponer una contradicción legal respecto a la obligación que DW tenía de emitir en todo el mundo información independiente y desligada de cualquier gobierno u otras instituciones, algo que para el resto de miembros de la red no tenía mucho sentido puesto que, como se había explicado en la reunión de Bruselas de finales de año, la independencia del grupo estaba garantizada al menos a tres niveles: por el contrato con la Comisión Europea<sup>348</sup>, porque así se recogía también en los nuevos artículos del EEIG<sup>349</sup> y por la Carta Editorial que se adjuntaba a los estatutos.

Asimismo, Betterman planteó a los socios fundadores varias cuestiones que, a su juicio, suponían una incompatibilidad desde el punto de vista de la naturaleza de una emisora internacional, cuyo principal cometido era difundir información en el resto del mundo y una red de radios que buscaba hacerse escuchar en los mercados nacionales de los países de procedencia de sus radios socios. No obstante, eran cuestiones que, según la respuesta de los fundadores del EEIG, no tenían nada que ver con que la estructura jurídica del grupo fuera un consorcio o un grupo de empresas puesto que tales consideraciones se conocían desde el mismo momento de creación de la red.

Lo mismo ocurría con la crítica que DW hizo al hecho de que Euranet no pudiera llevar a cabo alguna subcontratación si no recibía antes el visto bueno de la Comisión Europea. El resto de socios contestaron que eso solo ocurría en los casos en los que las radios, por los motivos que fueran, no pudieran cubrir la producción de contenidos

---

<sup>348</sup> Artículo 1.9 del Services Contract que dice “la parte contratante actúa con total independencia de las instituciones, presiones o solicitudes procedentes de las instituciones de la UE, los estados miembros o cualquier otro estado o institución ligada a los servicios de la UE”.

<sup>349</sup> El artículo 2 de los nuevos estatutos se denominó ‘Declaración de independencia’ y en él se incorporó la afirmación recogida en la nota anterior a la que se sumó el siguiente texto “El EEIG no afectará a la independencia periodística, la libertad editorial y cualquier otra base crucial para el periodismo en una sociedad democrática. Los programas del EEIG deberán publicar opiniones independientes, basadas en una cobertura plural de las noticias”.

que hubieran comprometido. Respecto al resto de servicios externos que se habían subcontratado para su puesta en marcha, tales como el administrador de la web, el sistema de la plataforma de audio a través de la cual los socios compartían las piezas de radio, los auditores, etc, no necesitaban el visto bueno de la institución europea.

Tomando en consideración que lo que nació como una unión de radios que emitían información de carácter europeo se convertiría en una empresa con entidad jurídica propia y con capacidad de contratar y decidir por sí misma, Erik Bettermann entendió que el EEIG Euranet supondría una competencia con respecto a las propias emisoras que formaban parte del grupo. Sin embargo, el resto de socios explicaron en su carta que esto no era así puesto que la audiencia de Euranet era la suma de la de las radios que formaban parte de la red y recordaban que uno de los requisitos del proyecto era poner a disposición del grupo la infraestructura y frecuencias de las emisoras socias. Insistían además en que Euranet era la única radio cuyo contenido era exclusivamente europeo, con lo cual, entendían que no existía ninguna otra emisora de este tipo con la que pudiera competir.

Respecto a la remuneración de los CEO que recogían los nuevos estatutos<sup>350</sup>, Bettermann se posicionó en contra de que se pudieran cobrar honorarios al entender que este hecho podría suponer un agravamiento comparativo con respecto a otros compañeros de la misma radio, y por eso defendió que siguieran siendo las emisoras las que se hicieran cargo de los salarios. De lo contrario, podría darse el caso de que los directivos de Euranet tuvieran que tomar decisiones que perjudicaran o no fueran en consonancia con lo que defendiera dentro del grupo la radio de la que procedían. En este sentido, el resto de los socios explicaron al director general de DW que el éxito de Euranet radicaba precisamente en la salvaguarda del interés común de los socios a pesar del control (o el exceso de control) de algunas radios y que no había ninguna duda de que la independencia y la gestión responsable la ejercía el *Board of Members* de Euranet, independientemente de la radio de la que procediera el CEO correspondiente.

---

<sup>350</sup> EEIG Euranet de 2009.



Y finalmente, Bettermann tampoco compartió que se hubiera retirado la fecha de caducidad a la existencia del grupo, tal y como se recogía en los nuevos estatutos.

Al final, y en lo que fue el último intento de mantener a DW en Euranet, los socios fundadores del EEIG Euranet plantearon dos alternativas a Erik Betterman para que continuara en el proyecto y una tercera, que era la de la salida, tal y como se había planteado ya en la reunión de Bruselas.

En primer lugar, se le ofreció a DW restringir la producción alemana en antena y vincularla solo a la página web para que no supusiera competencia con el resto de emisoras del país y, si eso tampoco le convencía, le propusieron mantener la producción en lenguas extranjeras que ya venían realizando los profesionales de DW, y no en alemán. La última de las alternativas era la de crear una cláusula de salvaguarda que permitiera a DW retirarse de Euranet sin penalización económica. Esta medida se justificaría por la imposibilidad de emitir en Alemania y entender que Euranet en ese país a través de DW supondría una competencia para el resto de la ARD (sistema audiovisual alemán).

Finalmente, y sin mayor intercambio de misivas de por medio, esta última fue la opción elegida por el director general de Deutche Welle y su equipo y así se lo hizo saber al resto de socios en la reunión del *Board of Members* celebrado el 3 y 4 de marzo en Bruselas. En aquella cita se conoció que Deutche Welle, una de las dos emisoras fundadoras del proyecto, dejaría de ser socia de Euranet el uno de julio de 2009.

Erik Bettermann no asistió a la que hubiera sido su último encuentro con la red de radios y en su lugar envió al jefe del departamento legal de la emisora alemana, Peter Niepalla, quien justificó ante el resto de socios, y su propia compañera de radio, Petra Kohnen, la decisión que su radio había tomado. Bettermann le otorgó incluso un poder para que le representara en la única votación en la que pudo participar, la de la salida

de DW de Euranet. También estuvo el responsable de asuntos europeos de la radio germana, Klaus Bergmann, aunque finalmente fue Petra Kohlen quien explicó previamente cómo estaba la situación en DW y asistió, igual que sus compañeros de DW, al lamento público que uno tras otro fueron haciendo el resto de socios por la decisión que había tomado la gran emisora alemana. Al final, y por unanimidad, los socios fundadores de EEIG Euranet decidieron aceptar la renuncia de DW sin penalización alguna para la emisora.

Los miembros de *Board* acordaron los términos en los que se redactaría un comunicado explicando el abandono de DW y cuya justificación oficial radicaría en la incompatibilidad que existía, en términos legales, en materia de difusión entre la normativa audiovisual alemana y la pretensión de Euranet de escucharse en los estados miembros de la UE. Y de hecho es así como lo explican los socios cuando se les cuestiona sobre este capítulo en la vida de Euranet<sup>351</sup>.

Finalmente, y con fecha 5 de marzo, la gran radio alemana hizo pública su renuncia a través de un comunicado enviado a Euranet de menos de una decena de líneas y que se remitiría igualmente a la Comisión Europea. El comunicado decía así:

“Después de casi dos años como miembro del consorcio de Euranet, Deutsche Welle rechaza sumarse a la transformación del consorcio en EEIG, una institución reconocida en la legislación europea. Deutsche Welle informa a los miembros de Euranet sobre su decisión tomada durante la reunión celebrada en Bruselas el 3 de marzo de 2009. Deutsche Welle siente tener que dar este paso obligada por la orientación de sus programas y la normativa alemana de difusión. Los miembros del consorcio lamentaron esta decisión pero al mismo tiempo expresaron su comprensión. Este cambio se hará efectivo el 30 de junio

---

<sup>351</sup> Esta es la explicación que le han dado a la autora de la tesis el director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, en una entrevista realizada el 19 de septiembre de 2013, así como el responsable de Euranet en BNR, Angel Nedyakov, en el encuentro mantenido en la emisora búlgara el 15 de noviembre de 2013, y el director de RRI, Eugen Cojocariu, en la entrevista realizara el 18 de noviembre de ese año.

de 2009. Hasta entonces Deutsche Welle mantendrá sin menoscabo alguno su cooperación con Euranet<sup>352</sup>’.

Un análisis más pausado de todo el proceso de retirada de DW conduce a pensar que algo más tuvo que pasar dentro de la emisora alemana para que al final tomaran la decisión de abandonar el proyecto en el que se habían implicado desde el primer momento y donde además sabían que eran una de las radios fuertes. Es algo que solo conocen los protagonistas de la historia, aunque algunos no descartan la aparición de discrepancias internas dentro incluso de la propia emisora.

Otros miembros hablan de discrepancias internas dentro de la emisora alemana entre Bettermann y sus colaboradores en el proyecto, entre ellos Petra Kohnen, basados posiblemente en la ausencia de comunicación entre ellos. No obstante, y a pesar de ello, lo cierto fue que DW se dio cuenta tarde de que era incapaz de poder difundir en Alemania los programas de Euranet. Además, por legislación y por cláusula de no competencia del sistema público de la ARD (radiodifusión alemana) -que es un sistema muy fuerte y que es el abanico de todos los medios públicos alemanes-, se impedía a la DW, por su carácter internacional, competir con los medios de comunicación nacionales.

En un primer momento los directivos de DW pensaron que se podrían superar, o al menos eso era lo que pretendían, pero descubrieron tarde que ya no podían hacerlo y se vieron obligados a bajarse del carro cuando ya estaba en marcha.

El director general de Euranet descarta cualquier similitud entre los problemas internos que pudiera tener la Deutsche Welle y los que él tuvo que superar en esos mismos momentos con la llegada de su nuevo director general a RFI, Alain de Pouzilhac, que nada más tomar posesión de su cargo cuestionó la participación de la emisora francesa en el proyecto. Es más, algunos socios de la red entienden que en el

---

<sup>352</sup> Traducción de la autora de la carta enviada por DW para hacer pública su renuncia de Euranet y redactada en inglés. Está fechada el 5 de marzo de 2009 bajo el encabezado ‘Euranet y Deutsche Welle’

fondo de toda esta historia podría subyacer cierto afán de protagonismo y en lo que se podría reducir a los avatares internos del funcionamiento de una empresa. Al fin y al cabo, Euranet había superado ya en ese momento las dificultades propias del arranque de un proyecto y todo apuntaba a que su visibilidad como empresa de comunicación, al margen de la que pudieran tener sus propios socios, empezaba a adoptar una buena forma.

En ese contexto, la crisis con DW era algo que había que superar de una u otra forma: o bien haciéndola comulgar con la nueva realidad que había adoptado la empresa, o lamentando su retirada y siguiendo el camino sin la todopoderosa emisora alemana. Es posible que existiera también cierto desencanto sobre cómo habían acontecido los hechos y cómo había madurado Euranet hasta el punto de alcanzar su propia autonomía, como si un hijo desplazara a la madre que le dio la vida. Son comportamientos que, quienes vivieron ese momento, enmarcan dentro de la propia condición humana y de la vida interna de una empresa<sup>353</sup>. Lo más importante de todo, destacan, es que se consiguió superar la crisis salvaguardando el proyecto que, dada su peculiar naturaleza al estar formado por distintas radios públicas y de las más importantes de Europa, corrió un serio riesgo de desestabilización.

Ante ese peligro, la Comisión entendió<sup>354</sup> que debía contribuir a fortalecer la naturaleza del socio con el que firmaba el acuerdo y por eso obligó a su contratado a garantizar la viabilidad del proyecto desde la independencia de la situación interna de las radios que lo integraban. De esta forma, lo que se consiguió fue evitar que si una emisora o dos lideraban el proyecto y estaban teniendo problemas, ya fuera por cambio de política, de estructura, de filosofía, de discrepancias internas, de lo que fuera, se pusiera en peligro el conjunto del proyecto. Y de ahí la idea de cambiar Euranet y convertirla en una empresa independiente, paneuropea, que permitiera que cada radio a partes iguales participara en un consejo de administración en el que se

---

<sup>353</sup> A esta conclusión se ha llegado a partir de las conversaciones con varios de los responsables directos de la red en las distintas emisoras.

<sup>354</sup> Esta idea fue transmitida en varias ocasiones a través de las cartas de Thierry Vissol y también apuntalada en la conversación con Erlends Calabuig.

decidía el destino del proyecto común pero sin que hubiera una prepotencia de ninguna de las radios sobre las demás, sino que fuera el propio grupo, como unidad, el que se mantuviera fuerte.

Aún así, y fuera como fuese, lo cierto es que el desenlace final bien podría apuntar a una lucha interna de poderes en dos sentidos: Por un lado, dentro de la propia DW; y por otro, entre DW y la máxima dirección de Euranet. Es cierto que en ese momento la red de radios ya estaba lo suficientemente madura como para sacar pecho de un proyecto hasta entonces desconocido, que no había sido fácil poner en marcha, y sobre el que nadie sabía cómo podría funcionar. El esfuerzo de los socios, y especialmente el de los propios directores generales, tanto Calabuig como Kohnen, consiguió un desarrollo admirable para una compleja red de radios que cuando empezó a salir a flote terminó convirtiéndose en un apetecible caramelo para cualquiera de los líderes de la red. Quizá el exceso de vanidad pudo conducir a Bettermann a terminar abandonando el proyecto, llevándose con él a una de las dos radios fundadoras de Euranet. Al final, la disciplina negociadora y la exquisita formación de un perfecto estratega hizo que Erlends Calabuig consiguiera el apoyo de los socios para modificar los estatutos y reconducir la orientación de la red hacia el funcionamiento normal de una empresa. De esta forma, se resolvió sin escándalo alguno la primera gran crisis de Euranet y se salvaguardó al grupo como un todo, adoptando una forma férrea con la que se defendió su continuidad todavía hoy.

En esta primera crisis interna de Euranet, RNW fue casi tan protagonista como DW. La radio holandesa mantuvo sus dudas de adherirse a la nueva figura jurídica hasta el final y fue la única emisora que presentó alegaciones a los estatutos EEIG de Euranet que se debatieron en la reunión del 3 de marzo en Bruselas. Entre ellas, llama la atención su propuesta sobre la retirada de alguno de los socios que formaban parte de la red y, gracias a sus alegaciones<sup>355</sup>, consiguió que se eliminaran los condicionantes que se habían redactado inicialmente para que se pudiera aceptar la salida de una

---

<sup>355</sup> Las alegaciones de RNW se trasladaron a los miembros del *BoM* y se analizaron en la reunión celebrada el 3 de marzo en Bruselas.

emisora del proyecto común. El texto final<sup>356</sup> decía que esto podría ocurrir sin previo aviso en el caso de que el socio en cuestión justificara una limitación fundamental.

Respecto al vigor del acuerdo de adhesión –también criticado por DW-, a propuesta de RNW se estableció que, una vez finalizado el actual contrato de servicio con la Comisión Europea, los CEO debían convocar al *Board of Members* para que decidiera sobre su continuidad. Lo que ocurrió al final, como se verá más adelante, es que Euranet terminó disolviéndose como grupo de empresas a finales de 2013, cuando finalizaron todos los contratos que habían firmado con diferentes instituciones europeas para desarrollar determinados servicios de comunicación. Solo se mantuvo la fundación Euranet.

Al final, y tras mucho titubear, RNW terminó firmando la adhesión a los estatutos EEIG Euranet en esa misma reunión del 3 de marzo de 2009 en Bruselas y se centró en el desarrollo del neerlandés como idioma Euranet. De alguna forma, la emisora holandesa se encontraba entre la espada y la pared porque, por un lado, tenía una relación muy afín tanto institucional como personal con DW, por ese motivo titubeaba entre querer quedarse en el proyecto y ser simpático con DW, y por otro, estaba convencido de que el proyecto tenía recorrido.

Al final, y a pesar de mantener una especie de forcejeo basado en la solidaridad con DW y tras ver que el destino de la emisora alemana fue la retirada, RNW se convenció de que Euranet empezaba a cobrar cierta independencia y apostaron por mantenerse en el proyecto.

Con todo, y después de varios meses de tensión, finalmente Euranet reunió a todos sus socios en torno a la figura del grupo de empresas EEIG y rubricó para siempre la declaración de adhesión en un acto formal organizado el 27 de mayo en Varsovia (Polonia) en la que las emisoras firmaron la Declaración de colaboración y

---

<sup>356</sup> Estatuto EEIG Euranet de 2009.

cooperación paneuropea, un documento de tres párrafos en el que los miembros anunciaban la creación formal del EEIG y recordaban la filosofía de su unión.

“Nosotros, representantes de radios europeas públicas y privadas, reunidos en Varsovia el 27 de mayo de 2009, hemos decidido ampliar la cooperación que teníamos y crear EEIG Euranet. La nueva organización está basada en el acuerdo del consorcio Euranet fundado el 25 de julio de 2007 y a través del cual el 1 de abril de 2008 empezó a retransmitir programación sobre asuntos europeos en distintos idiomas de la Unión Europea. En este sentido, queremos profundizar en nuestra colaboración y darle una mayor dimensión para que podamos afrontar más retos<sup>357</sup>”.

