

La multidimensionalidad de un laboratorio europeo periodístico: Euronews

El desarrollo de la industria de los medios de comunicación en Europa y el panorama de la investigación periodística transnacional con el ejemplo modélico del primer canal europeo de noticias

Marcel Machill

Universität Dortmund Institut für Journalistik.
44221 Dortmund, Deutschland

Rebut: maig/1996

Resumen

El canal europeo de noticias Euronews es un caso modélico en el que se ponen de manifiesto los avances básicos de la industria de los medios de comunicación en Europa: la integración de compañías del área de los servicios y redes de comunicación, la creciente racionalización de la actividad editorial y, con ello, la disminución de la primacía del contenido periodístico así como la internacionalización y la estandarización del mensaje. Sin embargo, como televisión creadora de una identidad cultural europea, Euronews ha fracasado. Un análisis del producto periodístico internacional revela diferencias básicas de los métodos periodísticos de trabajo en los distintos niveles de la producción. A pesar de todo, el «Euronews estándar» tiene futuro: en este momento en que la frecuencia de la emisión ya no es un bien escaso y precioso, todo depende de que se proporcionen los programas y los servicios de comunicación necesarios, para rellenar los numerosos canales. Euronews produce estos materiales y como consecuencia de ello influye a largo plazo en los contenidos y métodos de trabajo periodísticos.

Palabras clave: Euronews, identidad cultural en TV, televisión europea.

Abstract. *The multidimensionality of a journalistic European laboratory: Euronews*

The European news station Euronews serves as a suitable case study for exemplifying the fundamental developments in the media industry in Europe: the integration of companies from the areas communication services and networks, increasing rationalization of editorial operations with the resultant departure from the primacy of journalistic content as well as the internationalization and standardization of journalistic content. In terms of the aim of providing a European cultural area with identity-bestowing television, Euronews is to be deemed a failure. An analysis of the multinational journalistic product reveals fundamental differences in the journalistic working methods at the various levels of production. Nevertheless, the Euronews standard has got a future: at a time when the transmission frequency is no longer a scarce, and therefore expensive commodity, there is a need for programmes and communication services with which to fill the numerous channels. Euronews produces such contents and, as a result, will have a long-term influence on journalistic working methods and contents.

Key words: Euronews, cultural identity in TV, European television.

Euronews es un medio lleno de contradicciones. Aunque el canal de televisión, que tiene su sede en Lión, trabaja con cinco lenguas, los periodistas especializados en medios de comunicación escriben a menudo sobre una emisión «No comment»¹, un género nacido de la falta de personal, que deja hablar por sí mismas a las imágenes durante varios minutos sin los comentarios pertinentes. Solamente una indicación de lugar y fecha del suceso sirven al espectador de ayuda orientativa. Hay numerosos artículos que se refieren a ésta y otras concepciones cuestionables y que describen la historia de Euronews².

La estación europea de noticias puede además ser contemplada como caso modélico, desde una perspectiva de investigación crítica y transnacional del periodismo, bajo dos puntos de vista: en primer lugar, debe representarse sobre la base de las reflexiones teóricas que afectan al curso de la política de comunicación, como empresa racionalizada de los medios de comunicación ubicada en el contexto europeo del desarrollo de la industria de los medios de comunicación. En segundo lugar, es posible una consideración bajo el prisma de los conceptos de un periodismo transnacional. El caso modélico Euronews ofrece distintas vías de acceso en ambos aspectos: la vía política, económica, judicial y tecnológica de los medios de comunicación, así como la de contenido. Este artículo pretende aportar soluciones al desarrollo de la industria de los medios de comunicación en Europa y a las particularidades de la redacción multinacional, de la mano del caso modélico único en Europa de Euronews. Al mismo tiempo se pondrá de manifiesto que son posibles nuevos logros mediante la combinación de las denominadas vías de acceso clásicas, con las perspectivas de investigación descritas a través del carácter modélico europeo o transnacional del canal televisivo. Euronews es un caso modélico para la actividad editorial racionalizada y con ello un tipo muy específico de periodismo. Como se subraya con los siguientes análisis, este método de trabajo racionalizado y multinacional que presenta Euronews es adecuado para la integración del producto periodístico y la estrategia de desarrollo industrial de los medios de comunicación a nivel europeo, pues Euronews ofrece la posibilidad de facilitar contenidos para los nuevos sistemas de comunicación (*information highways*).

Por este motivo el canal ha sido comprado casi totalmente (49%) por la gran compañía francesa de comunicación *Alcatel Alsthom*. El proyecto europeo Euronews se ha visto arrastrado por el desarrollo vertiginoso de la industria de los medios de comunicación, que en los Estados Unidos ha conducido a una creciente integración de los servicios y redes de comunicación, y que en Europa provocará efectos semejantes sobre las empresas de comunicación y los

1. Véase por ejemplo: Le CAISNE (1992), DEFFNER (1995).
2. Entre otros: ANSCHLAG (1993), CAUHAPÉ (1993), LOIBL (1991), LOIBL (1992b), OLTMANN (1994), PASCH (1993), WEBER (1992b). La única monografía sobre Euronews hasta el momento (GONZÁLEZ MARTÍN 1995) es una reflexión del redactor-jefe español sobre Euronews, y debe de entenderse antes como una crónica que como un análisis científico de los medios de comunicación.

medios. El producto periodístico europeo Euronews y su modo de producción, como se analizará en este trabajo, está perfectamente predestinado para una integración de este tipo. Sin embargo se demostrará al mismo tiempo, que esto tendrá efectos importantes sobre el periodismo practicado.