Las radios que firmaron aquel documento fueron Radio France Internationale; Polskie Radio; Punto Radio Castilla y León; Radio Romania International; Radio Slovenia International; Bulgarian National Radio; Radio Netherland Wereldomroep; Skay Radio; Polskie Radio Szczecin; RTBF, y los dos CEO, Kohnen y Calabuig.

Tras la firma, el acuerdo se anunció formalmente a los medios de comunicación a través de una rueda de prensa, organizada en la sede de la radio polaca, en la que estuvo presente, además del director general de Polskie Radio, Robert Wijas, el presidente honorífico de Euranet, Alain de Pouzilhac (RFI) y el responsable de la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea, Thierry Visol.

De esta forma se cerraba el capítulo de la primera gran crisis de Euranet y lo hacía con el beneplácito del contratante del proyecto, a saber, la Comisión Europea.

---

<sup>357</sup> Declaration of pan-european cooperation and communication. Declaración firmada por los socios fundadores EEIG en Varsovia, el 27 de mayo de 2009.



De izquierda a derecha: Thierry Visol, Robert Wijas y Alain de Pouzilhac en la rueda de prensa de presentación oficial de la Declaración de Varsovia que portaba el dirigente polaco. Wijas muestra la declaración conjunta firmada en Varsovia.

El resto de emisoras difundieron una nota de prensa en sus respectivos países de origen anunciando la conversión de la nueva estructura jurídica en la que se había transformado la primera red de radios europeas. En el caso del documento enviado por Punto Radio Castilla y León a los medios españoles, el director general, Florencio Carrera, reconocía que comenzaba “una nueva etapa” en la que ya no estaban ni DW ni Hungarian Radio (que había anunciado su retirada por problemas internos de su emisora) y destacaba además la “buena relación que existe actualmente entre todas las radios que componen Euranet. Yo creo que la relación es magnífica<sup>358</sup>”, insistió Carrera en la citada nota de prensa.

Con la conversión de Euranet en EEIG se clarificó la fórmula en la que hasta el momento funcionaba la red de radios y le dotaba de una mayor independencia desde el punto de vista empresarial con respecto a sus socios. Cuando eran un consorcio, el

<sup>358</sup> Nota de prensa enviada desde departamento de comunicación de Punto Radio Castilla y León unos días después de la firma de Varsovia.



representante legal del mismo, es decir, la presidencia no ejecutiva, recaía en RFI, pero eso desapareció con los nuevos estatutos, de tal forma que la gran radio francesa pasó a ser un miembro más del grupo.

La gerencia de la empresa recayó en la figura del director general, cuyo contrato pasaría a ser competencia de Euranet, independientemente de la radio de la que procediera. “De esta forma la continuidad y el futuro estaba garantizado –explica Calabuig-. Yo podría estar o no en RFI<sup>359</sup>”, eso ya era lo de menos. Además, con la conversión de consorcio en grupo de empresas, se transfirieron los activos de RFI a Euranet con cuenta propia, con activos propios, con gerente propio, con dirección general propia. “Si RFI saliera de Euranet no pasaría nada. Esa es la fundamental diferencia<sup>360</sup>”, sentencia el director general de Euranet.

## 2.1. La transformación final: una única dirección general y el nuevo equipo editorial

Durante los meses siguientes a la conversión en EEIG, el transcurrir de Euranet pareció tranquilo. Los socios se volcaron en cuestiones de funcionamiento interno como por ejemplo la adaptación del nuevo sistema de costes que había solicitado la Comisión Europea para justificar los cargos cada dos o tres meses, o en la puesta en marcha de una nueva plataforma de datos que unificara el intercambio de información de los programas radiofónicos, por un lado, y de la tramitación administrativa, por otro. Este servicio se subcontrató a una empresa, G&L.

Desde el punto de vista editorial, Euranet fue dando la bienvenida a nuevos idiomas (en el último encuentro de principios de marzo en Bruselas se había aprobado la incorporación del italiano y el danés y ya eran doce las lenguas en las que se emitían los programas) y trabajaron en mejorar la producción de la página web y diseñar

---

<sup>359</sup> Entrevista a Erlends Calabuig el 11 de febrero de 2011.

<sup>360</sup> *Ibidem*.

nuevas herramientas comunes, entre ellas, el que pasó a denominarse *Euranet topic*, es decir, un asunto semanal en el que debían colaborar todos los grupos de trabajo y que luciría en la apertura de la página web de tal forma que cuando se consultase cada uno de los idiomas en los que ya se ofrecía Euranet on line, la primera información fuera la misma y contara con piezas de distintos idiomas que se podían igualmente consultar en las diferentes versiones de cada una de las lenguas. Esta fórmula del *Euranet topic* se puso en marcha a principios del año 2010 y se mantuvo durante todo el resto del proyecto.

Especialmente importante fue la evolución del grupo de trabajo alemán que tenía que adaptarse a la nueva situación tras la retirada de DW de Euranet. Petra Kohnen asumió en primera persona la organización de este grupo mientras se encontraba otro socio en Alemania tal y como acordó el *Board of Members* en su reunión de Varsovia<sup>361</sup>, por eso Kohnen convocó inmediatamente después a todos los colaboradores de este grupo de trabajo a una cita en Bonn con la intención de reorganizar la estructura del grupo y reactivar la actividad tras los meses de incertidumbre que acababan de dejar atrás.

No obstante, la tranquilidad de todo ese proceso duró poco. Hasta el momento de su salida, DW estaba produciendo en alemán, francés, inglés, español, polaco y griego, y la CEO de Euranet tenía la intención de seguir haciéndolo aunque el hecho de cómo hacerlo despertó la duda entre la representante de RNW que en la cita de Varsovia preguntó<sup>362</sup> a Kohnen cuántos colaboradores serían contratados por DW para continuar con esa labor. Petra Kohnen aseguró que en torno a una decena, aunque se podrían contratar otros para determinados reportajes o necesidades.

Nadie pensó entonces que esta aparentemente cándida pregunta a Petra Kohnen pudiera convertirse en el origen de la que sería la segunda gran crisis de Euranet que acabaría con la expulsión de la número dos del proyecto. Pronto se desencadenaron

---

<sup>361</sup> Minutes Euranet Board of Members, Varsovia.

<sup>362</sup> La pregunta está recogida también en el acta del encuentro citado en la nota anterior.

una serie de problemas internos, relacionados sobre todo con la gestión de la red, que derivaron en una reorganización de la estructura del EEIG Euranet.

Después de varias semanas de mucha tensión, se terminó descabezando la dirección del grupo, hasta entonces compuesta por la bicefalia de los directores generales, de los que quedó solamente uno. Sería el CEO encargado de los aspectos administrativos y financieros de la empresa. Por otro lado, se creó la figura del COO (Chief Operating Officer) responsable de las cuestiones editoriales y supeditado a las decisiones del CEO.

Así lo aprobó el *Board of Members* en Atenas, el 31 de mayo de 2010, una modificación que se tradujo igualmente en un cambio de personal. A la hora de seleccionar los nombres para los nuevos cargos, el *Board of Members* decidió ratificar a Erlends Calabuig como único director general y despedir a Petra Kohlen relegando sus funciones al cargo de COO Editorial para el que se nombró a Dominique D'olme, responsable de RTBF y uno de los socios fundadores del grupo<sup>363</sup>.

Todo esto, que es el resumen de unos días especialmente tensos, encuentra su explicación en un cúmulo de circunstancias que podían haber empezado en el momento en el que la radio de la que Petra Kohlen formaba parte, DW, abandonó Euranet. Esto pudo dejarle en una situación muy complicada puesto que de alguna forma había perdido el apoyo institucional de una gran emisora.

Según algunos de los miembros de la red<sup>364</sup>, la situación de Kohlen no fue fácil y tampoco supo cómo enfrentarse a ella o, por lo menos, no acertó con el método. El problema tras la retirada de DW era qué hacer con el grupo de trabajo alemán que quedó en manos de Petra Kohlen. Al parecer, mantuvo exactamente el mismo sistema de producción que había tenido con la emisora alemana, pero con el defecto

---

<sup>363</sup> Así se recoge en el Euranet Minutes del Board of Member sobre la reunión celebrada en Atenas el último día de mayo de 2011.

<sup>364</sup> A esta conclusión se ha llegado a partir de las conversaciones y entrevistas con varios responsables de distintas emisoras de la red

fundamental de que la DW ya no estaba y de que no contaban con ninguna emisora por la que se que pudiera retransmitir esa producción.

Este hecho generó una serie de discrepancias entre las necesidades de gestión y las de contenidos. Los dos directores generales estaban cada vez más distanciados y la tensión se trasladó hasta el máximo órgano de dirección de Euranet. El *Board of Members* tuvo conocimiento de la situación y, tras un periodo de reflexión y previa consulta con los dos cabezas de la red, decidieron en un encuentro extraordinario celebrado en Hilversum (Holanda) despedir a Petra Kohlen por no haber respetado algunas de las normas de funcionamiento interno de la red.

Es difícil que algún socio de Euranet valore este hecho y, los que lo hacen, pretenden restarle importancia asegurando que, como explicaba el director general de Punto Radio Castilla y León, Florencio Carrera, “es parte del devenir de una empresa privada<sup>365</sup>”. A juicio de Carrera, este capítulo de la historia de Euranet se desencadenó a raíz de un “desencuentro profesional muy serio” entre los dos directores generales, del cual, uno salió ganando y otro, perdiendo.

Mi sensación es que los socios de Euranet no han entrado a analizar las causas de la retirada de DW ni a cuestionarse realmente por qué una de las dos grandes emisoras que fundaron el proyecto terminó saliendo de él al poco tiempo de ponerlo en marcha. Asumieron las explicaciones finales del *Board of Members* sin entrar a analizar mucho más. Y lo mismo creo que ocurrió con el despido de Petra Kohlen. Esto me conduce a pensar además que no todos los socios tuvieron la misma información sobre estos dos procesos, tal y como me sugieren las conversaciones con Angel Nedyakov<sup>366</sup> y Eugen Cojocariu<sup>367</sup>.

---

<sup>365</sup> Entrevista de la autora a Florencio Carrera, 19 de septiembre de 2013.

<sup>366</sup> Entrevista con Angel Nedyakov, coordinador de Euranet en Radio Bulgaria Internacional, el 15 de noviembre de 2013 en las instalaciones de la emisora búgara.

<sup>367</sup> Entrevista de la autora con Eugen Cojocariu, director de la Radio Internacional Rumana, el 18 de noviembre de 2013 en las instalaciones de la emisora rumana.

Mientras que la explicación que da el primero sobre este capítulo se reduce a un relato bastante general de los hechos fundado en la imposibilidad de que DW pudiera emitir la programación de Euranet en Alemania, porque se lo impedía la legislación nacional (cosa que pasaba también en otros países), el segundo, el director de la Radio Internacional Rumana, espeta un “no estoy autorizado” para hablar de ello cuando se le pregunta por alguna de estas dos cuestiones. Advierte de que son decisiones del máximo órgano de dirección del grupo y como tal se acatan. Las discusiones y los detalles, insiste, quedan solo para los miembros.

Aún así, y tal y como había ocurrido con el pulso de Erik Bettermann, la red de radios superó este segundo momento de inflexión y trató de reconducir la situación. Lo primero que hizo fue convocar a su nuevo Comité Editorial en Ptuj (Eslovenia) para avanzar con el trabajo editorial. Tras la marcha de Kohnen, el grupo quedaba liderado por el belga Dominique D’Olne, al que acompañaron dentro del equipo de cabeza, el representante de Radio Romania International, Florin Orban, y su homólogo de la danesa Radio Maelkebotten, Jan Siemen, dos de los activos más importantes de la red.

Según los nuevos estatutos<sup>368</sup> (los terceros firmados en la historia de Euranet), el COO adquiriría la obligación de redactar dos informes anuales que presentaría ante el *Management Committee* y una vez ante el *Board of Members* en los que detallaría la actividad editorial de la red de radios. Además, asumía el compromiso de escribir los informes periódicos que exigía la Comisión Europea para cumplir con el acuerdo del contrato.

Unas semanas después y superados ya esos dos momentos de inflexión –la retirada de DW y la reorganización editorial de la red- el barco de Euranet volvió a navegar viento en popa.

---

<sup>368</sup> Los últimos estatutos de Euranet se firmaron en Atenas, el 31 de mayo de 2010 y tras la reunión que tuvo lugar en la capital griega del *Board of Members*.

“Todo se superó formidablemente bien. Cualquier crisis de este tipo en una empresa privada hubiera tardado más. Lo curioso de este tema fue el carácter unánime de la decisión, la agilidad con la que se resolvió y la rapidez con la que se superó. A las dos semanas hubo el comité editorial de Ptuj, una coordinación editorial mucho más colegiada, con más radios, el equipo de Dominique (D’Olme), de Florin (Orban), de Mareike (Roewekamp), gente que había trabajado con Petra (Kohnen), y efectivamente se superó de manera excepcional<sup>369</sup>”.

El nuevo equipo editorial apenas tuvo tiempo para respirar puesto que a principios del mes de julio, unos días después de que celebrara el último Comité Editorial, la Comisión Europea presentó su informe referente al ecuador del proyecto. Aunque los responsables del Ejecutivo comunitario reconocían el trabajo que había hecho la primera red de radios europeas, y se puso en más de una ocasión como ejemplo para la propuesta que por entonces se estaba planteando con las televisiones europeas, hubo algunas recomendaciones y cuestiones que había que superar en materia editorial. A su juicio, la cantidad de asuntos cubiertos por Euranet no era suficiente o cuando menos, no satisfacía las pretensiones de la Comisión Europea.

El informe advertía sobre la necesidad de centrarse más en los asuntos de la UE tal y como se había adelantado ya en la reunión del *Board of Members* celebrada el 27 de mayo de ese año en Varsovia y a la que asistió el propio Thierry Vissol que, como autor del informe enviado a principios de julio, volvía a insistir en el respeto por la libertad editorial de la red pero echaba en falta una mayor cooperación entre las radios a la hora de interpretar e informar sobre los asuntos europeos.

“La intención de este memorando no es interferir en la libertad editorial de Euranet sino analizar que el camino de la misión europea se ha entendido y se

---

<sup>369</sup> Entrevista a Erlends Calabuig, 11 de febrero de 2011.

ha cubierto, y si es necesario, contribuir a corregir algunos potenciales desencuentros<sup>370</sup>».

La Comisión entendió, tras realizar el análisis del ecuador del proyecto, que la red de radios no había organizado el suficiente número de programas en los que hubieran cooperado las diferentes radios que formaban parte de ella, o que se hubieran producido y emitido de forma simultánea, como se exigía en el contrato firmado en 2007.

No se habían realizado programas comunes y en la mayoría de los que habían analizado descubrían un enfoque único y no multicultural como exigía el acuerdo. Además, constataron una gran variedad de formatos y temas que se prepararon atendiendo a la organización de cada uno de los idiomas de forma aislada, con lo cual, llegaron a preguntarse cuál era el papel del Comité Editorial en ese momento.

Tampoco convencieron entonces a la Comisión los Dossiers de la página web, un espacio que entendieron incompleto porque no se mantenía de la misma forma en los distintos idiomas a pesar de que estaban en el camino de representar la “visión cruzada” (cross-vission) que daba sentido a Euranet.

Conocido el informe, el director general de Euranet, Erlends Calabuig, exigió a todo el equipo editorial que se pusiera manos a la obra para reconducir la situación centrándose sobre todo en una mayor cooperación entre las emisiones radiofónicas y la página web. Para ello se había reorganizado previamente la estructura del nuevo departamento editorial, encabezado por Dominique D’Olne, apoyado por Jan Siemen y Florin Orban, y al que se incorporaron los entonces colaboradores de Petra Kohlen, Mareike Roewekamp y Torsten Spies.

#### 2.1.1. La teoría de los cinco círculos

---

<sup>370</sup> Memorandum on the Euranet EU mission, fechado el 8 de julio de 2010.

Como consecuencia de la llamada de atención de la Comisión Europea y la reorganización interna del equipo editorial, Euranet se sumergió en un pequeño debate interno a través del cual llegar a descubrir cómo se podía incrementar la colaboración entre las radios socias y las que se fueran incorporando, y cómo mejorar su cooperación.

Cada radio tenía su propia forma de hacer las cosas, su estilo, su audiencia e incluso su propia naturaleza, cuestiones todas ellas difíciles de conjugar en la práctica. No obstante, esto no fue una excusa que se permitiera el Comité Editorial para justificar el toque de atención que había dado la Comisión Europea y por eso insistieron en incentivar la comunicación entre ellos y canalizar las desventajas de ser radios tan diferentes con el objetivo de traducirlo en programas verdaderamente paneuropeos y marcados por el gran carácter multicultural que definió desde el principio su proyecto.

Reunidos en Ptuj (Eslovenia) en junio de 2010,<sup>371</sup> el Comité Editorial se autoanalizó como grupo en general y después, de forma individual, se hizo lo mismo con cada una de las radios. Trabajaron para recuperar la identidad común de los programas que emitían y abogaron por crear nuevas herramientas para estrechar los lazos de producción. No es que hubieran dejado de hacerlo durante la primera mitad de la ejecución del contrato, pero era evidente que se tenían que empeñar más.

Al final, adoptaron una especie de declaración conjunta de carácter interno que estaba basada en la filosofía inicial de Euranet, a través de la cual se definieron como una red de radios europeas independientes que participaban en el objetivo de contar historias europeas, tanto en antena como a través de la web. Su naturaleza era la de una empresa de comunicación que entendía que había muchas formas de colaboración e infinitos caminos para hacer buenas historias europeas, y cuyo principal objetivo era colaborar y compartir, de todas las formas posibles, información sobre Europa,

---

<sup>371</sup> Tras la despedida de Petra Kohlen, los nuevos responsables del Comité Editorial organizaron un encuentro para reconducir la situación y avanzar en los contenidos radiofónicos de la red.



además de trabajar desde la diversidad de los asuntos europeos, manteniendo siempre a los ciudadanos en el centro de su trabajo.

Las decisiones adoptadas por el Comité Editorial de Euranet se tradujeron en la práctica en un giro importante en los programas y en la organización de un nuevo modelo de contenidos en torno a lo que denominaron “los cinco círculos”. Con ello, respondieron además a las demandas de la Comisión Europea, que había alertado de un cierto distanciamiento entre el compromiso de cooperación editorial que Euranet había firmado en el momento de su nacimiento y la realidad de la programación en la que no detectaron esa colaboración de la que hablaban los miembros de la red. Así se había constatado en el análisis que la Comisión había hecho sobre la producción de Euranet a mediados del año 2010.

Los cinco círculos se basaban en una concepción “concéntrica” de los asuntos europeos que se cubrirían desde distintos enfoques y por cada una de las emisoras. Todas las radios socias y las que se fueran incorporando a la red adaptaron sus programas a esta nueva estructura en aras de satisfacer las demandas sobre las que había alertado la Comisión Europea en su informe.

A modo de esquema, esos cinco círculos abordaban cada uno un determinada área y la suma de todos ellos daría como resultado la programación de Euranet. Esto significó que los periodistas de la red debían considerar como información para sus programas, en primer lugar, la actualidad política e institucional de la Unión Europea atendiendo a las decisiones que se adoptaran en las instituciones comunitarias. En segundo lugar, los asuntos de los 27<sup>372</sup> estados miembros siempre y cuando estuvieran relacionados con la Unión Europea. En tercer lugar, analizar las consecuencias de las decisiones consideradas en los dos primeros círculos y ver cómo afectaban a los ciudadanos europeos. En cuarto lugar, lo que denominaron visión cruzada, es decir comparar cómo afectaban a unos y otros países esas determinadas decisiones. Y finalmente, el

---

<sup>372</sup> Durante todo el desarrollo de Euranet la UE contó con 27 estados miembros. Todavía no se había incorporado Croacia.

estilo de vida europea, es decir, centrarse igualmente en cómo vivían los ciudadanos de la Unión Europea.

El nuevo equipo editorial consideró que en todos los programas que cada grupo de trabajo realizara para Euranet debería incluirse al menos uno de los círculos y que, en la medida de lo posible, habría que abogar por que los cinco se vieran representados en toda la programación, tanto en la que se emitía por la radio como en la que se recogía en la página web, porque de esa forma, entendieron, se hacía patente el enfoque paneuropeo y multicultural que había que recuperar.

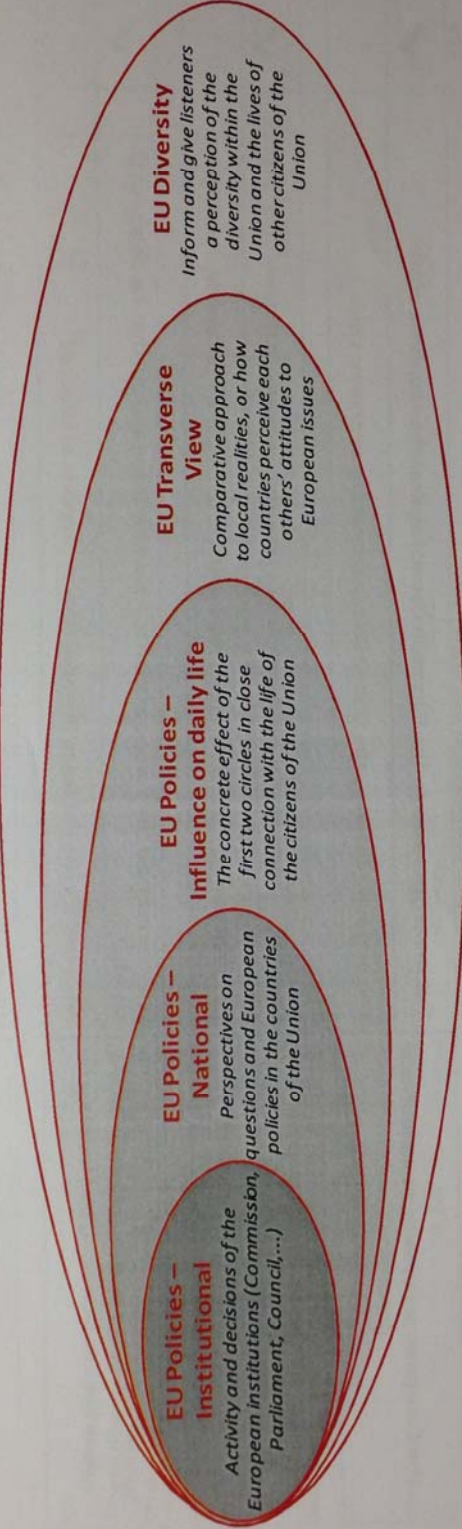
En la siguiente diapositiva se puede comprobar el esquema de cómo quedarían integrados los denominados cinco círculos<sup>373</sup>.

---

<sup>373</sup> En el Editorial Euranet Reporting June/July (documento enviado cada dos meses a la Comisión Europea en el que Euranet recogía los detalles explicativos de su producción), los socios de la red explicaron la nueva fórmula editorial a la Comisión.

## Euranet, the editorial line

To have the necessary proximity with, and the maximum impact on, its audiences, Euranet has chosen to cover a wide, varied and complete editorial spectrum, which can be schematically represented by **5 concentric circles**.



Euranet editorial positioning embraces the broad spectrum of the information on European affairs and its coverage focuses on EU politics from an institutional or a national perspective, their influence on the daily life of citizens, topics with a transverse view or dealing with EU diversity.

Bajo este esquema, y teniendo en cuenta los 23 idiomas oficiales de la Unión Europea, la nueva programación de Euranet se organizó de distinta manera. Por un lado se mantenían los denominados idiomas principales o *Core languages* (inglés, francés, alemán, polaco y español) que reunían a un numeroso grupo de emisoras; por otro lado, las lenguas “tándem” en las que colaboraban dos emisoras (portugués, rumano e italiano) y finalmente las lenguas solitarias (el resto).

De los *Core Languages*, el grupo más numeroso era el inglés para el que trabajaban ocho emisoras de la red: Community Media Association (que era la que coordinaba al grupo), Polskie Radio Szczecin con su filial Szczecin.fm; Radio Praha, Radio Rumanía Internacional, Bulgarian National Radio; Radio SI, Polskie Radio y RFI. Al grupo de trabajo francés se adhirieron cinco (Bulgarian National Radio; RTBF, RFI, Radio Praha y RRI); al de alemán, siete emisoras (Bulgarian National Radio; Polskie Radio; Radio Szczecin; Szczecin.fm; Radio Slovenia International; Radio Praha y RRI); al polaco, dos (Polskie Radio y Radio Szczecin), y al español, siete emisoras (Punto Radio Castilla y León; RFI, Radio Praha; Szczecin.fm; RRI; Bulgarian National Radio y RNW).

Respecto a la programación “tándem”, solo había tres parejas. La que emitía en portugués, formada por Europa Lisboa y Punto Radio Castilla y León, aunque no colaboraban en la producción sino que cada una realizaba sus propios programas. Y lo mismo ocurría con el grupo rumano, formado por RFI Rumania y RRI, y con el italiano, en el que estaba Radio 24 y Radio Szczecin. El resto de las emisoras realizaban programas en sus respectivos idiomas que emitían en determinados espacios de su parrilla.

En los grandes grupos, la colaboración entre emisoras era muy desigual. Así, mientras algunas realizaban programas completos en inglés sobre información europea que podían alcanzar las dos horas (Radio Szczecin emitía dos veces por semana “The Hood”, un espacio que analizaba la actualidad política y la repercusión de las decisiones de la Comisión en la región polaca), otras se dedicaban a elaborar pequeñas

piezas de tres o cuatro minutos, para incluir en el programa común que se llamaba *Network Europe* o incluso emitían piezas y espacios más pequeños a través de sus propias frecuencias.

En estos grupos, normalmente era la emisora madre la que coordinaba al resto salvo en el caso del grupo de trabajo en alemán que, tras la salida de DW, se encargó RSI de coordinar y preparar *Treffpunkt Europa*.

En cuanto a los contenidos, cada grupo de trabajo era independiente y podía elaborar la programación que considerase oportuno teniendo en cuenta las peculiaridades de su audiencia pero respetando siempre la teoría de los cinco círculos. En Euranet tenían cabida las entrevistas, los reportajes, los programas especiales sobre análisis de la actualidad, tertulias, revistas de prensa, espacios musicales, etc.

### 3. De 5 ‘Core Languages’ a 23 idiomas oficiales

Euranet se comprometió por contrato con la Comisión Europea a hacer “disponible para todo el mundo<sup>374</sup>” lo que se publicara en su página web así como su programación sonora. Este hecho implicaba ser comprensible en los 23 idiomas oficiales de la entonces Unión Europea aunque a través de un proceso temporal que se extendería a lo largo de los cinco años de contrato. Durante ese tiempo, la red se organizó para ir cubriendo ese mandato e ir incorporando paulatinamente nuevas lenguas al grupo de radios.

Según el calendario inicial previsto por la dirección del consorcio<sup>375</sup>, en 2009 se sumarían al proyecto los idiomas holandés, checo, finlandés y esloveno (algunos de ellos se emitirían solo a través de la web); en 2010, el sueco, letón e irlandés; en 2011, italiano, lituano y danés, y en 2012, el eslovaco, maltés y estonio. Sin embargo, la evolución del proyecto no cumplió los plazos establecidos y la incorporación de las nuevas lenguas no obedeció fielmente al diseño inicial. Aún así, Euranet llegó a 2012 con los 23 idiomas oficiales sonando a través de las radios socias o de la web [www.euranet.eu](http://www.euranet.eu), cumpliendo así el compromiso adoptado con la Comisión Europea.

En el momento de su nacimiento, en abril de 2008, Euranet sonaba en los cinco principales idiomas en torno a los cuales se construyó el proyecto. Eran inglés, francés, alemán, español y polaco. A estas lenguas se las empezó llamando *Core Languages* y sobre ellas pivotaron los primeros grupos de trabajo dentro de la red. No obstante, y aprovechando que las doce emisoras socias aportaban a la red otros idiomas a mayores, no se perdió la oportunidad de ir sumando poco a poco otros cinco que operaban prácticamente también desde el principio y que se incorporaron de manera oficial solo unos meses después. La entrada del húngaro, el búlgaro, el griego, el portugués y el rumano se consideró oficial el uno de julio de 2008, coincidiendo con la apertura y el lanzamiento oficial de la página web de la red ([www.euranet.eu](http://www.euranet.eu)).

---

<sup>374</sup> Service Contract. Contract N° PN/2007-28/C

<sup>375</sup> *New waves for Europe: Debating Europe. A new dimension.* Pg 21.

Con la aportación de las frecuencias que presentaba cada una de las radios fundadoras y las que incorporaban al proyecto las emisoras universitarias asociadas, Euranet consiguió escucharse desde el primer día en 17 de los 27 estados miembros de la Unión Europea. La recepción del sonido de Euranet en una determinada lengua no estaba ligada expresamente a que sonara en el idioma oficial del país del que era natural la emisora puesto que, como se ha visto anteriormente, algunas de las radios que participan en el proyecto no se escuchan en los países de origen. Por ejemplo en Alemania, las emisiones en alemán no se escuchaban a través de la emisora alemana DW porque esta radio no emite en el país. Sí que llegaban al país germano a través de los postes que otras emisoras de la red tenían allí, como se verá a continuación.

Así, en el momento de su nacimiento Euranet se podía escuchar en francés, además de en Francia (a través de una frecuencia en París de *RFI* y de las dos emisoras universitarias colaboradoras, *Eur@dionantes* y *Radio Campus París*), en Bélgica (a través de *RTBF*), en Bulgaria (a través de *RFI Bulgaria*), en República Checa (a través de una frecuencia de *RFI*); en Alemania (*RFI* tenía cinco frecuencias y se sumaban las dos universitarias, *Tide Radio* y *Hochschulradio Aachen*), en Hungría (*RFI* tenía una antena en Budapest), en Portugal (a través de antena de *Europa Lisboa*), en Rumanía (con el poste de *RFI Rumania*) y en España (*RFI* tenía una antena en Barcelona).

Las emisiones en inglés llegaron hasta Reino Unido a través de dos postes de *RNW* y de la radio universitaria de Cambridge, pero también se podía escuchar en Bélgica (*RNW* tenía una frecuencia en el país belga), Dinamarca (a través de una frecuencia de *RNW*), Francia (con las frecuencias de *RNW* y *Eur@dionantes*), Luxemburgo (a través de la frecuencia de *RNW*), Holanda (con un poste de *RNW*); Eslovenia (gracias a *Radio SI*).

En el caso de la producción en alemán, Euranet se pudo escuchar en Alemania a través de las cinco frecuencias que *RFI* tenía en el país y a las que se sumaban las dos radios universitarias, *Tide Radio* y *Hochschulradio Aachen*. Esta producción llegaba también

a Finlandia (a través de la radio asociada *Radio Moreeni* de la Universidad de Tampere), a Francia (a través de una frecuencia de *RFI* en París, y de *Eur@dionantes*), a Hungría (a través de *Hungarian Radio* y de la antena que *RFI* tenía en Budapest) y a Eslovenia (gracias a *Radio SI*).

Por último, la programación de Euranet en polaco solo se podía escuchar en Polonia, a través de las emisoras de *Polskie Radio* y *Polskie Radio Szczecin*; la de español en España, a través de las emisoras de *Punto Radio Castilla y León*<sup>376</sup>; la de búlgaro en Bulgaria, a través de la frecuencia de *RFI Bulgaria*; la de griego en Grecia, a través de las todas las emisoras de *Skai Radio*; la de húngaro en Hungría, a través de las frecuencias de *AM* de *Hungarian Radio*; la de portugués en Portugal, a través de la antena de *Europa Lisboa* y la de rumano en Rumanía, con el poste de *RFI Rumanía*. Y a estos diez idiomas iniciales se sumó además la adaptación de algunos programas al eslovaco que se podían escuchar en Hungría, a través de *Hungarian Radio*.

La incorporación del resto de los idiomas, hasta completar los 23, se fue haciendo poco a poco. El *Management Committee* proponía al *Board of Members* dos veces al año la entrada de nuevos socios que poco a poco se iban integrando en la dinámica del funcionamiento de la red.

Tras el arranque de Euranet con una decena de lenguas, los siguientes en sumarse al proyecto fueron el esloveno y el danés; luego, el italiano. Y así, hasta que a finales de 2012, fecha de caducidad de la red de radios, las 23 lenguas oficiales se habían incorporado al proyecto de la mano de las emisoras que se han detallado anteriormente. La gran mayoría emitían a través de frecuencias radiofónicas pero en el caso del finlandés o el checo, las producciones se escuchaban únicamente a través de la página web de Euranet.

---

<sup>376</sup> Durante algún tiempo, las emisiones de Euranet en español también se pudieron escuchar a través de *Aragón Radio* gracias a un convenio firmado entre *Punto Radio Castilla y León* y la emisora aragonesa para que la última se convirtiera en un poste de emisión de la programación que elaborada la emisora castellano y leonesa. En ocasiones puntuales, Aragón Radio colaboraba con algunas piezas en la programación de Punto Radio Castilla y León para Euranet.



De todo lo que ha sido la entrada de lenguas oficiales de la Unión Europea a Euranet, se puede decir que el primer momento fue el que registró las incorporaciones más numerosas. El resto del proceso se fue salpicando con la llegada tranquila de nuevos socios aunque la labor de captación se mantuvo al mismo nivel desde el primer momento.

El proceso de adhesión era el siguiente. Normalmente, al menos al principio, eran los directores generales de Euranet los que se ponían en contacto con las emisoras en los distintos países (en alguna ocasión, no muchas, fue al revés) y explicaban el proyecto así como las bases del acuerdo y los estatutos a los que se tendría que sumar. Posteriormente se informaba en el seno del *Management Committe*, y finalmente era el *Board of Members* de Euranet el que daba el visto bueno a la incorporación de los nuevos socios.