1. La televisión como medio de integración

1.1. *Desarrollo de los fundamentos teóricos ante el telón de fondo de una voluntad política europea*

¿Una programación televisiva transnacional como medio para llegar a la unidad europea? La idea es tan seductora como falsa. Ya hace algunos años que se ha producido un cambio correcto de los paradigmas en la discusión sobre la función integradora de una televisión europea. Todavía en los años ochenta reinaba un optimismo moderado en relación con los predecesores de Euronews (como Europa TV), que habían empezado a funcionar a modo de prueba:

La televisión nos permite conocernos mutuamente. Esto puede suceder con programas transnacionales, pero también a través de una programación multinacional, ofrecida en las distintas lenguas. Se reconoce que la televisión en Europa tiene la misión de contribuir a la integración europea, por lo tanto un canal diseñado según el modelo de Europa TV es especialmente conveniente para contribuir a tal integración (Schwarzkopf 1986, p. 23f).

Este fue el decenio de los avances a nivel europeo: el Parlamento Europeo exigía una televisión común, la Comisión Europea trabajaba en las líneas directrices de «televisión sin fronteras»³. La Comunidad Europea, que a causa de sus procesos, a menudo abstractos y aburridos, sólo en contadas ocasiones era objeto de la información periodística, quería proporcionarse una imagen en la pantalla.

A esto se añadía la idea fomentada especialmente por Francia de que Europa debía defenderse de la invasión estadounidense en las imágenes de la televisión (Machill 1995a). París conseguía, por ejemplo, cuotas en el marco de las líneas directrices de una televisión, para producir películas y series de televisión, y abogaba en las negociaciones del GATT, a finales del 1993, por una *exception culturelle* (Machill 1995b). De la postura europea, apoyada por Francia, contra el dominio americano, nació en el sector de las noticias la idea de una televisión común: todavía hoy en día, Euronews se entiende como «la respuesta europea a la CNN».

Los proyectos teóricos, que deberían cimentar este resultado de la voluntad política con respecto a los medios de comunicación, se han revelado sin embar-

3. Para las líneas directrices 89/552, véase entre otros HEINRICH (1991), CLUZEL (1993, p. 46-58) y para más detalles MARTÍN-PÉREZ de NANCLARES (1995).

go insuficientes. Deberían basarse antes que nada en una representación del deseo político. Todavía en 1995 sigue siendo proclamada esa concepción sin fundamentos teóricos: «Euronews es una pieza [...] que se configura como la gran posibilidad y la panacea para alcanzar el horizonte comunitario de una identidad cultural europea» (Prólogo de Murciano en: González Martín 1995, p. 11). Meckel ofrece un análisis crítico con una discusión teórica sobre «la integración europea como función social de los medios de comunicación» (1994, p. 26-34). La autora comprueba si los conceptos teóricos de integración de cuño federalista y funcional resultan provechosos para una televisión que funcione como medio de integración europea, y llega a un resultado negativo. Igualmente pesimista se muestra Venturelli (1993) en su análisis sobre la política europea de los medios de comunicación desde un punto de vista teórico democrático. La autora argumenta, que la «*reinvention of democracy on a transnational scale*» (Venturelli 1993, p. 496), a través de una programación televisiva sin fronteras y de las políticas de comunicación, no es posible.

Sobre todo los trabajos teóricos de Schlesinger (1991 y 1993) muestran con claridad este paso del optimismo a la desilusión. La idea de que una televisión europea podría tener un efecto semejante al de las televisiones nacionales sobre los ciudadanos, en lo que se refiere a la creación de una conciencia de unidad, se ha manifestado como una transposición improcedente de esa experiencia nacional. Europa no presenta, a diferencia de una nación, una unidad política y cultural; por consiguiente, una televisión única tiene también que dar cuenta de la diversidad cultural, lingüística y política. «The making, if only in part, of a common european culture and identity via transborder flows of European-made television seems today an almost naive aspiration» (Schlesinger 1993, p. 13).

1.2. La falta de integración en la práctica periodística de Euronews

Euronews ha roto con los presupuestos teóricos, antes de que pudieran ponerse a prueba sus efectos creadores de un sentimiento unitario, ya que Euronews ofrecía de hecho la posibilidad de dar a conocer a Europa. Tocar temas europeos en los medios de comunicación nacionales no es ni ahora ni antes algo habitual, a causa de su complejidad y poca espectacularidad. Los criterios immanentes a los medios de comunicación, que permiten que un suceso se convierta en noticia, se dan muy raramente en los temas de Europa. Loch ha señalado los motivos de ello: procesos aburridos, compromisos políticos en lugar de «victorias», falta de puntos culminantes, etc. (1986, p. 83ff). Por añadidura, Europa se cierra al lenguaje de las imágenes televisivas. Las típicas imágenes de Estrasburgo o Bruselas en el análisis de cuestiones europeas tienen más bien un efecto molesto que de apoyo del texto.

Esto ha conducido a que la información europea en las cadenas nacionales encuentre una escasa representación. Por ejemplo, el 90% de la información económica del *Tagesschau* alemán (ARD) se refiere a acontecimientos nacionales. Por el contrario, en Euronews-noticias, el 78% de la información sobre eco-

nomía la ocupan los temas de la Unión Europea (Meckel 1994, p. 283). La misma afirmación es válida para la información territorial de la Unión Europea, es decir, temas aparte de la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, el Consejo de Europa, etc. Meckel (1994, p. 291) ha puesto de manifiesto en un estudio comparativo de la estructura de las noticias de ARTE, BBC World Service, CNN, EURONEWS, ITN, TAGESSCHAU y TV5/FT2, que Euronews emite las noticias más diversas, al ser contemplada la diversidad de países como un criterio decisivo. La CNN informaba, por el contrario, durante su período de prueba en los países de la Unión Europea, sólo sobre Gran Bretaña, Italia y España.