Aunque en los primeros artículos de adhesión al consorcio se aseveraba el respeto por el acuerdo firmado por los fundadores así como una serie de requisitos mínimos para participar en la red, no fue hasta después de que Euranet se transformara en un grupo de empresas, el 1 de enero de 2009, cuando se registraron oficialmente los criterios para ser socios del grupo.

Esos criterios se decidieron en el *Board of Members* reunido en Bruselas el 4 de marzo de 2009 donde se acordó que los nuevos miembros que quisieran pasar a formar parte de la red deberían cumplir cuatro requisitos, que consideraron fundamentales para ser incluidos como tal. En primer lugar, debían conocer las normas básicas del acuerdo de la red; en segundo lugar, ofrecer un idioma que no estuviera en ese momento representado; en tercer lugar, acreditar su capacidad financiera y técnica para formar parte del proyecto, y, finalmente, aportar una audiencia considerable a la red.

En ese mismo encuentro, el *Board* analizó algunas candidaturas de emisoras que ofrecían idiomas que ya estaban representados en la web como *Radio Nacional de España* (que junto al español ofreció otros idiomas) y algunas emisoras griegas, polacas o búlgaras cuyas propuestas fueron finalmente rechazadas.

Lo que sí que se aprobó en aquella cita fue la incorporación del idioma esloveno, - emitido por *Radio Slovenia International* que ya era socia de Euranet aunque hasta ese momento colaborada en otros grupos de trabajo pero no en su propia lengua-, y el danés, con la llegada de una nueva emisora, *Radio Maekeboten*. Además se informó de los grandes avances que se habían producido con el italiano y de la pronta incorporación de *Radio 24* para cubrir esa lengua. Esto convirtió a Euranet en una red que sonaba ya en doce idiomas, justo la mitad del objetivo deseado, y que terminaría el año con trece, después de que los italianos se incorporaran antes de que terminara el 2009.

A la negociación en busca de nuevas lenguas, la incipiente cúpula directiva de Euranet surgida de la conversión en un grupo de empresas, dedicó también muchos esfuerzos para terminar de cubrir la emisión de los programas en algunos países estratégicos para la red. Era el caso de Alemania, donde la retirada de *Deutsche Welle* había dejado un roto importante, o el Reino Unido, una plaza siempre difícil cuando se habla de asuntos europeos. Tanto es así que no fue hasta finales de 2010 cuando se empezó a hablar de los primeros contactos con un grupo de emisoras británicas que podrían colaborar con el proyecto. El director general de RRI, Eugen Cojocariu fue designado por el resto de sus compañeros para lidiar con esta labor y consiguió ponerse en contacto con *CMA*, la red de emisoras locales con la que negoció durante casi otro año para que al final se incorporaran definitivamente a la red y fueran socios de pleno derecho en 2011. Con su llegada a Euranet recibieron el encargo de producir y coordinar el grupo de trabajo en inglés puesto que *RNW* había tenido que renunciar unos meses antes a este idioma, e incorporaron el irlandés a la red multilingüe. Por su parte, la emisora holandesa se centró en el neerlandés, aportando una lengua más al proyecto.

Los contactos con la emisora letona (*Latvijas Rasio*) también llevaron su tiempo y de ellos se encargó personalmente el director general de Euranet, Erlends Calabuig que aprovechó su ascendencia letona para conseguir que sus conciudadanos fueran socios de Euranet antes de que acabara el 2011. Para esa misma fecha se había acordado además que *Radio Maekeboten* incorporara el sueco a su producción on line y *Radio Slovenia International* el húngaro, que se había perdido tras el abandono de *Hungarian Radio*.

Durante todo el año siguiente, el 2011, Euranet siguió creciendo con la entrada del checo –con programación de *Radio Praha* solo para la web- y del estonio, gracias a la incorporación de *Estonian Sky Media*. Y ya en 2012 incorporó el lituano, el finlandés y el maltés. Con lo cual, durante el último año de proyecto, la primera red de radios europeas sentenció su compromiso de emitir en los 23 idiomas oficiales de la Unión Europea.

En todo el proceso de adhesión hubo momentos complicados y, por eso, con el objetivo de cumplir siempre lo estipulado en el contrato, la red apostó por iniciativas nuevas para darse a conocer. Aprovechó los programas especiales que realizan de manera conjunta desde el Parlamento Europeo e incluso llegó a utilizar sus sedes para celebrar actos parecidos a una jornada de puertas abiertas. Apostaron por el marketing y elaboraron vídeos promocionales para dar a conocer su labor<sup>377</sup>. Por otro lado, organizaron un concurso entre los jóvenes periodistas y celebraron un debate en el Parlamento Europeo bajo el nombre de Euranet Agora, en el que reflexionaron sobre el futuro del periodismo comunitario con jóvenes periodistas.

Los directivos de la red entendían que eran buenas fórmulas para hacer marketing y promocionar sobre todo su marca y además, siendo como eran una empresa, recibieron otros contratos para realizar otro tipo de servicios de comunicación.

---

<sup>377</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=4ZNI5tODnfk> (5 de noviembre de 2013)

Al contrato que firmaron con la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea en 2007, y que dio origen a Euranet, sumaron otro con la Dirección General de Educación y Cultura para celebrar los debates universitarios, y otro tercero con el Parlamento Europeo para desarrollar el proyecto denominado “Hacia 2014”. Cuando terminaron de desarrollarse esos servicios, a finales de 2013, Euranet se extinguió como empresa.

## 5. La llegada de Viviane Reding y sus efectos en Euranet

El momento de la mayor transformación de Euranet coincidió en el tiempo con el cambio político en la Comisión Europea tras los comicios comunitarios de 2009 cuando Viviane Reding asumió la vicepresidencia de la Comisión y se encargó, entre otras materias, de la comunicación. Convencida de que las estrategias puestas en marcha por sus antecesores no habían obtenido los resultados esperados, la comisaria luxemburguesa abogó por identificar a los ciudadanos con un rostro de la Comisión y reorganizó todo el trabajo para poner cara a la información europea. Como se ha visto en el primero capítulo de esta investigación, esto la llevó a volcarse en una política de comunicación de carácter presidencialista, cultivando la imagen del presidente José Manuel Durao Barroso y en la que su exposición al público y su conocimiento por parte de los ciudadanos se incrementara paulatinamente.

La lógica hacía prever que esa nueva estrategia de comunicación liderada por Vivian Reding debía verse también reflejada en Euranet. Al fin y al cabo, el proyecto estaba financiado por la Comisión Europea y fue la propia vicepresidenta la que se encargó de revisar el cumplimiento de los compromisos que se habían firmado unos cuantos años atrás. Esto obligó a los socios de la red a sumergirse en una doble tarea, por un lado, en seguir garantizándose unas buenas relaciones con la Comisión Europea, y en segundo lugar, a velar por el cumplimiento de los objetivos del contrato basado en la cooperación entre las radios y la difusión de información sobre los asuntos europeos.

Con la llegada de Reding a la Comisaría de Justicia, Derechos Fundamentales y Ciudadanía nada hacía prever que las relaciones entre la red de radios y la Comisión Europea tuvieran que torcerse por ningún motivo, aunque era evidente que los cambios políticos obligaron a los socios del EEIG a esforzarse por trasladar al nuevo equipo el trabajo realizado hasta entonces y la garantía de que se seguiría cumpliendo con el contrato durante toda la segunda parte del acuerdo. El propio Erlends Calabuig reconocía en esos momentos que, aunque los contactos eran buenos, su equipo estaba haciendo un esfuerzo por agradar a los nuevos pagadores.

“Como en cualquier cambio, hubo una revisión de lo que estaba haciendo Euranet. Hubo muchos movimientos tanto en la propia Comisión como en su Dirección General de Comunicación (DG COMM). Nosotros hemos sido observados como todos los contratos para ver si cumplimos con su servicio. De hecho esta evaluación, que es muy clásica, que se hace al cabo de año y medio o dos años, es en la que se asegura que estamos cumpliendo con los requisitos del contrato de servicios. La postura de la Comisión es más bien hoy positiva. Tenemos un capital de simpatía con el nuevo equipo y tenemos que demostrar que hay un trabajo más allá<sup>378</sup>”.

Con la llegada de Viviane Reding al departamento y, quizá también motivado por el hecho de coincidir con el momento de mayor crisis económica, la Comisión Europea incrementó el control y seguimiento del cumplimiento de los objetivos que Euranet había firmado con el Ejecutivo europeo y apostó por hacer una supervisión detallada sobre el terreno acudiendo incluso a las reuniones internas del máximo órgano de dirección de Euranet, algo que en la etapa anterior solo había ocurrido una vez, cuando Thierry Vissol participó en la reunión del *Board of Members* de Varsovia para dar fe de la reestructuración interna de Euranet y convertirse en un grupo de empresas.

En la nueva etapa, el primer encuentro en el que participó un miembro de la nueva Comisión Europea en las sesiones de Euranet fue en el *Board of Members* de Atenas, celebrado el 31 de mayo y 1 de junio de 2010 y donde Alain Dumort, jefe del servicio de Producción y Audiovisuales de la Dirección General de Comunicación, departió con los socios sobre el proyecto y conoció de cerca su funcionamiento<sup>379</sup>.

---

<sup>378</sup> Entrevista a Erlends Calabuig el 11 de febrero de 2011.

<sup>379</sup> En el punto titulado “EU relations” incluido en el Euranet Minutes (resumen del encuentro) aprobado por los socios tras el cierre de la asamblea, se informa de la asistencia de Alain Dumort a la reunión. Según ese informe, cada uno de los socios hizo una breve presentación de lo que su emisora estaba haciendo dentro de Euranet. El propio Dumort “se congratuló de la evolución de Euranet hasta la fecha y anotó que se había comenzado una etapa crucial para el proyecto”.

El propio Dumort volvió a repetir asistencia en el encuentro del *Board* que se celebró al año siguiente en Lisboa, en junio de 2011, y para entonces comprobó cómo el nuevo equipo editorial se había sometido a una especie de reinención interna, casi por obligación, tras la llamada de atención de la Comisión Europea que, en el informe de evaluación del primer trimestre de ese año, advertía a la red de que se estaba desviando del objetivo inicial de contrato que era el de la coordinación y colaboración entre las distintas radios para realizar programas conjuntos sobre asuntos que afectaban a la Unión Europea. Así surgió lo que internamente denominaron las tres ‘c’: coordinación, cooperación y cross vision, que marcarían la filosofía de trabajo durante el tiempo que restaba hasta completar el contrato.

El control sobre la producción se incrementó de manera desmesurada en el último tramo del proyecto hasta tal punto que los miembros de la red propusieron a sus controladores una nueva fórmula para ser auditados. El nuevo sistema consistía en seleccionar tres emisoras por informe y detallar el trabajo que realizaban y los contenidos que habían emitido<sup>380</sup>.

Este momento coincidió además en el tiempo con la realización de una serie de auditorias individuales que la Comisión empezó a hacer entre los socios de Euranet. Algunas eran presenciales y consistían en visitas de hasta ocho horas en algunos casos, de un equipo de funcionarios de la institución comunitaria para conocer las instalaciones de la emisora, analizar su trabajo en Euranet o comprobar algunos datos como los índices de audiencia o la calidad de la producción que aportaban a la red de radios. Otras de esas auditorias se hicieron por teléfono a partir de un cuestionario que habían enviado previamente a las emisoras para que fueran preparando la documentación solicitada.

---

<sup>380</sup> En el Editorial Reporting June/July (documento que Euranet mandaba cada dos meses a la DG COMM para explicar su producción), los socios incluyeron una nueva idea para la Comisión. Según el documento, los socios explicaron que su propuesta a partir de ese momento sería “detallar en profundidad los programas de tres estaciones diferentes, elegidas al azar dentro de la red. El objetivo será detallar como la información de la UE (incluidos los asuntos institucionales) se han cubierto durante este periodo y cómo la radio ha cumplido con los objetivos de la cobertura paneuropea”

La Comisión tenía dudas sobre si realmente se cooperaba entre las radios y tampoco estaba completamente segura de que el contenido que se difundía a través de este proyecto fuera realmente sobre la Unión Europea. Por eso, ante esa duda, incrementaron los controles entre los socios y estos a su vez, incentivaron las acciones de cooperación y reorganizaron su protocolo de justificación del proyecto detallando aún más el contenido de todo lo que producían para Euranet.

Los resultados de las primeras auditorias tampoco fueron del todo satisfactorios<sup>381</sup> con lo cual, las alarmas de Euranet se volvieron a encender. De ahí que los miembros del equipo editorial volvieran a reunirse con el resto de miembros del Comité Editorial para exigir un mayor compromiso con los términos del acuerdo y demostrar en el resto de auditorias que quedaban por hacer, que había unidad entre los socios; que se había apostado por consolidar el proyecto y que juntos eran capaces de resolver los problemas internos y encontrar soluciones<sup>382</sup>.

En ese sentido, se empeñaron especialmente en defender la independencia de su trabajo –“no vendemos propaganda<sup>383</sup>”, llegaron a decir en más de una de estas reuniones-, y se enfrascaron en su apuesta por la solidez de los cinco círculos para garantizar que el contenido de sus programas respondía a las expectativas de la Comisión Europea.

Internamente esto se tradujo en una gran labor de justificación que tenían que llevar a cabo las emisoras de tal forma que se facilitara el trabajo de comprobación a la Comisión Europea. Se multiplicaron las explicaciones sobre los contenidos de cada programa y se creó un sistema interno nuevo para aglutinar toda esa información. Cada dos meses, los responsables de equipo editorial, trasladaban estos datos a la Comisión Europea a través de un informe lo más detallado posible que en ocasiones se

---

<sup>381</sup> Lo reconocen algunos de los socios de la red y el propio director general de Euranet en conversaciones y entrevistas realizadas por la autora.

<sup>382</sup> Minutos del Editorial Committee reunido en Bruselas en abril de 2011.

<sup>383</sup> *Ibidem*.



contaba en miles de folios y que fue acordado tras una conversación telefónica entre varios de los responsables de la ampliación de Euranet que tuvo lugar el 27 de octubre de 2011<sup>384</sup>. La red decidió explicar mejor la cobertura de sus asuntos europeos en base a esa teoría de los cinco círculos y utilizar “todas las herramientas necesarias para trasladar a la Comisión la rica colaboración interna de los socios de la red<sup>385</sup>”.

Durante un tiempo se mantuvieron también las reuniones conjuntas entre los representantes de la Comisión Europea con los responsables de Euranet y Euronews que la Comisión decidió suspender un año antes de que terminara su vinculación con Euranet. No obstante, el director general de la red de radios, Erlends Calabuig, seguía manteniendo contactos mensuales con los funcionarios comunitarios para informar sobre la evolución del proyecto.

Antes de la existencia de la red de radios, la institución comunitaria ya se sentaba con los responsables de la televisión europea, pero con la llegada de Euranet, el encuentro se amplió a tres bandas. En él participaba al menos un representante de cada medio y un funcionario de la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea que recibía un informe mensual de cada uno de ellos con los detalles sobre su programación y nuevos proyectos.

A la segunda parte de las reuniones se solían incorporar otros responsables de prensa de varias direcciones generales que explicaban sus iniciativas y programas con el ánimo de que Euronews o Euranet, o incluso los dos, pudieran hacerse eco de esas coberturas. Lo cuenta Julio Chaves, que fue el corresponsal de Punto Radio Castilla y León en Bruselas, y que participó en los encuentros trilaterales durante los dos últimos años del proyecto.

“Estas reuniones eran muy importantes porque nos permitían conocer cuáles eran los intereses de cada Dirección General. Naturalmente había diferencias

---

<sup>384</sup> Minutes of Meeting Enlargement Management Committee of Euranet –by phone- 29<sup>th</sup> October 2011.

<sup>385</sup> *Ibidem*.

en los eventos, en unos casos podían cubrirse más fácilmente por Euronews y en otros casos lo eran por Euranet. Estos funcionarios nos daban el material y las fechas exactas, así como la participación de los respectivos comisarios europeos en estos eventos. En algunos casos, había actos que se realizaban en paralelo en varias ciudades europeas y en general podían ser cubiertos por las radios de Euranet, puesto que siempre o casi siempre cabía la posibilidad de que alguna radio de Euranet estuviera en dicha ciudad<sup>386</sup>.

Terminada la reunión, cada responsable realizaba un informe de lo que habían solicitado las diversas direcciones generales con el ánimo de que se pudieran cubrir estos actos como inicialmente se había previsto<sup>387</sup>.

Además, tras la salida de Petra Kohnen y con la llegada del nuevo equipo editorial a Euranet, la red se sometió a una especie de reinención interna en materia de contenidos que se tradujo, entre otras cosas, en el compromiso de prestar mayor atención a los asuntos relacionados con la Unión Europea y a incrementar la labor conjunta de los socios de la red.

Con todo, lo que supuso internamente para las emisoras, fue un atropello burocrático que excedió con creces los límites del exhaustivo control de la Comisión Europea. En ocasiones, algunas emisoras tenían que explicar varias veces el detalle de cada una de las piezas que se incluían en cada programa ante el rechazo del propio equipo editorial de la red que, advirtiendo un posible inconformismo por parte de la administración comunitaria, solicitaban al socio que volviera a explicar un poco mejor los contenidos que ofrecía a sus oyentes a través de la programación Euranet<sup>388</sup>.

Aún así, los socios aseguran que durante los cinco años de contrato, la Comisión Europea nunca rechazó ninguna de las producciones elaboradas por la red. Reconocen

---

<sup>386</sup> Información remitida por correo electrónico de Julio Chaves a la autora de la tesis el 8 de septiembre de 2013.

<sup>387</sup> *Ibidem*.

<sup>388</sup> A esta conclusión se ha llegado a partir de varios testimonios de socios de la red.

que el trabajo de justificación de sus programas era titánico y de hecho, cada ‘reporting’ que presentaban cada dos meses alcanzaba las 7.500 páginas. En estos documentos recogían una exhaustiva explicación de cada línea, de cada minuto de programa, de cada módulo que las emisoras producían para que los responsables de controlar la producción pudieran contrastar la coincidencia entre lo que se decía que se había elaborado y lo que sonaba finalmente en antena.

La labor de control fue tal que los miembros de Euranet han reconocido en más de una ocasión que pueden ser “la empresa más controlada<sup>389</sup>” por la Comisión Europea. Se presta atención a cada programa de cada radio, al tema, a la hora y el minuto en el que se difunde, a la orientación, al contenido, etc. Ha habido incluso ocasiones en las que la Comisión ha demandado audios a las emisoras para precisar ese control.

Según los socios, la intención de la institución es confirmar que coincide lo que se declara haber producido con la producción final. Y a partir de ese momento, cuando la CE ha confirmado que los programas comparten el espacio denominado como esfera pública europea, admiten la producción. La duda es si con este control exhaustivo se puede asegurar la independencia de la programación y de hecho es una de las preguntas trasladadas al director general de Euranet.

Erlends Calabuig lo rechaza tajantemente e insiste en que “la independencia editorial es total. A partir del momento en el que cubres desde las miradas cruzadas y que hay un trabajo en común de muchas radios ellos (la Comisión) no tienen nada que decir ni dicen nada. Cuestionar la independencia es el gran fantasma de medios que no participan en este tipo de proyectos<sup>390</sup>”.

Así lo confirma igualmente la institución comunitaria. Desde la DG COMM, el miembro de la unidad Media Network y responsable del seguimiento de Euranet Plus,

---

<sup>389</sup> Conversación con Erlends Calabuig en noviembre de 2013

<sup>390</sup> *Ibidem*.

Diego Agundez<sup>391</sup>, se remonta a las bases de la convocatoria de la oferta pública e insiste en que uno de los compromisos que debería cumplir la empresa que obtuviera el concurso consistía en la elaboración de una carta de independencia editorial a la que se acogen todas las partes implicadas. Esa es su máxima durante todo el contrato, y una parte importante de la base para realizar el seguimiento y control del proyecto.

“Tenemos firmado con Euranet una carta de independencia editorial. Nunca valoramos la producción de una noticia elaborada por las radios desde el punto de vista de su contenido o parcialidad. Por ejemplo, yo nunca juzgo si el contenido que se emite está a favor o en contra de (José Manuel Durao) Barroso pero, por otro lado, no consideramos que informar de las relaciones hispanomarroquíes, por ejemplo, sea objeto de los programas de Euranet Plus<sup>392</sup>. Lo que sí se mira es que los contenidos sean europeos y se ajusten a lo que es la definición de los asuntos europeos. Y eso está en el contrato<sup>393</sup>”.

Por lo demás, y en lo que se refiere al seguimiento del proyecto, la Comisión Europea cuenta también con otra serie de mecanismos de control como evaluaciones de rendimiento o análisis de medios con los que extraer determinadas conclusiones. A ellas se suman otras prácticas de control interno que complementan la responsable labor de velar por la correcta utilización de fondos públicos.

Reconocen, no obstante, que es materialmente imposible analizar programa por programa de cada una de las radios, pero confían igualmente en el hecho de que si alguno de los socios no cumpliera con el contrato firmado, a la larga se terminaría descubriendo y el riesgo en el que incurriría sería demasiado elevado como para plantearse no ajustarse a los términos firmados.

---

<sup>391</sup> Entrevista radiofónica realizada a Diego Agundez por la autora de la tesis, el 20 de enero de 2014.

<sup>392</sup> Aunque la referencia de Agundez corresponde a Euranet Plus, él mismo explica en esa entrevista que este extremo se puede aplicar también al caso de Euranet.

<sup>393</sup> Entrevista radiofónica realizada a Diego Agundez por la autora de la tesis, el 20 de enero de 2014.

Aún así, y con la recepción confirmada de unos 7.500 folios cada dos meses, desde la Comisión aseguran que se pueden hacer una fotografía bastante exacta de lo que están haciendo los socios de la red.

## 5. El final de Euranet: más que una red de radios europeas

Las posibilidades para que Euranet creciera en el ámbito de la comunicación superaban, y con mucho, los propios límites de la radiodifusión. Su activa vocación de implicar a los jóvenes europeos y contribuir en la medida de lo posible a crear una esfera pública europea, había llevado a los socios de la red a plantearse otra serie de iniciativas que fueran más allá de lo que habían demostrado que sabían y podían hacer.

La emisión de programas de radio y la apuesta por la página web se habían consolidado en los primeros años del proyecto firmado con la Comisión Europea. Por eso la red no se puso ningún tipo de limitaciones, amplió el campo de la colaboración universitaria e interuniversitaria y apostó por acercarse a través de otras vías a los jóvenes europeos.

Teniendo en cuenta que su máxima, sobre todo al final del proyecto, era velar por el cumplimiento de las tres “c” (coordinación, cooperación y visión cruzada, según las siglas en inglés), los socios de la primera red de radios europeas se plantearon organizar otro tipo de eventos y actividades con las que garantizarse el cumplimiento de los compromisos adquiridos por contrato con la Comisión Europea y, también, abrirse a nuevos mercados, dando por superada su presencia radiofónica pero sin dejarla de lado.

Entre esas nuevas propuestas destacan, por su novedad, dos. La primera, la creación de una red de estudiantes universitarios que terminó convirtiéndose en un órgano autónomo dentro de Euranet con la suficiente capacidad como para llevar a cabo su propia programación, advirtiendo eso sí y en permanente contacto con el Comité Editorial de la red, pero sin necesidad de colaborar con ellos. Como se ha visto anteriormente, este grupo de universitarios terminó recogiendo el testigo de los grandes programas de Euranet en la segunda parte de la vida del proyecto a través de los debates que organizaban mensualmente desde la sede del Parlamento Europeo.

La segunda de las actividades paralelas a la labor de radiodifusión de Euranet fue el primer concurso para jóvenes universitarios que se celebró en 2011. Se buscaba implicar a los estudiantes de periodismo en las cuestiones europeas y se preparó un concurso de piezas elaboradas por ellos sobre asuntos comunitarios. El mejor trabajo, como se verá a continuación, se premiaría con estancias en las radios asociadas y visitas a las instituciones europeas.

Igualmente importante fue el denominado debate Euranet Agora<sup>394</sup>, que la red celebró en marzo de 2012 en el Parlamento Europeo sobre la figura de los periodistas en el contexto informativo europeo. A la cita asistieron representantes de la Comisión Europea; de la Eurocámara; de las universidades colaboradoras de Euranet, emisoras socias del proyecto, y otros periodistas y agentes externos que enriquecieron el debate.

### 5.1 Conecting U and EU

En el apartado 5 del artículo 1.9 del contrato firmado entre Euranet y la Comisión Europea queda recogido el compromiso de la parte contratante de dar los pasos que sean necesarios para que los programas que elaboren “satisfagan los cientos de intereses que pudieran tener los ciudadanos europeos”, y advierte de que esos programas pueden realizarse en colaboración con universidades u otras estructuras apropiadas.

Este hecho formó parte de la filosofía de Euranet desde el mismo momento en el que se creó porque de hecho, las primeras 12 emisoras que fundaron la red se vieron fortalecidas, como ya se ha visto, por un pequeño grupo de radios universitarias que participaron activamente en el proyecto.

---

<sup>394</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Y76drs9xfx8>

Algunas de ellas reproducían los trabajos que habían elaborado los profesionales de Euranet, como era el caso de *Network Europe*, el espacio informativo que elaboraba el grupo de trabajo en inglés, que se podía escuchar a través de Cambridge University. Otras, por el contrario, elaboraban programación que emitían después las radios de Euranet, como por ejemplo, la radio universitaria de Salamanca que enviaba semanalmente una colaboración al magazine en español *Europunto de vista*.

Sin embargo, a esta fórmula de cooperación y colaboración entre las radios, se sumó la creación de una auténtica red que operó de forma paralela a Euranet y que funcionó de una manera independiente y espectacular, aunque siempre vinculada a la red europea de radios. El nuevo grupo se denominó *Connecting U and EU* y se presentó como una pequeña microsite que colgaba de la web de Euranet y que nació con el objetivo de conectar a los estudiantes de toda la Unión Europea y ponerlos en contacto con los miembros del Parlamento.

Eran los propios estudiantes los que producían los contenidos que después se volcaron en su página web, aportando un enfoque analista y centrándose en cómo afectaban a sus vidas las decisiones que adoptaban las administraciones. La idea era acercarse a lo que podía ser un “cara a cara” entre los jóvenes y los políticos.

Con ese objetivo se organizaba una vez al mes un debate radiofónico desde los estudios del Parlamento Europeo en Bruselas en el que los estudiantes preparaban los temas y las preguntas para los programas que a veces eran grabados y otras en directo. Siempre se realizaban desde las dependencias de la Eurocámara con lo cual, Euranet estaba consiguiendo una visibilidad importante entre los representantes del Parlamento.

El primero de esos debates se celebró el 12 de abril de 2011 y participaron todas las universidades que formaron parte del círculo, procedentes de varios países. Como representantes españolas se incluyeron la Universidad de Salamanca a través de su Radio Universidad, la UNED (Universidad Nacional Española a Distancia) y la



Universidad Autónoma de Barcelona. Desde Irlanda colaboró el Trinity College Dublin (Trinity FM); de Polonia, la Warsaw University (Kampus Radio); de Alemania, la University of Bonn (Bonncampus); de Suecia, la Örebro University (Campus de Radio), y de Rumanía, la Babeş-Bolyai University (Radio UBB).

A esta nueva red no se incorporó ninguna de las radios universitarias que se asociaron al proyecto en 2007, con la excepción de la emisora finlandesa que, como se ha visto anteriormente, fue reconocida como socia de la red durante el último año del proyecto.

La importancia de *Connecting U and EU* ha sido máxima sobre todo en la recta final de Euranet. Los jóvenes estudiantes tomaron el testigo de la programación especial y se volcaron en la realización de los debates con los que la red aplicaba su tradicional mandato de las tres “c”. Había cooperación entre las distintas radios universitarias, había coordinación por parte de los miembros del Comité Editorial de Euranet y había “cross vision” porque la procedencia de cada uno de los estudiantes enriquecía la variedad de interpretaciones que se analizaban en los debates. A todas las citas estaba invitado uno o varios representantes del Parlamento Europeo o de la Comisión.

## 5.2 Euranet Awards

Con ese mismo espíritu de implicar a la juventud en los asuntos europeos, Euranet preparó otra actividad paralela un año antes de que terminara su contrato con la Comisión Europea. Organizó los primeros premios Euranet para jóvenes estudiantes de periodismo que no habían tenido todavía una experiencia profesional y los denominó ‘Euranet Awards’. El objetivo era, según las bases del concurso, mejorar la cobertura de los asuntos europeos fomentando la creatividad de las generaciones venideras.

Los aspirantes tuvieron que elaborar un reportaje radiofónico con el enfoque y orientación que quisieran aunque acogiendo al gran asunto que propuso Euranet y

que en el caso de la edición de 2011 fue el de “los derechos de los ciudadanos europeos”. Después, fue cada radio la que eligió un candidato y entre todos los participantes se hizo la selección de 16 trabajos de entre los más de ochenta que se presentaron y de los que se eligieron a los cinco jóvenes finalistas. Se trataba de un joven rumano y otro alemán, y tres chicas, dos italianas y otra belga.

Según las bases del concurso, habría solo un finalista para el que se había preparado el gran premio, que consistió en la realización de cuatro semanas de prácticas no remuneradas en la radio que emitiera en el idioma que había elegido, y otras dos semanas en otra radio que formara parte de la red y que fue elegida por el propio ganador. Euranet se hacía cargo de los gastos del viaje y de la estancia en este segundo caso que disfrutó el joven rumano Andrei Purcarea, que fue el vencedor.

De esta forma, la primera red de radios diversificó su labor comunicativa y buscó, con esta iniciativa, implicar también a los jóvenes y futuros periodistas en el desarrollo y la cobertura de los asuntos europeos.

Los premios se entregaron en una ceremonia celebrada en el Parlamento Europeo, con la asistencia del presidente de la Eurocámara, Martin Schulz<sup>395</sup>, que aprovechó su intervención para animar a los estudiantes en la investigación sobre cómo luchar contra el desempleo juvenil.

### 5.3 “Hacia 2014”, un proyecto con el Parlamento Europeo

El cumplimiento de los cinco años de contrato con la Comisión Europea no supuso la desaparición de Euranet. Su conversión en grupo de empresas había garantizado su mantenimiento durante un tiempo indefinido, hasta que los socios así lo quisieran, y de hecho, así fue.

---

<sup>395</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=qrG4BLc5Lio>

En el mes de noviembre de 2012, unas semanas antes de despedir su colaboración con la Comisión Europea, Euranet negoció otro acuerdo con el Parlamento Europeo bajo los mismos objetivos, producir información europea aunque con motivo de centrar principalmente su programación en las futuras elecciones comunitarias de 2014. El proyecto se denominó “Hacia 2014” y la producción se redujo únicamente a cinco idiomas, y no a los 23 con los que acababa de despedirse la que había sido la primera red de radios europeas. El proyecto fue financiado con fondos de la Eurocámara desde el 1 de noviembre de 2012 hasta el 30 de junio de 2013 después de que la red se hubiera presentado a una convocatoria que publicó la institución cameral.

La misión de Euranet en este nuevo proyecto fue mejorar la calidad de los reportajes sobre Europa y promover la discusión sobre la convivencia europea, pero haciéndolo desde lo que llamaron “Europa desde dentro”. Aunque en este caso cambió el contratante, lo que no se modificó fue la base filosófica que ya se había instaurado en el primer acuerdo que el grupo de empresas firmó con la Comisión: Euranet seguía siendo una red de radios independientes, que elaboraban de manera conjunta información europea cubriendo distintos espectros: política, sociedad, cultura, economía, etc.

Para su difusión se siguió utilizando la misma plataforma web de Euranet ([euranet.eu](http://euranet.eu)), aunque llama poderosamente la atención que una vez comenzado este proyecto desapareciera todo lo que se había hecho anteriormente. Es prácticamente imposible encontrar programas, dossiers o informaciones en distintos idiomas que no sean los cinco que quedaron para este último acuerdo con el Parlamento Europeo y toda la programación de los cinco años anteriores tampoco se mantiene colgada en su página web.

#### 5. 4. Fundación Euranet

En la recta final del proyecto radiofónico de Euranet y, con el ánimo de aprovechar unos recursos económicos que los gestores de la red habían detraído para otras cuestiones, la empresa decidió crear la Fundación Euranet, un organismo ligado a la red de radios y volcado en la organización de actividades que se desarrollaran de manera paralela a la difusión radiofónica propiamente dicha.

El número de miembros que formaron parte de la Fundación Euranet fue muy reducido, no más de tres o cuatro personas, entre las que se encontraban el director general de la red, Erlends Calabuig, el máximo responsable de *Radio Slovenia International*, Srecko Trglec, y el director general de *Castilla y León Radio*, Florencio Carrera, junto a una nueva incorporación procedente del sector energético que la red consideró que podría aportar sabia nueva al proyecto. Se trata de Lena Morel, que hasta ese momento no había sido miembro de Euranet.

La labor de este grupo consistía principalmente en la organización de proyectos y actividades paralelas a la de la programación de radios. De hecho, a finales del mes de octubre de 2013 organizaron en la Universidad de Valladolid una jornada sobre transición en España y Portugal como posible modelo para el Magreb<sup>396</sup>, en la que participaron expertos del mundo del periodismo y la comunicación.