Euronews tenía por tanto aquí la oportunidad de rellenar un vacío, puesto que la estación se entiende como un canal de información, complementario a las respectivas cadenas nacionales⁴. A lo lejos, con Euronews se vislumbraba la posibilidad de renunciar a las simplificaciones informativas de una visión nacional. Los *gatekeeper* no tienen en principio asignado ningún deber nacional en la selección y clasificación de la noticia. Gracias a ello es concebible un periodismo europeo que libere a los espectadores de sus modelos nacionales y sirva para crear un sentido de identidad europea. Sin embargo, Euronews no ha conseguido generar temas europeos que «lleguen al espectador, no sólo desde el punto de vista técnico, sino también en el sentido de que le preocupen, interpielen, afecten y susciten sus reflexiones» (Schardt 1986, p. 9). Con la creciente europeización de los fenómenos políticos, económicos y culturales, es justo tanto ahora como antes «que los debates del Parlamento Europeo no cuenten entre los puntos dramáticos culminantes mostrados en la pantalla» (Brüske 1986, p. 44).

2. La producción de una emisión de noticias transnacional

Para una investigación de los medios de comunicación orientada internacionalmente, reviste un especial interés la coexistencia de cinco lenguas que se da en Euronews. En una jornada laboral se encuentran conjuntamente cinco periodistas, un nativo por cada lengua, dirigidos por otro periodista, el *jefe de edición*⁵. Más adelante volveré a referirme a las particularidades de esta organización del trabajo.

2.1. *Desplazamientos en el contenido a causa de las diferentes exigencias lingüísticas, de estilo periodístico y de concepciones del periodismo*

Cada lengua en particular, en especial las utilizadas por los periodistas en sus respectivos círculos culturales, necesita un lapsus temporal diferente; es decir,

4. Conversación con el directeur de la Rédaction, Gérard Decq, el 30.4.1995.

5. Junto al equipo que emite las noticias a las horas en punto hay un carril paralelo para los reportajes cuyo «jefe del equipo» se llama Producer, quien tiene competencia para decidir sobre la concepción, búsqueda y corte de imágenes de un reportaje.

un número de palabras diferente para la transmisión de la información. Se podría ahondar incluso en las divergencias e investigar la cantidad de monemas que son necesarios para la transmisión de la información. En alemán, por ejemplo, debido a la declinación, se necesitan más monemas, pero un análisis lingüístico en este lugar desbordaría los límites de este trabajo⁶. Los periodistas ingleses utilizan frecuentemente en Euronews, entre otras construcciones, las oraciones de participio; con este recurso pueden transmitir en una intervención de cuarenta segundos la mayor parte de la información. El estilo francés es también muy denso, sobre todo por el empleo de elipsis. Sin embargo, la elisión no tiene el mismo efecto positivo sobre la estructura de la información que en inglés, pues lo impide el estilo personal y emocional (ver más abajo). El lenguaje periodístico italiano se encuentra aproximadamente en el punto intermedio entre el francés e inglés, y el español y alemán, que son los que necesitan un número mayor de palabras para transmitir la información (uso frecuente de oraciones subordinadas). Los periodistas alemanes se sitúan, sin lugar a dudas, en el último lugar de la escala, a causa de la dicción practicada habitualmente en el *Tagesschau*⁷, una lenta y cuidada pronunciación que se esfuerza por conseguir un tono neutral y serio.

Esta característica tiene una explicación fonética: el alemán, especialmente el alemán standard, que utiliza el *Tagesschau*, presenta entre cada palabra un «*Knacklaut*» claramente perceptible, que distingue claramente el comienzo de las palabras que empiezan por vocal (Klein 1963, p. 29). En francés, así como en las otras lenguas románicas y en la mayoría de las lenguas germánicas, no existe el «*Knacklaut*» en la dicción normal⁸. En francés no hay ninguna señal que indique el comienzo de la palabra; las palabras se suceden sin interrupción entre cada pausa respiratoria, lo que permite ahorrar tiempo en la exposición de la noticia.

Las peculiaridades de cada lengua no siempre encuentran reflejo en la forma de la noticia, como demuestra la siguiente comparación de las cinco versiones de Euronews⁹:

Versión 1: Deutsch

Die deutsche Regierung fordert härtere Strafen für Teilnehmer von Sitzblockaden. — Im Zusammenhang mit den jüngsten Demonstrationen und Sitzblockaden gegen den Atommülltransport von der Verladestation Dannenberg zum Zwischenlager im niedersächsischen Gorleben will die Bonner Koalition einen neuen Gesetzesentwurf einbringen. Danach sollen Teilnehmer von Sitzblockaden mit bis zu fünf Jahren Haft bestraft werden können. Dieser Entwurf solle noch

6. Sobre las unidades mínimas de significación véase para más detalles MARTINET (1963, p. 23f).
7. Renombrada emisión de noticias de la televisión pública alemana.
8. Sobre la cuestión fonética véase para más detalle KLEIN (1963, p. 29ff).
9. El texto fue retransmitido el 29 de abril de 1995. Se trata de un ejemplo tomado al azar pero sirve como ejemplo de otras muchas noticias. Hasta qué punto se pueden generalizar las conclusiones, tendría que comprobarse con un muestreo representativo.

vor der Sommerpause im Bundestag debattiert werden, so Rechtsexperte Norbert Geis in einem Artikel der «Bild am Sonntag». Das würde jedoch ein gänzlich neues Gesetz erfordern. Das Bundesverfassungsgericht hatte erst im März entschieden, daß Sitzblockaden lediglich eine Ordnungswidrigkeit sind.