Conscientes de la existencia de esta Fundación, algunos socios han tratado también de plantear otro tipo de actividades que se podrían desarrollar dentro de esta institución. El director general de *Radio Rumania Internacional*, Eugeni Cojocariu, ha planteado un proyecto radiofónico basado en la colaboración con las radios de 14 países que baña el río Danubio. La idea se sustenta en la colaboración entre países europeos y no europeos, entre ellos, algunos que son candidatos a formar parte de la Unión Europea, como Moldavia, Serbia, Ucrania, etc.

---

<sup>396</sup> [http://economia.elpais.com/economia/2013/10/22/agencias/1382445266\\_465422.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/10/22/agencias/1382445266_465422.html)

La idea de Cojocariu es producir contenidos en común y compartiendo un mismo idioma. Por ejemplo, que una radio de Austria y otra de Bulgaria emitieran programación común en alemán. La financiación de este proyecto correría a cargo de los fondos regionales de cooperación y podría así llevarse a efecto.

En el momento de terminar esta tesis todavía no había un pronunciamiento oficial sobre esta idea. De hecho, tras la reunión que los miembros de la Fundación Euranet mantuvieron en París a finales de diciembre de 2013, la información que trascendió sobre este tipo de actividades fue muy escasa. En ese momento, la Fundación se encontraba todavía sin concretar su actividad, aunque ya se había acordado que su intención sería buscar fondos económicos a través de diferentes ofertas para desarrollar proyectos relacionados con la educación, la información y otro tipo de cuestiones similares.

## 6. Euranet Plus

“La idea es la continuidad, pero no lo decidimos nosotros”, decía en la entrevista que la autora de la tesis hizo a Erlends Calabuig en febrero de 2011. Y así fue. El proyecto que tanto esfuerzo había costado poner en marcha, que superó hasta dos crisis internas que amenazaron con desestabilizar su continuidad y la lucha constante por alargarse y verse representado en todos los idiomas oficiales de la Unión Europea (excepto el croata, que todavía no había entrado a formar parte de la Unión), consiguió mantenerse en el tiempo –más allá de los cinco años para los que inicialmente se había gestado- y hacerlo con la misma base y la misma filosofía.

El director general de Euranet, Erlends Calabuig, se felicitaba casi dos años antes de que terminara el proyecto por lo que estaban haciendo los socios y no dudó en hablar de excepcionalidad teniendo en cuenta todo lo que había pasado la red.

“Ejemplos de red que se hayan formado en tan poco tiempo, de manera tan rápida, con tal eficacia, y cumpliendo los requisitos prácticamente a rajatabla del contrato, y en algunos casos superando los compromisos, no existen. Estamos en una etapa en la que gracias a todo lo que se hizo, se ha podido crecer y estabilizarnos, y sería una lástima tener que tirar por la borda todo el proyecto porque hubiera una incomprensión por parte de las instituciones europeas. Yo no puedo decir que no pase pero sí te puedo decir que estamos luchando para que no ocurra<sup>397</sup>.”

Y al final no ocurrió porque, como se verá en este apartado, la red de radios consiguió mantenerse como empresa una vez finalizado el proyecto de Euranet con la Comisión Europea aunque lo hizo con menos socios y mudando el nombre y las condiciones de asociación para responder a una segunda convocatoria que el Ejecutivo comunitario aprobó a finales de 2012. Los socios que quedaron se constituyeron en EEIG Euranet Plus para optar a la oferta publicada por la Comisión cuyo objetivo era:

---

<sup>397</sup> Entrevista a Erlends Calabuig el 11 de febrero de 2011.

“Incrementar y diversificar la cobertura en radio de asuntos europeos a través de una producción y retransmisión regular y específicamente dedicada a programas de radio en diferentes idiomas oficiales a través de una red de radios que trabaje desde la independencia editorial. El objetivo general es fortalecer la conciencia de los ciudadanos de la UE y el conocimiento sobre los asuntos europeos a través de la información y la estimulación del intercambio de opiniones y el debate<sup>398</sup>”

A pesar de la complicada situación económica y superado ya el umbral del acuerdo firmado con la Comisión Europea durante cinco años para el desarrollo de Euranet, la red de radios consiguió mantenerse unida tras finalizar 2012 y convenir con la institución comunitaria la continuidad de un proyecto similar al que acababan de terminar. Las negociaciones entre ambas partes condujeron a un mayor compromiso por parte de las radios socias en dos sentidos: Por un lado, garantizándose que cada socio aportaba al proyecto un mínimo del 5% de la audiencia de su país o, en su defecto, un mínimo de 300.000 oyentes; y, en segundo lugar, que se emitiera en cada radio al menos 75 minutos a la semana de información vinculada a Euranet Plus. Ya no servía aquello de que cada emisora produjera lo que pudiera en base a su capacidad.

Estos dos requisitos obligaron a varias de las radios que habían sido parte de Euranet a abandonar el proyecto y de hecho otras, como *Castilla y León Radio*, tuvieron que superar algunas dificultades hasta conseguir cumplir con las nuevas condiciones que exigía la Comisión Europea. Además, en el caso de esta emisora, la llegada de Euranet Plus coincidió con uno de los momentos más convulsos que ha vivido en toda su historia. Desapareció *Punto Radio* como empresa y la entidad castellana y leonesa tuvo que buscar otro socio para garantizar una programación de 24 horas con cierta

---

<sup>398</sup> La Comisión Europea publicó a finales de 2012 una oferta pública basada en lo que había sido Euranet para la emisión de programas europeos a través de las ondas y la web (Production and broadcast of radio programmes on EU affaire, on air and on digital platforms, by a network of EU radio broadcasters. PO/2012-09/A6). La convocatoria fue ganada por los socios de Euranet Plus

holgura. Después de superar varios meses haciendo programación únicamente regional, consiguieron asociarse a la cadena nacional *EsRadio* y aportar la audiencia mínima solicitada por la Comisión.

Algo más sencilla fue la adaptación al nuevo proyecto de emisoras como la búlgara, la rumana o la eslovena, cuyo papel en el primer Euranet estaba representado solo por sus radios filiales internacionales. Como consecuencia de las nuevas exigencias de la Comisión Europea, estas emisoras tuvieron que acudir a sus radios madres para que se asociaran al proyecto porque de lo contrario, por si solas, las emisoras internacionales no cubrían los objetivos. No corrieron la misma suerte otras radios pequeñas del grupo que tuvieron que abandonar el proyecto por esos mismos motivos y al final Euranet Plus nació con 14 radios de 13 países de la Unión Europea, un arranque similar al que viviera su antecesor en 2007.

Los socios de Euranet Plus fueron *Polskie Radio Warszaw*, *Radio Romania*, *Bulgarian National Radio*, *Radio Magyar*, *Radio Slovenia*, *Latvijas Radio*, *Radio 24 Il Solle*, *AMS\_NET*; *BFM Radio*, *France Inter*, *EsRadio Castilla y Leon*; *RTBF*; *Skai Radio Athens*, y *SKY Media Estonia*.

Aún así, el compromiso del grupo era ampliar la red y, como ocurriera con Euranet, ir sumando socios en todos los idiomas posibles, aunque sin la presión de tener que cubrir el abanico de lenguas oficiales de la Unión Europea. El único requisito que en ese sentido exigía la convocatoria era el de ampliar la red al máximo número posible de ciudadanos europeos en su propia lengua, aunque el objetivo del contrato exigía alcanzar una audiencia de 25 millones de oyentes diarios al finalizar el proyecto. En esa labor de crecimiento, la Comisión Europea se reservó la potestad de supervisar la incorporación de nuevos socios y, de hecho, tal y como se recogía en las bases del proyecto, la institución comunitaria debía ser informada de las nuevas adhesiones que además tendrían que ser objeto de aprobación previa por su parte.



No obstante, las bases de la convocatoria reconocían la posibilidad de incorporar algunos colaboradores de la red que emitieran la programación europea elaborada por Euranet Plus sin necesidad de pasar a formar parte de ella. El resultado de este tipo de alianzas serviría, sobre todo, para incrementar la audiencia del proyecto e ir sumando esfuerzos en aras de conseguir el objetivo final de los 25 millones de oyentes.

Respecto al tipo de emisoras que como socias podrían incorporarse a la red, la variedad seguía siendo la tónica de la propuesta, como ocurriera en 2007 con Euranet. Desde el principio se quiso que fuera un club abierto en el que además, por los propios condicionantes de la situación, sobre todo económica, del momento, las radios privadas fueron poco a poco abriéndose paso.

Aunque aproximadamente dos tercios de los socios de Euranet Plus seguían siendo emisoras públicas, la tendencia hacia la que se dirigía la ampliación de la red tiene más que ver con radios privadas que públicas. No es una cuestión voluntaria sino que por razones de facilidad en su puesta en marcha, este tipo de radios han resultado ser las que acaban siendo más rápidas y efectivas. No hay que olvidar tampoco que con motivo de la crisis que afecta muy directamente a los medios de comunicación, las empresas radiofónicas están buscando otros recursos económicos para suplantar las enormes caídas de publicidad y han encontrado en este tipo de proyectos un nicho importante para poder mantenerse.

La filosofía de Euranet Plus es la misma que Euranet aunque la oferta pública lanzada por la Comisión Europea en 2012 desciende en mayor medida al detalle de lo que lo hizo cuando lanzó la convocatoria en 2007 con la que terminó haciéndose Euranet. De esta forma, se reconoce una evolución respecto a los objetivos de la institución comunitaria que se ha basado en la experiencia previa de los cinco años anteriores para mejorar y modificar determinadas cuestiones al entender que podrían beneficiar a su labor de comunicación.

En la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea se considera Euranet como algo parecido a un proyecto piloto, con una escasa experiencia anterior basada únicamente en las convocatorias APCAV, y que se configuró a partir de la necesidad de ir mejorando y creciendo a lo largo de los cinco años de duración. Fruto de esas experiencias, y una vez decidido que se renovarían la filosofía del proyecto después de que llegara al final, las instituciones incorporaron algunas modificaciones importantes en la nueva convocatoria de 2013. Es el caso, por ejemplo, de los mínimos de audiencia marcados para cada emisora socia, de los minutos de producción por parte de cada radio o de la descripción de los contenidos que han de emitirse en cada programa.

Respecto a lo primero, al caso de las audiencias, la Comisión constató que con Euranet algunas cuestiones habían quedado demasiado abiertas y eso terminó dando pie a un escenario de bastante libertad en las emisiones. No tenía mucho sentido que, por ejemplo, un ciudadano maltés que viviera en Estados Unidos se informara de los asuntos europeos a través de la emisora internacional del país puesto que, en la práctica, no se estaba creando una esfera pública.

Para solventarlo, la convocatoria de Euranet Plus exigía un mínimo de 300.000 oyentes a cada una de las emisoras que quisieran formar parte del proyecto o en su defecto, el 5% de la audiencia nacional.

“Llegamos a la conclusión de que para que realmente una red de radios llegue a los ciudadanos se necesita una audiencia. Si apostado por radios que no tienen audiencia, que hablen o no de asuntos europeos, no aportaba nada. Con el nuevo proyecto se intenta garantizar que tengan un impacto real en la ciudadanía para construir ese espacio público<sup>399</sup>”.

---

<sup>399</sup> Entrevista a Diego Agundez, responsable del seguimiento de Euranet Plus en la DG COMM, realizada por la autora el 20 de enero de 2014.

No le faltaba razón al responsable del seguimiento del proyecto de Euranet Plus en la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea al afirmar lo que se ha recogido anteriormente porque, aunque la idea de reunir a radios europeas era sin duda novedosa a efectos prácticos, un porcentaje importante de la audiencia de esas emisoras vivía fuera de los países de origen con lo cual, el riesgo se asentaba en el hecho de poder o no crear una esfera pública europea a partir de la información emitida en sus antenas, pero asentaba prácticamente fuera de las fronteras de la Unión Europea. De hecho, salvo cuatro de las 21 emisoras que formaron Euranet, el resto eran emisoras internacionales públicas que difundían su programación entre los habitantes de su país que vivían en el extranjero.

En lo que tiene que ver con los contenidos, mientras que en la convocatoria de 2007 la propuesta en este sentido se resumía en 13 puntos más o menos generales que sirvieron para la puesta en marcha de Euranet, en la oferta de 2012 la Comisión se deshace en detalles y dirige claramente los contenidos hacia cuestiones eminentemente políticas.

“Los asuntos europeos (sobre los que informará la red) se definen como: 1. políticas y actividades que se contemplen dentro de las competencias de la Unión Europea recogidas en los Tratados; 2. cuestiones relacionadas con la política y la actividad de la Unión Europea que tenga lugar dentro de uno o más estados miembros; 3. asuntos mundiales que afecten a la UE y que tengan una implicación europea o requiera una reacción a nivel comunitario<sup>400</sup>”.

Mantiene, no obstante, la perspectiva comunitaria desde la que abordar esos asuntos, pero lo vincula a la actividad de la Unión Europea más que hacia los intereses de los ciudadanos, de los que espera que la red sea capaz de involucrar buscando sus opiniones o invitándoles a debates.

---

<sup>400</sup> Traducción de la autora del punto 3.1.3 de la oferta pública de 2012 convocada por la Comisión Europea para la realización de programas de radio sobre asuntos europeos.

Hay otras medidas que también se siguen aplicando, como los estatutos acordados inicialmente por la red y su Carta Editorial o el reparto de cargos. El director general del EEIG Euranet Plus sigue siendo Erlends Calabuig y el COO Editorial, Domique D'Olme.

Sin embargo, el funcionamiento ha cambiado en algunas otras cosas. La gran novedad es que la EEIG ha creado una especie de agencia de noticias europeas que difunde a diario entre las emisoras socias y que estas emiten en sus antenas de manera voluntaria. Con este motivo, la empresa abrió una oficina en Bruselas en la que contrataron a cuatro personas y a la que acuden semanalmente miembros del Parlamento Europeo para ser entrevistados por los periodistas. El espacio cuenta con un estudio de radio y otro de televisión para estos efectos. De esta forma, dicen los socios, se incentiva y profundiza en las relaciones con la Eurocámara, que ha sido también otra de las apuestas de esta nueva etapa.

Esto supone también un avance importante respecto a la independencia de la propia red que nació en 2007 con la premisa de utilizar las infraestructuras e intendencia de sus socios y, sin embargo, una vez madurada como empresa, empieza a tener sus propias instalaciones.

En este sentido, cabe destacar también otro asunto que le confiere mayor autonomía empresarial aunque, en este caso, motivado por la oferta de la Comisión Europea. Además de describir al detalle las cuestiones editoriales a las que ha de responder la red, las bases de la convocatoria recogen en su punto 3.2.4. la obligación de desarrollar una estrategia de marketing y comunicación con la que promocionarse en la industria radiofónica y centrarse en la atracción de nuevos socios. Se supone que esto es algo que una empresa autónoma, por su propia condición, debería contemplar como lógico, pero el hecho de quedar registrado en la base de la convocatoria da una idea de hasta qué punto la Comisión Europea pretende abrir su propia labor de comunicación y compartirla con todos los destinatarios de sus proyectos e iniciativas.

De esta forma, busca ampliar el marco de actuación, intentando garantizarse una mayor respuesta y conocimiento entre la audiencia europea.

La estrategia, apunta además la convocatoria, deberá revisarse cada año de acuerdo a los acontecimientos que hayan ido marcado la evolución del mercado radiofónico y esto conducirá a una posterior reflexión y análisis, del que surgiría la base para el trabajo de marketing y promoción que la red debería desarrollar el año siguiente.

Esto significa que con Euranet Plus, la Comisión Europea ha dado un paso adelante hacia esa externalización de su labor de comunicación que ya había iniciado a partir del nacimiento de Euranet en 2007 pero, para la empresa el camino hacia la consolidación tiene todavía un asunto pendiente, el del reconocimiento político de forma permanente que impida que cada cambio de gobierno les obligue a defender la necesidad de mantenerse.

La actual dirección de Euranet Plus está convencida de que la continuidad de este tipo de proyectos es una cuestión tanto económica como política, y en este último terreno juega un papel fundamental el Parlamento Europeo. Desde los orígenes de Euranet, la red de radios ha colaborado de una forma muy estrecha con la Eurocámara, pero su intención ahora busca ir más allá, hasta el punto de consolidarse como una iniciativa política que se debería aprobar institucionalmente en el pleno de la cámara.

Con el argumento del déficit de comunicación entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos europeos, y la probabilidad de abrir nuevos canales para menguar esa deficiencia, Euranet Plus ha creado un lobby en el Parlamento Europeo a través del cual convencer a los representantes políticos de que todos los canales que puedan mejorar ese ámbito deberían ser bienvenidos. La Eurocámara está convencida de que es una buena opción y, de hecho, se está volcando en apoyar esta red cooperativa de radios que supera el localismo nacional y que se emite en los estados miembros a través de emisoras que ya existen.

En ese sentido, Euranet Plus está haciendo un trabajo de acercamiento emocional y mental a los representantes de las instituciones europeas con el ánimo de que durante 2014 se pueda consolidar este proyecto como una iniciativa permanente a partir de recibir el visto bueno en una votación del Parlamento. La idea es hacerlo a través de una decisión parlamentaria que inscriba el proyecto como una acción pública necesaria que tenga que ser garantizada a través del tiempo. De esta forma, se evitarían los múltiples oportunismos políticos que, como explican los miembros de la red, seguro que son la peor manera de medir la calidad de un proyecto.