Versión 2: Français

14.000 policiers déployés dans toute l'Allemagne pour assurer la sécurité du convoi de déchets nucléaires, en Basse-Saxe, la semaine dernière. La note des manif est salée: officieusement 55 millions de marks, près de 200 millions de francs. Et personne ne veut payer. Ni le gouvernement fédéral, ni le land de Basse-Saxe, géographiquement concerné. Du coup, la coalition conservatrice du chancelier allemand Helmut Kohl veut employer les grands moyens. Elle vient de rédiger une proposition de loi visant à punir, selon leur gravité, de cinq ans de prisons maximum ce genre de sit-ins. Projet qui devrait être présenté devant le Bundestag d'ici l'été.

Versión 3: English

The German government is to draft legislation making participation in sit-ins punishable by up to five years in prison. The move follows demonstrations by anti-nuclear activists attempting to block the transport of nuclear waste from the south to the north of the country last Monday and Tuesday. 14 thousand police were deployed to hold back protesters. Germany's Constitutional Court revised legislation on sit-ins last March, making it an infringement but NOT a criminal offence. The cost of the police operation has also sparked controversy with federal and regional government at odds as to who should pay.

Versión 4: Español

El gobierno de Helmut Kohl declara la guerra a los ecologistas alemanes. Aleccionado después de que la semana pasada miles de protestantes obstaculizaran el transporte de un cargamento de material nuclear, el ejecutivo redactó un proyecto para sancionar actos de descontento como éstos. Si fuera aprobada, la ley condenaría hasta a cinco años de cárcel a quien entorpezca el tráfico de mercancías. Bonn considera que impedir la circulación significa restringir el derecho de otros a la movilidad. El mismo razonamiento ya fue rechazado en marzo por la Corte Constitucional alemana, que no vió nada ilegal en las sentadas de ecologistas.

Versión 5: Italiano

Scocciato dalle poderose manifestazioni contro il trasporto di scorie nucleari sul suo territorio, il governo tedesco, guidato dal conservatore Kohl, vuole varare una legge per punire con la reclusione fino a 5 anni coloro che organizzano dei sit in per fermare tali carichi. Lunedì e martedì scorso infatti le grandi proteste contro il trasferimento di residui nucleari da una centrale verso un deposito di stoccaggio si erano concluse in una serie di scontri tra la polizia e gli ecologisti. Intanto sulle pagine della Bild Zeitung di sabato il deputato con-

servatore Norbert Geis sostiene che esiste già una proposta di legge per punire i sit in.

Una comparación de las cinco versiones revela en parte diferencias importantes en la estructuración de la noticia¹⁰. Especialmente la introducción varía considerablemente: mientras que en la versión alemana e inglesa se emplea la introducción clásica (el núcleo de la noticia —el quién y el qué— en una frase), la versión francesa comienza contando una pequeña historia. La información real, que el gobierno alemán presenta un proyecto de ley para castigar a los participantes en sentadas, sólo aparece en la segunda parte de la noticia. El valor informativo de la versión francesa se ve minimizado a consecuencia de esta estructura.

La introducción de una noticia tiene en Euronews una especial importancia, puesto que las intervenciones no se realizan como en los informativos habituales. El carácter pentalingüe hace imposible la presencia de un locutor en la pantalla. Para presentar de forma óptima al principio el núcleo de la información que contiene el texto de una noticia, se recomienda en Euronews el empleo de un titular («Bonn exige penas para los participantes en sentadas»). Sin embargo, falta una pauta común en la redacción.

La versión española comienza con una frase valorativa, de comentario («El gobierno de Helmut Kohl declara la guerra a los ecologistas alemanes»), en lugar de con una declaración del núcleo de la información. También la versión italiana comienza con un juicio valorativo («Aleccionado por las grandes manifestaciones...»), para dejar paso al núcleo de la información en la segunda parte de una oración, que resulta demasiado larga para ser la introducción a una noticia («...el gobierno alemán, dirigido por el conservador Helmut Kohl, pretende crear una ley...»).

Estos cinco ejemplos muestran qué distintos son los modos de producción periodística. El motivo, que es el mismo para los cinco periodistas del equipo de Euronews, se cifra sin embargo en textos diferentes¹¹. A esto hay que añadir, en vista de las pruebas, la diferente colocación del núcleo informativo, habitualmente obtenido a través de las agencias. En la prensa, Schroeder ha demostrado que, si se pretende internacionalizar un medio de comunicación, el contenido debe adaptarse a la cultura comunicativa de cada país: «Le contenu rédactionnel pose le plus de problèmes puisqu'il est [...] lié à la culture de communication d'un pays. Celui-ci ne concerne pas uniquement le choix des

10. Sobre las deficiencias periodísticas europeas en particular, como por ejemplo la utilización de nombres que ni siquiera pueden suponerse conocidos en Austria o Suiza («Dannenberg», «Norbert Geis» en la versión alemana), no entraré en más detalles.

11. A veces el texto y la imagen no guardan relación. El efecto se acentúa en Euronews, teniendo en cuenta que para la comprensión de una noticia, según el público destinatario, deben ser suministradas diferentes informaciones básicas adicionales. Por ejemplo, en una noticia, la imagen del político italiano Umberto Bossi está durante diez segundos en la pantalla: el periodista italiano puede partir de un alto grado de familiaridad; en cambio su colega alemán debe dar alguna información complementaria al menos con una frase subordinada adicional.

thèmes, mais aussi la façon dont le contenu est présenté» (Schroeder 1992, p. 9). Este principio es aplicable al campo de la información, es decir, a Euronews. El estilo sobrio y objetivo del *Tagesschau* alemán horrorizaría seguramente al espectador francés, del mismo modo que el estilo novelesco del Journal francés, deleitándose con juegos de palabras, produciría en el espectador alemán al menos estupor.

La comparación de la versión francesa y alemana de Euronews confirma también la afirmación de Schroeder de que el carácter informativo de las noticias alemanas es mayor (Schroeder 1992, p. 10). El estilo novelesco de la versión francesa coincide con el análisis de Schroeder de que «le journaliste français personnalise les messages [...]. Son homologue allemand se montre plus neutre, se limitant à la communication des faits» (Schroeder 1992, p. 10). Tomemos en el caso concreto de Euronews, además del contraste franco-alemán, los modelos inglés (alto grado de información, lenguaje neutral) y español (introducción comentada). Los ejemplos permiten establecer una clara oposición entre el periodismo mediterráneo y nórdico. Semejante declaración en este lugar no deja de ser más que una hipótesis, y tendría que ser comprobada con una investigación analítica del contenido. La hipótesis coincide al menos con los resultados de Schroeder en el marco de la investigación comparada de informativos:

En Italia, España y Francia, la información de las noticias es especialmente elaborada, es decir, es presentada de una forma atractiva. Este hecho se manifiesta por ejemplo en una presentación viva, en un estilo personal muy cuidado, e incluso a veces afectado [...], así como en los comentarios personales no separados de los hechos. En Alemania y en Gran Bretaña, por el contrario, se concede un gran valor a la objetividad y a la separación tajante entre información y comentario. Las emisiones informativas se presentan por eso de una forma más sobria y pragmática (Schroeder 1994, p. 45).

Lo que ya se echa en falta en las intervenciones de 30 a 50 segundos, puede llegar a convertirse en un problema en los informes monográficos de Euronews, que duran varios minutos (*Analysis, International*). Para que las cinco lenguas representadas actúen de forma similar con sus informes tendría que haberse creado ya en la elección de las imágenes —y después en el contenido de los textos— un nuevo género: el reportaje audiovisual europeo. Este problema de la estructuración no ha sido planteado hasta ahora en Euronews. Mejor se toman reportajes ya hechos, por ejemplo de Reuters o de las cadenas de televisión nacionales, y se traducen a las cinco lenguas. La adaptación necesaria no se realiza, y no sólo a pequeña escala (estructuración, elaboración), sino tampoco en un nivel mayor (elección de los temas, interpretación). Un desequilibrio del personal en el escalón de los cargos de responsabilidad (redactor-jefe, jefe de edición) se produce también en este campo. Como hay un redactor-jefe español y un jefe de edición español, se encuentran a menudo «buenos motivos» para la utilización y retransmisión de reportajes de la televisión española. La aportación de cadenas de televisión alemanas tiene una presión menor en la elección de los temas.

Junto a las diferencias específicas de cada país en la estructuración de la información y en la elección de los temas, aparece también en un plano superior el problema de la distinta concepción del periodismo en cada sociedad. Por ejemplo, sólo desde hace un período de tiempo relativamente breve, la investigación periodística francesa se ocupa del hecho de que el periodismo de investigación en Francia tiene una existencia marginal, y de que —precisamente en el medio audiovisual— predomina una gran cercanía entre estado y periodismo¹². Estas distintas concepciones ya se reflejan en los diferentes sistemas de formación de periodistas de los países europeos. Por tanto, si el producto periodístico, que está influenciado por las representaciones conceptuales de un país, es recibido por el público de otro país, pueden surgir irritaciones. Este problema se da en el caso de Euronews. Sin la adaptación exigida por Schroeder, un informe escrito «bajo influencia inglesa» puede resultar ofensivo para la personalidad a los ojos de un público francés. A la inversa, un público alemán puede considerar infundado un informe «de influencia francesa», puesto que faltan las pruebas para el supuesto descubrimiento.

3. La organización de una redacción multinacional

3.1. *Los efectos del desequilibrio nacional en la plantilla*

El desequilibrio del personal de redacción y la existencia de cinco lenguas conllevan un problema jurídico de los medios de comunicación, que debe ser debatido en el contexto de un periodismo transnacional: ¿Quién se hace responsable de una noticia en Euronews? En un principio estaba planeado fijar un redactor-jefe para cada lengua representada. Sin embargo, como ni la ARD, la ZDF ni la BBC participan en el canal europeo de noticias (Buéts 1992; Lintörfer 1992), ya desde el primer momento de emisión no ha habido un redactor-jefe alemán. El puesto del redactor-jefe inglés fue más tarde eliminado.

La situación alemana es doblemente conflictiva, puesto que desde comienzos del 1995 tampoco hay representado ningún periodista alemán en el cargo de jefe de edición.

Incluso aunque Euronews nombre dentro de poco otra vez un jefe de edición alemán, sigue habiendo jurídicamente un vacío. Ningún jefe de edición ni ningún redactor-jefe domina las cinco lenguas de emisión tan bien como para ser capaz de comprobar el carácter inofensivo del texto que se va a emitir. Especialmente los textos alemanes pasan al receptor sin corregir, lo que puede acarrear faltas muy graves, como por ejemplo cuando en las navidades de 1994, al informarse sobre la bendición *Urbi et Orbe*, se dijo que el Papa en la Plaza de San Pedro «bendecía a sus corderillos». Una presentación semejante no

12. Para un desarrollo más extenso de estas cuestiones: GERBAUD (1993), para el campo del «periodismo de investigación», y BOURDON (1994) así como CHAMARD/KIEFFER (1992) para el campo del «periodismo cercano al estado».