### CAPÍTULO III CONCLUSIONES

“Europa no se hará de una vez ni en una obra de conjunto: se hará gracias a realizaciones concretas, que creen en primer lugar una solidaridad de hecho”, apuntaba en su Declaración del 9 de mayo de 1950 el ministro de Asuntos Exteriores francés, Robert Schuman, considerado uno de los padres de la Unión Europea. De hecho, la UE reconoce esta declaración como el primer paso para la formación de esta organización supranacional, al proponer que el carbón y el acero de la entonces República Federal de Alemania y de Francia se sometieran a una administración conjunta.

Efectivamente la solidaridad a la que se refería Schuman es, sin duda, la fórmula más adecuada para consolidar una verdadera Unión Europea en la que, entre las realizaciones concretas, se han incluido ya la unión monetaria, el mercado único o la “Constitución” europea, entre otros grandes avances, pero en la que ha de jugar también un papel fundamental la política de la comunicación, sumida todavía en un continuo proceso de desarrollo y evolución.

Europa habla de Europa desde el mismo momento en que nació y de hecho, aunque las alusiones implícitas a la comunicación en el Tratado de la CECA (1951), el Tratado de Roma (1957), el Tratado de Maastrich (1992) y el Tratado de Amsterdam (1997), brillan por su ausencia, lo cierto es que su preocupación por comunicar se remonta prácticamente a sus orígenes y eso se ha traducido en una acción que se ha ido desarrollado de forma paralela a la maduración de la Unión Europea.

Aunque el objeto de esta tesis se fundamenta en la resolución de la hipótesis y los objetivos recogidos en la introducción y relacionados con el análisis de la primera red de radios europeas, Euranet, también se ha considerado necesario recoger en el primer capítulo de este documento un estudio desde la perspectiva histórica pero marcado igualmente por la interpretación sobre las distintas acciones que en el ámbito de la

información y la comunicación se han venido aplicando desde las instituciones europeas a lo largo de la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI, momento en el que nació Euranet.

Fruto de esa interpretación así como del análisis crítico del nacimiento de la primera red de radios europeas destacamos seis conclusiones principales. La primera de ellas me lleva a afirmar cómo la incipiente Sociedad de la Información arraigada en los años noventa obligó, de alguna forma, a gestionar políticamente la acción comunicativa de la Comisión Europea centrando la gran mayoría de sus esfuerzos en el desarrollo de un mercado liberalizado en el sector de las telecomunicaciones y en la búsqueda de un papel adecuado que la institución comunitaria debía desempeñar. Fue el denominado *Informe Bangeman* titulado *Europa y la sociedad de la información* y coordinado por el político alemán Martin Bangeman, el que orientó a la Comisión que entonces presidía el francés Jacques Delors (1985-1995) para que mantuviera una postura de árbitro más que de jugador durante el partido que se estaba librando y se limitara a promocionar el común acceso a las nuevas tecnologías en todos los países miembros, así como a facilitar la labor de las empresas dedicadas a este sector en tanto en cuanto, el equipo de expertos liderados por el político alemán, entendió que estas debían ser las que apostaran económicamente por el éxito de esa liberalización del mercado de las telecomunicaciones.

La Comisión Europea se sumió entonces en un proceso más bien analítico y reflexivo que se prolongó durante prácticamente toda la década de los noventa en el cual se redactaron varios Libros Verdes con los que las instituciones comunitarias buscaron tantear y sintonizar con el mercado. La conclusión a la que llegaron fue la misma que había sugerido previamente Bangeman, esto es, que el papel de la institución debía interpretarse como un mero impulsor de la Sociedad de la Información, y así lo aplicaron aunque este hecho le valiera más de una crítica en el campo, por ejemplo, de los medios públicos. Entre estos últimos destaca la crítica del profesor Fernando Fernández Quirós que entendió que lo único que hizo la institución comunitaria fue



ponerse de perfil ante la oleada de concentraciones mediáticas y privatizaciones que se sucedieron en esos momentos

Hay otros expertos que consideran que el Informe Bangemann fue el primer gran documento sobre comunicación que alteró e impulsó la acción comunicativa de la Comisión Europea, y puedo coincidir con ello si el contexto en el que se realiza tal evaluación se enmarca única y exclusivamente en el sector de las telecomunicaciones porque no hay que olvidar que la década de los noventa arrancó con la aprobación del Tratado de Maastrich (1992), un acontecimiento que, desde mi punto de vista, marcó un punto de inflexión en la acción comunicativa de la Comisión Europea y que impulsó la elaboración de otros documentos igualmente importantes para la materia que nos ocupa.

El rechazo al Tratado preocupó a la Comisión Delors que encargó varios análisis para entender el distanciamiento de los ciudadanos a pesar de la euforia con la que los jefes de estado y de gobierno abandonaron a las tres de la mañana del 11 de diciembre de 1991 la cumbre de Maastrich en la que se aprobó el Tratado de la Unión Europea (TUE). Las autoridades comunitarias responsabilizaron de este hecho a la ausencia de una estrategia de comunicación transparente, coordinada y eficaz que, a pesar de los esfuerzos que se materializaron para conseguirla, no fue hasta principios de los 2000 cuando se puede considerar cumplido el objetivo.

El acierto o no de la misma, a partir de sus propios resultados, no es competencia de esta investigación pero aún así me atreveré a decir que sí que se constató una mejora en la labor comunicativa que se tradujo en una política más ordenada y en una concreción de mensaje y objetivos que despejaron el camino de la actuación.

Aún así, y en ese escenario de búsqueda de respuestas tras el fracaso del Tratado de Maastrich, se encargaron varios informes que se redactaron y debatieron en el Parlamento Europeo. El *Informe Oostlander*, el *Informe De Clerq*, el *Informe Pinheiro*, y posteriormente, el *Informe Pex*, se convirtieron en la base de una nueva

forma de comunicar que se denominó “el nuevo enfoque” y que buscaba sobre todo redirigir la acción comunicativa hacia una acepción más cultural y participativa que dejara atrás la libre actuación de cada una de las instituciones.

En ese sentido, la demanda de una mayor participación en esta tarea por parte de la Eurocámara –algo que se puede considerar lógico puesto que los redactores de esos textos eran europarlamentarios- se ha convertido, a mi juicio, en una de las máximas a tener en cuenta si la Unión Europea quiere asegurarse el éxito en la comunicación.

Y es en este escenario donde recojo la segunda conclusión de esta tesis: la necesidad de incrementar la colaboración o solidaridad entre las instituciones comunitarias, especialmente entre el Parlamento y la Comisión, para unificar el mensaje y recoger a cambio el interés de los ciudadanos.

Es cierto que en el seno de las Representaciones de los estados miembros, que es el ámbito más pegado al terreno, el más próximo al ciudadano, esta labor se viene realizando como algo natural y es igualmente certero que, en mayor o menor medida, este hecho se está contabilizando en términos de buenos resultados. No obstante, en este sentido el exceso de información procedente de cada uno de los departamentos de comunicación de cada una de las instituciones que llega a estas Representaciones termina complicando la selección del mensaje y difuminando el objetivo inicial, tal y como he podido comprobar en la oficina de las instituciones comunitarias en España con sede en Madrid.

La selección y concreción de los mensajes es una de las labores más complicadas para estos profesionales que tienen que apostar, de entre una gran cantidad de información, por el mensaje que creen que puede tener la mejor acogida en los medios de comunicación del país puesto que, como he explicado, el exceso en el número de informaciones que les llegan termina traducándose en una ausencia de apuesta por un mensaje concreto.

Soy consciente de que este extremo podría suscitar cierta crítica por parte de algunos sectores si se aplicase por ejemplo una comparación en términos nacionales. A nadie se le ocurriría pensar que el Gobierno de España llevara a cabo una acción conjunta de comunicación con el servicio homólogo del Congreso de los Diputados. Y efectivamente es así. La diferencia es que en el ámbito europeo, los ciudadanos no tienen tan clara las diferencias entre las instituciones y en ese sentido entiendo como necesario concitar la solidaridad entre ellas para conseguir al menos un objetivo común que es el de llegar a la sociedad y generar un contexto apropiado en el que se desarrolle una opinión pública europea.

Se da además la circunstancia de que Europa se ha convertido en el chivo expiatorio de tal forma que, cuando las cosas van bien, son los Estados miembros los que se responsabilizan de la gestión y aplauden su labor, sin embargo, cuando hay problemas Bruselas termina asumiendo las culpas del fracaso. Un ejemplo determinante son las ruedas de prensa posteriores a una reunión de un Consejo de Europa. Los presidentes interpretan el encuentro en clave nacional y los medios de comunicación informan sobre ello en ese sentido, sin embargo, las explicaciones que aportan después Herman Van Rompuy o José Manuel Durao Barroso, apenas consiguen un espacio en los periódicos nacionales. Esto hecho es una manifestación más de que los asuntos europeos se interpretan en clave nacional o regional, lo que dificulta el entendimiento en términos comunitarios para el ciudadano. El reto está en encontrar una fórmula mixta que conjugue ambas interpretaciones, la crónica política en clave nacional y la información en términos europeos, y para ello considero necesario un acercamiento de las instituciones comunitarias pero también un mayor compromiso por parte de las empresas y editores de los medios de comunicación. Aunque la lógica pudiera ofrecer alguna respuesta a la pregunta de por qué no ocurre esto, considero que es un asunto de importancia considerable como para que pudiera ser objeto de otra investigación académica.

Otra conclusión, la tercera, incluida también dentro de la evolución de la acción comunicativa de la Comisión Europea, tiene que ver con el cambio que experimenta la

orientación en el mensaje. A partir de 1995, con la llegada de Jacques Santer a la Comisión, la institución siente la necesidad de explicar qué es Europa y hacerlo desde la proximidad a los ciudadanos (el *Informe De Clerq* justifica incluso por qué un mayor acercamiento a los jóvenes y las mujeres podría ser una garantía de que el mensaje llegara mejor) y no solo a los políticos y a través de los medios de comunicación.

Cuatro años después, en 1999, se decidió que había que crear una verdadera estrategia propia que se fue elaborando por etapas y que vio la luz definitivamente en 2002 bajo la denominación *Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea* que surgió de la mano del entonces comisario de Justicia e Interior Antonio Vitorino. Él fue el encargado de negociar la carta de Derechos Fundamentales y, ligado a ello, insistió mucho en que la comunicación debía estar muy vinculada a la ciudadanía. Para ello, y unido a la anterior conclusión, se creó el Grupo Interinstitucional de Información (GII) que era el organismo encargado de realizar esa selección de mensajes y participado por representantes de las distintas instituciones.

Esta premisa de centrarse en el individuo marcó también el principal hilo argumental de los grandes documentos que, en materia de comunicación, vieron la luz poco tiempo después. Entre ellos destaca el *Plan D, de democracia, diálogo y debate* (2005) y sobre todo el *Libro Blanco para la Política de Comunicación Europea* (2006) que es el gran documento de cabecera en acción comunicativa de los primeros años del siglo XXI. De su seno nació Euranet, vinculado también a otra de las medidas adoptadas por la comisaria sueca Margot Wallström (responsable de la redacción del Plan D y del Libro Blanco) que hizo un llamamiento a partir de 2005 a la necesidad de comunicar de una forma asociada. Este hecho supone además otro momento importante que destaco como cuarta conclusión de esta tesis y es que la Comisión entiende, a partir de ese año, que por sí misma no puede reducir el distanciamiento con el ciudadano sino que, de alguna manera, ya se apuntaba la necesidad de crear una especie de servicio externalizado de comunicación que incrementara, como un altavoz, la explicación de lo que era Europa y de lo que

estaban haciendo sus instituciones. Es en este contexto y con esa filosofía, cuando nace Euranet.

Bien es verdad que el apoyo de las instituciones comunitarias a medios de comunicación para elaborar información europea no era algo nuevo y de hecho, la política de subvenciones, por un lado, y de ofertas de servicios, por otro, es casi tan antigua como la propia institución. Sin embargo, el caso de Euranet es distinto por diferentes motivos. Para empezar, en términos cuantitativos, la red alcanzó la suma de 23 emisoras de tantos países de la Unión Europea que trabajaron de forma conjunta por un objetivo común. Hasta entonces no se había conseguido con éxito un objetivo tan ambicioso y eso que, como se ha podido constatar en el segundo capítulo de esta tesis, el proceso de consolidación del grupo de empresas no fue realmente sencillo.

En ese sentido, estoy convencida de que Euranet, la primera red de radios europeas, supuso una pequeña revolución en la forma de hacer política comunicativa por parte de la Comisión Europea. Hasta su nacimiento, no existió ningún proyecto similar basado en la unión voluntaria de tantas empresas de comunicación, ni durante tanto tiempo (cinco años ininterrumpidamente), en este caso radios públicas y privadas de diferente tamaño y consideración, para informar sobre Europa. A grandes rasgos ese fue su objetivo, junto con el de contribuir a desarrollar una esfera pública europea.

Para conseguirlo, la Comisión Europea había hecho público un contrato de servicios cuya convocatoria fue ganada por un grupo de radios asociadas en un consorcio que denominaron Euranet y que recibió una financiación de 5,8 millones de euros anuales entre 2008 y 2012. La independencia editorial estaba garantizada por contrato y la única relación que existía entre contratador y contratado era que se informara sobre asuntos europeos.

Como se ha tratado de demostrar, la intervención de la Comisión en este sentido no se ha traducido nunca en una propuesta de rechazo de contenidos, como han ratificado en sendas entrevistas tanto el director general de Euranet, Erlends Calabuig, como el

responsable del servicio de medios de la Comisión, Diego Agundez. Sin embargo, y a pesar de ello, la escasa base empírica para constatar la consecución de los resultados previstos me ha llevado a concluir que Euranet fue un proyecto piloto para probar nuevas fórmulas de comunicación en el anhelo continuo de desarrollar una esfera pública europea. Es mi quinta conclusión.

Aún así, y aunque los resultados sobre si ha funcionado el proyecto o no, no se pueden incluir en esta tesis por su escaso fundamento científico (se basan en estudios internos tanto de la Comisión como de las radios socias que no han compartido conmigo y que no han querido hacer públicos puesto aseguran que les sirven únicamente como documentos de orientación), lo cierto es que Euranet ha marcado otro hito importante en la acción comunicativa de la Comisión Europea. La institución comunitaria ha mantenido el germen de este proyecto para seguir desarrollando otro similar denominado Euranet Plus (2012-2016) a pesar de que solo unos pocos años antes se desestimara el que podría haber sido su homólogo en el mundo de la televisión.

Considero apropiada la filosofía de Euranet para conseguir acercar la información europea a los ciudadanos de los países miembros, entre otras cosas porque, y ahí radica mi consideración de éxito, utiliza radios consolidadas en los países de origen con una audiencia previa, a la que sin alterar su programación normal, informa de los asuntos europeos. Se ha conseguido crear un clima de normalidad informativa que no despista ni molesta al oyente y que puede conjugar perfectamente con el tipo de programación a la que se dediquen convencionalmente las radios socias.

Durante el periodo de investigación he encontrado algunas voces críticas que han considerado excesiva la libertad editorial y de contenidos que la Comisión Europea dejaba a Euranet. El hecho de no haber ningún compromiso para que, por ejemplo, los miembros del Colegio de Comisarios establecieran una serie de visitas o entrevistas en las radios socias y que lo hicieran con cierta cadencia para garantizarse la fidelidad del oyente, ha sido entendido como un motivo de escasos resultados desde el punto de vista de hacer llegar el mensaje comunitario a la ciudadanía. Sin embargo, tales

críticas se desvanecen desde el propio origen del proyecto, en el momento en el que el contrato garantiza la libertad editorial para los ganadores de la oferta de servicios. Este hecho no era nuevo en Euranet, de hecho, la Comisión Europea aprobó en 2004 una carta de libertad editorial que, desde ese momento, se aplicó en todos los contratos de comunicación.

Algunas fuentes consultadas en el seno de Euranet explican que la futura política de la Comisión Europea podría estar orientándose hacia la oferta de servicios del tipo de la primera red de radios europeas e ir reduciendo, por el contrario, la tradicional subvención que se ha publicado para los medios de comunicación.

Esta última es la política que la Comisión mantiene con Euronews, la que se puede considerar la televisión europea, sin embargo el escaso índice de audiencia de la cadena, el 5%, debería cuando menos hacer que el departamento competente para ello se replanteara este tipo de medidas si no se garantiza un resultado mejor.

Por último, y como **sexta conclusión** de esta tesis, creo que tanto la política de comunicación de las instituciones europeas como el propio proyecto de Euranet tendrían un mayor recorrido desde el punto de vista de la audiencia si se apoyaran más en los medios de comunicación de ámbito local y regional. Teniendo en cuenta que un porcentaje muy elevado de las decisiones que se adoptan en las instituciones comunitarias afectan a la vida diaria del ciudadano, entiendo que es la prensa más cercana a él la que mejor puede informar sobre esas decisiones. De esta manera, se garantiza la recepción del mensaje y el acercamiento al receptor deseado. Basta consultar los estudios generales de medios en los que, uno tras otro, se garantiza una mayor difusión de la prensa local y regional, que de la prensa nacional.