Presencia nacional en la jerarquía del equipo de redacción de Euronews

Redactores-jefes:				
Francés		Español		Italiano
también director de redacción				
Jefe de edición:				
Español		Inglés	Francés	Italiano
también vicedirector de redacción				
Periodistas «mano de obra» ¹³				
Inglés	Francés	Alemán	Español	Italiano
7	16	6	9	9

corresponde a la seriedad propia del periodismo de información, ni al respeto que merecen los actos religiosos.

Una presentación unilateral de la información de una noticia sobre la invasión turca en el territorio curdo al norte de Irak provocó en la primavera de 1995 interminables llamadas de protesta de turcos que viven en Alemania. También aquel comentario se había emitido sin corregir.

A los deficientes mecanismos de control que presenta la redacción interna, se añade otra fuente potencial de peligros. En la clásica redacción nacional de noticias, los jóvenes periodistas cuentan normalmente con el apoyo de los más experimentados, que con los años de práctica han llegado a conocer las particularidades del periodismo dedicado a la información. En Euronews la mayoría son principiantes, y algunos ni siquiera poseen una formación periodística. Tanto entre los colaboradores ocasionales, como entre los redactores fijos, se encuentran no pocos periodistas que ni han concluido una formación profesional ni una carrera de periodismo.

Las extremas condiciones de trabajo —doce horas de servicio en jornada de día, tarde o noche— favorecen además la contratación de jóvenes periodistas, en su mayoría solteros, que pueden soportar el exceso de trabajo. Una redacción de noticias organizada de tal manera, sin la supervisión de redactores con experiencia, resulta asistemática, en vista a un ascenso continuo de la calidad del personal contratado. Tan pronto como los novatos hayan adquirido experiencia —y al mismo tiempo estén «quemados» por las extremas condiciones de trabajo—, buscarán puestos de trabajo más confortables. Una prueba de ello es la elevada fluctuación de personal en Euronews. Un ascenso progresivo de la calidad, dentro de la redacción de noticias, es imposible de antemano, a causa de este sistema¹⁴.

13. Las cifras han sido tomadas de una contestación por escrito de Euronews al autor de este artículo (4.5.1995). Al número de periodistas empleados, tanto con contrato temporal como fijos, se añade el de los colaboradores, que especialmente en el equipo alemán, constituyen la mayor parte.
14. En la fecha en que se escribió este artículo, sólo trabajaban en Euronews dos redactores del equipo alemán, que ya estaban al comienzo de la emisión el 1.1.1993. En 1994/1995, numerosos redactores abandonaron ya la redacción con contratos de trabajo todavía no vencidos.

3.2. Una organización racionalizada de la redacción

En vista de estas circunstancias de personal, Euronews ha desarrollado una organización de la redacción que resulta de interés para la investigación transnacional de los medios de comunicación. Para evitar quintuplicar el trabajo periodístico en todas sus fases a causa del empleo de cinco lenguas, la misión de los periodistas del escalón más bajo (véase más arriba el esquema jerárquico) se reduce a la mera «ejecución»: sobre una imagen seleccionada y de la mano de la información suministrada, se elabora un comentario y se emite. Las clásicas tareas del periodista, como la búsqueda y selección de la información, se suprimen¹⁵. Es evidente que los periodistas consideran un trabajo así «insatisfactorio». La segmentación de las fases del trabajo individual no conduce a un producto europeo en el sentido de un producto común, en el que cada nación aporta sus peculiaridades. La división del trabajo en Euronews no ofrece apenas a los periodistas «mano de obra» posibilidades creativas.

La redacción de Euronews nos permite establecer ya hoy las numerosas características de una actividad racionalizada:

Características de una empresa racionalizada	Organización específica del trabajo en Euronews
Organización sin escalones jerárquicos	Ausencia de los clásicos departamentos o secciones, y por tanto de jefe de sección. Escaso control del producto periodístico.
Mejora del proceso de producción	Presentación a los periodistas «mano de obra» de imágenes previamente seleccionadas y dossiers preparados, a partir de los cuales cada periodista en su lengua realiza el comentario en off.
Jornada de servicio, previa distribución temporal	El proceso de producción de la información está «preprogramado»: por cada unidad de tiempo tiene que alcanzarse un minimum de información. La búsqueda de información adicional se ve impedida. La jornada de servicio dificulta la especialización.
Producción ya elaborada	Los costes de producción en Lión son bajos, puesto que se emplea el material audiovisual de Eurovisión.
Reducción de los costes habituales de almacenamiento	Escasos costes de almacenamiento, puesto que un archivo de prensa es prácticamente inexistente ¹⁶ .

Fuente: elaboración propia

15. Véase también OLTMANN (1994, p. 57).

16. El archivo de imágenes se maneja por el contrario con gran cuidado; para Euronews es especialmente importante, porque a veces no existen inmediatamente imágenes de noticias recientes. Puesto que en Euronews no hay un moderador, tiene que presentarse siempre una imagen de fondo extraída del archivo.

En la situación de laboratorio que presenta Euronews se practican métodos de trabajo periodístico, que generalmente en el campo del periodismo internacional se encuadran dentro de una tendencia. La división del trabajo y la producción previamente elaborada se encuentran por ejemplo en prensa, en las cooperaciones entre revistas informativas. Para Tatò (1994, p. 242), tales cooperaciones constituyen casi el último rayo de esperanza de una forma de periodismo europeo: «[...] con la política de intercambio y cooperación estamos al menos ante un comienzo lleno de esperanzas».

Un ejemplo de esta forma europea de cooperación es el contrato entre la revista alemana *Focus* y la francesa *L'Express*, precisamente con *L'Express*, porque es «la más próxima» a *Focus*. Este contrato de intercambio redaccional prevee que «sea intercambiado, todo lo que puede intercambiarse: material de archivo, fotos, contenidos, artículos». En el envío de corresponsales especiales debe de cooperarse igualmente¹⁷.

Con la firma de tales tratados de intercambio entre las redacciones, se inaugura una nueva etapa que se sustrae a los clásicos métodos de investigación con relación al análisis de la concentración de medios de comunicación y de la diversidad de opinión. Mientras tanto, es conocido el hecho de que la dimensión europea ha desintegrado las fronteras nacionales de la concentración de medios (aunque Silvio Berlusconi y Leo Kirch se vendan mutuamente medios, las leyes nacionales en materia de medios de comunicación les vienen cortadas a su medida; solamente desde el punto de vista formal varía algo en la concentración). El tipo de tratados redaccionales de intercambio descrito no queda dentro ni del ámbito nacional, ni europeo de concentración de la propiedad, sino que abarca un espacio que se sitúa más allá: la concentración del periodismo o la aproximación de los contenidos como consecuencia del desarrollo europeo de los medios de comunicación, como en la congruencia de contenido entre las cinco versiones lingüísticas del canal Euronews.

El laboratorio periodístico europeo Euronews tiene futuro; de todos modos la clásica programación en cinco bandas tiene todavía una significación secundaria, como se pondrá de manifiesto al final de este artículo con la siguiente vista panorámica sobre el desarrollo tecnológico en materia de comunicación, y sobre los fundamentos teóricos de la política de comunicación.

Para llegar a esta conclusión es necesaria previamente una discusión de los aspectos económico y político de los medios de comunicación en Euronews.

4. Condiciones políticas y económicas de los medios de comunicación relevantes para el laboratorio periodístico europeo

4.1. Periodismo internacional «Low-Budget»

El pensamiento que sirve de punto de partida es económico: las imágenes de televisión, que diariamente producen las emisoras agrupadas en la organiza-

17. Maud Boussageon (BURDA Francia) en una entrevista con el autor de este artículo (18.5.1993).

ción europea de radiodifusión (*European Broadcasting Union*, EBU), sobrepasan la capacidad de emisión de los canales nacionales. Entre las cadenas tiene lugar diariamente, en el marco de Eurovisión, un intercambio múltiple de programas, a los que Euronews necesita solamente conectarse y extraer las imágenes. En este contexto aparecen palabras como «reciclaje» y «aprovechamiento de restos» (Meckel 1994, p. 275).

Ni que decir tiene que la mera extracción del material y la subsiguiente estructuración e inmediata emisión, es una labor poco innovadora, al menos en el sentido de una televisión europea. El producto Euronews tiene sus debilidades, como se puede observar. Sin embargo, el Euronews standard cobrará importancia dentro de unos años, precisamente a causa de su forma comprimida de trabajo y de su función de «oficina recaudadora».

Dos años y medio después de comenzar su emisión el 1 de enero de 1993, Euronews se encontraba ante su ruina financiera. Las cadenas de televisión de la EBU habían caído ellas mismas en una crisis financiera, y por tanto no podían prestar el apoyo necesario a su proyecto en común Euronews. Las subvenciones de la Comunidad Europea no habían sido durante ese tiempo tan abundantes como cabía esperar, en vista de las declaraciones categóricas de Estrasburgo. El gobierno francés se echaba también para atrás; en lugar de apoyar a Euronews, entraba en vigor en otoño de 1993 su nuevo compromiso con el canal cultural, que entretanto durante el día emitía en la frecuencia de ARTE. Otros medios para la financiación de Euronews eran, por consiguiente, todavía más inverosímiles (veáse Williams 1993). El presidente de Euronews, Massimo Fichera, se mostraba «très déçu par l'attitude des pouvoirs publics et des banques, françaises ou lyonnaises» (Elie 1993). Esa decepción era todavía más profunda en cuanto que, en la disputa sobre el lugar de asentamiento de la emisora, Francia había hecho promesas importantes: «En la solicitud de la sede, la ciudad de Lyon, la región y el estado francés se han comprometido durante un tiempo indeterminado, a compensar cualquier déficit originado» (Pitzer 1992b).

4.2. *Un instrumento de la política francesa de los medios de comunicación en el contexto europeo*

Euronews es una pieza significativa para Francia en la política europea de los medios de comunicación. «Euronews debe ser comprendida como la primera gran apuesta europea frente al poder de dominio internacional [...]». No vamos a analizar esa política de comunicación en todas sus facetas, baste señalar aquí los dos elementos siguientes: Euronews tiene en Francia —en lo que concierne al concepto periodístico— un hermano pequeño: la Redacción Europa de *Radio France Internationale* (RFI). En la *Maison de Radio France* en París, trabaja asimismo desde principios de 1993 una redacción multinacional, que desde mayo de 1993 produce diariamente un *Europa-Journal* radiofónico en francés, inglés, español y alemán. Esta iniciativa representa el

punto culminante de una serie de medidas tomadas con el fin de mejorar la presencia francesa en la radio internacional. En 1988, un estudio encargado por el primer ministro había puesto de manifiesto que existía una «insuffisance de la présence audiovisuelle extérieure de la France» (Pericard 1988, p. 13), y que Francia corría el peligro de ser dominada por las radios internacionales anglosajonas. La Redacción Europa de RFI ofrecía la posibilidad de interpretar Europa desde el punto de vista francés y de emitir temas franceses al mundo.