No se discute que en un contexto de crisis económica como el actual la participación europea se ha convertido también en una oportunidad para las empresas de comunicación que luchan en un mercado publicitario cada día más difícil. Este hecho está motivando incluso que cada vez sean más empresas privadas y no emisoras

públicas las que opten por presentarse a este tipo de ofertas y, desde este punto de vista, las instituciones europeas deberían considerarlo también como una oportunidad para ampliar el escenario en el que desarrollar una esfera pública europea.

Para ello se necesitan dos cosas. En primer lugar, continuidad y permanencia en las iniciativas. Si se cuestionan y se revistan todas las medidas cada cinco años, es difícil que un proyecto de esas características y dimensiones pueda cuajar, por ese motivo puede resultar acertado consolidar este tipo de proyectos dentro de la acción política de las instituciones comunitarias. En esa tarea están ya los responsables de Euranet protagonizando una especie de lobby en el Parlamento Europeo para que la iniciativa obtenga el respaldo político de la Eurocámara y no sea necesario tener que negociar cada cinco años, coincidiendo con el cambio de gobierno en la Comisión Europea, sobre las bondades de este tipo de iniciativas. En el momento en el que se termina esta tesis todavía no se ha producido esa votación en el Parlamento aunque la medida ya está en marcha, y desde mi punto de vista, puede ser necesaria.

Ya los informes de Oostlander y De Clerq consideran la comunicación como una cuestión de agenda política aunque no fue hasta la llegada de José Manuel Barroso a la Comisión Europea en 2004 cuando se creó la vicepresidencia de Comunicación con Margot Wallström como responsable de estos asuntos. Este fue el departamento de mayor rango otorgado hasta el momento para asumir la política de comunicación europea aunque un par de años antes, con la publicación de la estrategia de comunicación del comisario Vitorino, ya se había dado un paso de gigante en la materia. Se habían sentado las bases y concretado las líneas de actuación recogidas en un Memorando de Entendimiento (MoU en sus siglas en inglés) que concentró, por primera vez hasta el momento, el apoyo político de los Estados miembros a las acciones de comunicación que debía desarrollar la Comisión Europea y en la que habían asumido implicarse.

Esto ocurría en el año 2002 lo que demuestra la escasa celeridad con la que avanzan los grandes asuntos en la Unión Europea con la consecuente ralentización del proceso



de identificación social y respeto por la institución. Ciertamente es que el propio mecanismo de funcionamiento interno en las organizaciones comunitarias no es precisamente ágil pero, en pleno siglo XXI y demostrada la dependencia cada vez mayor de las decisiones comunitarias, el esfuerzo por implicarse en el campo de la comunicación ha de ser mayor. Se ha conseguido la unión económica y quizá antes de la unión política debería conseguirse la unidad en la acción comunicativa.

En segundo lugar, para conseguir esa esfera pública europea, considero fundamental que las empresas y los medios de comunicación amplíen sus horizontes editoriales y empiecen a abrir más espacios para la información europea como tal, aunque tampoco de una manera excluyente de la del catalizador local o regional desde el que se interpretan mayoritariamente los asuntos europeos, sino de una forma combinada.

Sobre este hecho se están celebrando distintos encuentros y seminarios, entre ellos el que organizó la propia red de radios europeas Euranet en el Parlamento Europeo en marzo de 2012 en el que participaron directivos de medios de comunicación, miembros de la Eurocámara y jóvenes estudiantes. El objeto de la cita fue debatir sobre el papel de los periodistas en un contexto europeo de crisis y analizar dónde poner el foco para corregir algunas de las deficiencias que se habían detectado en ese contexto, entre ellas, la ausencia de una identidad europea; la falta de recursos, o la mínima implicación por parte de los editores y propietarios de los medios de comunicación en este tipo de informaciones junto con la ya comentada óptica nacional que se aplicaba a la hora de enfrentarse a este tipo de información.

Tras más de dos horas de encuentro, algunas consideraciones se tuvieron finalmente en cuenta. Primero, que se necesitan periodistas en los Estados miembros que conozcan el contexto europeo, con lo cual es más que importante la formación, y, en segundo lugar, en el caso de la radio, que es necesario atraer nuevas audiencias, especialmente entre los jóvenes, como gran reto de futuro para este medio de comunicación.

Las instituciones europeas han empezado a trabajar ya en ese sentido a partir de la formación y organización de seminarios presenciales dedicados especialmente a periodistas, por un lado, y del acercamiento a los jóvenes, por otro. En esta última labor destacan por ejemplo sus portales en redes sociales Facebook o Twitter, y de una forma especial, el fomento del conocimiento de la Unión Europea que hace unos meses iniciaron las instituciones comunitarias a través de Twenti, la red social dirigida a los más jóvenes.

## IV. FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

### 4.1 Fuentes documentales

1977. Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna. Informe MacBride. UNESCO. CC- 78/ws/39, París.

1989. Textos básicos de comunicación (1989-1995). Aprobados por la UNESCO. *From cultural defence to political cultural: media politics and collective identity in the European Union*, Media, Culture & Society, vol.19, Sage, Londres.

1990. Política audiovisual: las próximas etapas, COM (90) 78 final.

1992. Libro Verde, Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria, COM (92) 480.

1993. *Reflection on Information and Communication Policy of the European Community. Report by the group of experts chaired by Mr Willy De Clercq. Member of the European Parliament.*

1993. *Report of the Committee on Culture, Youth, Education and the Media on the information policy of the European Community.* Rapporteur: Mr Arie Oostlander, PE 203.960/fin.

1993. *The Commission's information and Communication Policy. A new approach*, SEC (93) 916/9.

1993. Comunicación de consulta sobre la situación del sector de las telecomunicaciones, COM (93) 159.

1993. Libro Blanco sobre el Crecimiento, la Competitividad y el Empleo. Los retos y caminos hacia el siglo XXI, COM (93) 700.

1994. Libro Verde, Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la política audiovisual de la UE, COM (94) 96 final.

1994. Europa y la sociedad de la información. Recomendaciones del Grupo Bangemann al Consejo Europeo.

1994. Europa en marcha hacia la sociedad de la información. Plan de actuación, COM (94) 347 final.

1994. Posible evolución de las consultas en torno al Libro Verde. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. Valoración de la necesidad de una acción comunitaria, COM (94) 353 final.

1994. Libro Verde sobre la liberalización de las infraestructuras de telecomunicaciones y las redes de televisión por cable. Parte I. Principios y Plazos, COM (94) 440, final.

1994. *Green Paper on the liberalisation of telecommunications infrastructure and cable television networks. Part II. A Common Approach to the provision of infrastructure for telecommunications in the European Union*, COM (94) 682, final.

1995. Los derechos de autor y los derechos afines en la Sociedad de la Información, COM (95) 382 final.

1996. La sociedad de la información: las nuevas prioridades surgidas entre Corfú y Dublín. Las implicaciones de la sociedad en las políticas de la Unión Europea. Preparación de las próximas etapas, COM (96) 395 final.

1998. Informe sobre la política de información y comunicación de la Unión Europea, PE 225.022/def.

1998. La era digital: informe del grupo de alto nivel de política audiovisual, Comisión Europea.

1999. Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital, COM/99/0657 final.

2001. Un nuevo marco para la cooperación en actividades referentes a la política de información y comunicación de la UE, COM(2001)354final.

2001. Libro Blanco de la Gobernanza, COM (2001)428 final.

2002. Una estrategia de información y comunicación para la Unión Europea, COM (2002) 350 final.

2004. La aplicación de la estrategia de información y comunicación de la Unión Europea, COM (2004) 196 final.

2005. i2010. Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo, COM (2005) 229 final.

2005. Plan de acción de la Comisión para mejorar la comunicación sobre Europa, COM (2005) 985 final.

2005. Plan D de democracia, diálogo y debate, COM (2005) 494 final.

2006. Libro Blanco sobre una política europea de comunicación, COM (2006) 35 final.

2007. Comunicar sobre Europa en asociación, COM (2007)568 final.

2007. *Communicating about Europe via the Internet Engaging the citizens*, SEC (2007)1742.

2008. *Communicating Europe through audiovisual media*, SEC (2008)506/2.

2009. *Evaluation of the Plan D/Debate Europe citizen consultation projects*.

2010. Informe sobre la ciudadanía de la UE 2010. La eliminación de los obstáculos a los derechos de los ciudadanos de la UE, COM (2010) 602 final.

#### 4.1.1. Fuentes hemerográficas

2008. ABC, 27 de febrero. “Dieciséis grandes emisoras de radio crean una red para informar de Europa”.

2009. EurActiv, 9 de septiembre. “*Wallstrom: Legal basis necessary to communicate*”. <http://www.euractiv.com/priorities/wallstrm-legal-basis-necessary-communicate/article-185175>

2010. EurActiv, 15 de febrero. “*Communicating Europe begins at home, says Reding*”. <http://www.euractiv.com/priorities/communicating-europe-begins-home-says-reding>

2010. elmundo.es, 1 de septiembre. “Fotógrafos y productores de televisión para Barroso”. [http://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/01/union\\_europea/1283339743.html](http://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/01/union_europea/1283339743.html)

2010. EurActiv, 6 de septiembre de 2010. “*Commission plans communication ‘revolution’*” <http://www.euractiv.com/future-eu/commission-plans-communication-r-news-497233>

2010. El Norte de Castilla, 3 de octubre. “Queremos crear una identidad común en una radio descentralizada”, entrevista a Erlends Calabuig.

2013. DW, 11 de septiembre. "Despertar conciencia de cuán importante es Latinoamérica", entrevista a Erik Bettermann. <http://www.dw.de/despertar-conciencia-de-cu%C3%A1n-importante-es-latinoam%C3%A9rica-erik-bettermann/a-4678350-1>

2013. EurActiv, 23 de septiembre de 2013. La Comisión Europea fomenta el conocimiento de la UE a través de Tuenti.

<http://www.euractiv.es/noticias/ciencia-investigacion/noticia.php?noticia=6300>

Expansión.com. “Una larga y caótica cumbre”.

<http://www.expansion.com/especiales/20aniversario/20economicos/maastricht.htm>

#### 4. 1.2 Otras Fuentes de internet

[www.euranet.eu](http://www.euranet.eu)

[www.euranetplus-inside.eu](http://www.euranetplus-inside.eu)

<http://www.youtube.com/watch?v=Y76drs9xfx8>

[www.europa.eu](http://www.europa.eu)

[www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)

<http://www.dw.de>

<http://www.rfi.fr>

<http://www.rnw.nl>

<http://www.rtbf.be>

<http://www.bnr.bg>

<http://www.radio.cz>

<http://www.skai.gr>

<http://www.rri.ro>

<http://www.rtv slo.si>

[http://moreeni.uta.fi/English\\_Info](http://moreeni.uta.fi/English_Info)

#### 4.1.3. Entrevistas

AGUNDEZ, Diego. Miembro de la unidad Media Network de la Dirección General de Comunicación (DG COMM) de la Comisión Europea y responsable del seguimiento de Euranet Plus. 20 de enero de 2014.

CALABUIG, Erlends. Director General de Euranet y Euranet Plus. 11 de febrero de 2011 y el 7 de noviembre de 2013.

CARRERA, Florencio. Director General de Castilla y León Radio. 19 de septiembre de 2013.

COJOCARIU, Eugeni. Director General de Radio Rumania Internacional. 18 de noviembre de 2013.

FONSECA, Francisco. Director de la Representación de la Comisión Europea en España. 8 de noviembre de 2013.

NEDIAKOV, Ángel. Responsable de Euranet en Bulgarian National Radio. 15 de noviembre de 2014.

TARRADELLAS, Ferrand. Responsable de la Oficina de la Comisión Europea en España con sede en Barcelona. 11 de julio de 2013.

## 4.2 Bibliografía



BENITO Ángel, *Teoría general de la información I. Introducción*, Madrid, Guadiana 1973.

CALDUCH CERVERA, Rafael, *Dinámica de la Sociedad Internacional*, Madrid, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, 1993.

CASTELLS, Manuel, *La era de la información. La sociedad red. Volumen 1*, Madrid, Alianza Editorial, 1996.

CASTELLS, Manuel, *Unión Europea sin identidad europea: problemas y perspectivas* en Castells, Manuel y Serras, Nacris (eds). *Europa en construcción: integración, identidades y seguridad*, Barcelona, Fundación Cidob. 2004.

CASTELLS, Manuel, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2009.

CARNEL, Sven. *Origines et développement des services en charge de la politique d'information et de communication des communautés européennes (1952-2006)*, Servicio de Documentación de la Comisión Europea.

CEBRIAN HERREROS, Mariano, *Periodismo empresarial e institucional*, Zamora, Ed. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2012.

CRUSAFON BAQUES, Carmina. *El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*, tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Dpto. de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona, Junio de 1999.

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel y MORAGAS i SPÀ, Miquel (editores), *Communication and Cultural Policies in Europe*, Cátedra UNESCO de Comunicació, Generalitat de Catalunya, 2008.

FERNÁNDEZ GARCÍA, José Luis. *La información en la Comunidad Económica Europea*, 1981.

<http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/download/DCIN8181110243A/20672>

FERNÁNDEZ SANDE, Manuel, “El papel de la radio en la construcción de Europa” en *Europa a través de la literatura, el cine y los medios de comunicación*, Santiago de Compostela, Editorial Andavira, 2011.

FERNÁNDEZ SANDE, Manuel y GALLEGO PÉREZ, J. Ignacio. *Euranet: a Case Study of Pan-European Radio*, Radio Evolution: Conference Proceedings, Braga, University of Minho: Communication and Society Research Centre, 2011.

FUENTES ROMERO, Emilio, *Prensa y Educación en el proceso de integración europea*, Universidad de Málaga, 2002, tesis doctoral.

<http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/16275615.pdf>

JIMÉNEZ FRAILE, Ramón, *La Unión Europea ante el desafío de recuperar la confianza de sus ciudadanos*, Revista Pliegos de Yuste, 2008.

KURPAS, Sebastian, BRÜGGEMANN, Michael y MEYER, Christoph, *The Commission White Paper on Communication. Mapping a Way to a European Public Sphere*, en CEPS Policy Brief, N. 101, Mayo 2006, disponible en: [http://shop.ceps.eu/BookDetail.php?item\\_id=1328](http://shop.ceps.eu/BookDetail.php?item_id=1328)

MARTÍN DÍEZ, María Antonia, *Estructura de la comunicación en Europa: las organizaciones internacionales*, Madrid, Universidad Europea de Madrid CEES, 1998.

MARTÍN SEGOVIA, Eduardo, *La campaña del euro (1996-2002): La unión monetaria como objeto de comunicación política y opinión pública*, tesis doctoral.

MOREIRA, Alfonso, *Las bases de datos de la UE. Centro de Documentación Europea*, Fundación General de la Universidad de Valencia. ([http://portales.gva.es/c\\_economia/web/rveh/pdfs/n5/materiales5.pdf](http://portales.gva.es/c_economia/web/rveh/pdfs/n5/materiales5.pdf))

MORIN, Edgar y CERUTI, Mauro, *Nuestra Europa. ¿Qué podemos esperar? ¿Qué podemos hacer?* Barberá del Vallés (Barcelona), Ed. Paidós, 2013.

MONZÓN, Cándido, *Opinión pública, comunicación y política, La formación del espacio público*, Madrid, Ed. Tecnos, 1996.

PÉREZ GARCÍA, Guadalupe, *El libro Blanco sobre una Política Europea de Comunicación Diálogo Social y descentralización en el caso español*, Revista 'Historia y comunicación social'.

QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando, *Estructura internacional de la información*, Madrid, Ed. Síntesis, 1998.

RAMÓN REYERO, Eva y LUENGO RODRÍGUEZ, Benilde, *Fuentes de Información de la Unión Europea y organismos internacionales*, Editado por la Comisión Europea, 2011.

SANCHEZ MARTÍNEZ, Mariano, *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 1999.

SOTELO ENRÍQUEZ, Carlos, *Introducción a la comunicación institucional*, Barcelona, Ed. Ariel, 2001.

SPEIER, Hans, *El desarrollo histórico de la opinión pública*, en STEINBERG, Charles S. y BLUEM A. William, *Los medios de comunicación social*, México, Ed. Roble. 1969.

TRUYOL Y SENA, Antonio, *La integración europea. Análisis histórico-institucional con textos y documentos*, Madrid, Ed. Tecnos, 1999.

VLIEGENTHART, Rens; SCHUCK, Andreas R. T; BOOMGAARDEN, Hajo G, y DE VREESE, Claes H, *News coverage and support for European Integration, 1990-2006*, Internal Journal of Public Opinion Research Vol. 20 N°. 4. 2008.