Igualmente en la formación periodística, Francia pone el acento europeo en forma de un curso de postgraduación en la renombrada Escuela de Periodismo de París (CFJ). Con un importante apoyo financiero del Ministerio de Asuntos Exteriores francés y de la Comunidad Europea, en dicho centro se ofrece una carrera de periodismo para franceses y europeos destinada a la «preparación a Europa». Sin embargo, se ha comprobado que los contenidos de esa preparación presentan un claro matiz francés (veáse para más detalles: Machill 1993).

Euronews no se deja naturalmente instrumentalizar como *La Voix de la France* en Europa, y nadie pretendía atribuir tal intención a la política francesa de los medios de comunicación. De todas maneras, «la banda mediterránea» de la estación emisora de Lión puede muy bien representar un contrapeso para el desplazamiento de la carga, que Francia considera amenazante, hacia los países del norte de la EU. Con la excepción de Austria, germanoparlante, y de los países escandinavos, Francia siente disminuida su influencia en la EU. Los temas tocados por Euronews —franceses no pocas veces— pueden también llegar hasta estas regiones¹⁸.

5. La integración de las industrias de los medios de comunicación

El «afrancesamiento» de Euronews, sin duda no se ha visto reducido con la entrada de la compañía francesa Générale Occidentale. A finales de mayo de 1995, la citada firma, una filial al 100% de la empresa francesa de telecomunicaciones, transporte y energía Alcatel Alsthom, se hacía con el 49% de la sociedad empresarial. La directora general de Générale Occidentale, Françoise Sampermans, asumía en Euronews el cargo de vicepresidenta. La independencia redaccional permanecería garantizada por el grupo de cadenas accionistas, que sigue estando constituido por los 18 miembros de la EBU.

18. Si de hecho se tocan temas franceses en exceso, debería comprobarse con la observación de la programación durante varias semanas. Sin embargo, llamó la atención por ejemplo, en las elecciones presidenciales francesas de abril/mayo de 1995, una elevada frecuencia de esta temática, en parte no justificable por sus contenidos (por ejemplo, pura información sobre la campaña electoral), que hacía pensar más en una cadena de televisión francesa que europea. Este hecho proyecta una luz diferente sobre los resultados de Meckel en cuanto a la diversidad de contenidos informativos.

EURONEWS

Cadenas accionistas SECEMIE
18 miembros de la EBU (100%);
responsable de la programación.

Sociedad empresarial SOCIEME
• 51% 18 miembros de la EBU.
• 49% Générale Occidentale
(desde el 1 de junio de 1995).

Aunque su influencia sobre la programación esté institucionalmente excluida, la empresa comercial Alcatel Alsthom, que ha producido equipos telefónicos, cable y el tren de alta velocidad TGV, y que a través de su filial, Générale Occidentale, tiene participaciones en editoriales, medios de comunicación, cableoperadores y distribuidoras de videos (Preissner 1995), se servirá de la cadena Euronews, con vistas a un nuevo concepto de estrategia. El punto central de ese concepto es la integración de las industrias relacionadas con los medios de comunicación, es decir, en este caso el acoplamiento de las empresas que proporcionan los contenidos con las empresas de telecomunicaciones (ver más abajo: apartado 5.2). Dicha integración se vio en octubre de 1995 reforzada al contraer Alcatel Alsthom con la compañía francesa de medios de comunicación Havas una alianza, por la cual Havas tomó posesión de Générale Occidentale, y a su vez Alcatel Alsthom recibió el 21% del capital de Havas (G.B. 1995).

Un aspecto secundario de ese concepto de estrategia es el cambio de postura con respecto a la publicidad. Sin duda es posible para Euronews aumentar la adquisición de publicidad. De todos modos, en este campo la investigación de los medios de comunicación del pasado año ha producido además el final de una ilusión. La publicidad internacional tiene fronteras semejantes a las de la televisión internacional. Las diferencias nacionales de hábitos de consumo y de vida dificultan la «exportación» de una campaña publicitaria, lo que ya se pone de relieve en el nombre mismo del producto: un whisky irlandés con el nombre de «Irish Mist» tuvo muy poco éxito entre los consumidores alemanes debido al significado negativo de la palabra (estiércol). Un fabricante japonés de coches tampoco cayó en la cuenta de que su modelo «MR 2» se dice en francés «MR deux», y si se pronuncia con rapidez, se convierte fácilmente en la palabra francesa para excrementos.

La internacionalización de la publicidad sólo se puede realizar a través de imágenes, música y *lifestyle*, aunque los estilos de vida de los diversos países europeos son realmente muy diferentes. «Por consiguiente, también en el sector de los anuncios de televisión, llegamos a la deducción de que la europeización fracasa frente a las diferencias y barreras cualitativas de contenido. En conjunto también la publicidad en televisión permite afirmar que [...] hay que tener en cuenta una tendencia contraria» (Meckel 1994, p. 156). Esa tendencia contraria, que a simple vista podría tenerse por una dificultad más del proyecto, se revela como un triunfo a la luz del nuevo accionista y de las nuevas tecnologías en telecomunicación ligadas a él.

5.2. Euronews: bien para el transporte de sistemas de comunicación

¿Qué interés tienen Générale Occidentale y con ella Alcatel Alsthom para haber entrado en Euronews y asegurar la supervivencia del canal de información? Para responder a esta pregunta hay que recurrir a los fundamentos teóricos básicos en el campo de la política de comunicación; con su ayuda puede arriesgarse un pronóstico sobre la futura utilización de la estación Euronews.

El desequilibrio de los mercados de telecomunicaciones en la UE abrió nuevos mercados para Alcatel Alsthom. Hasta 1998, irán desapareciendo en los estados de la UE los clásicos monopolios estatales y en parte privatizados de Telekom. Casi todas las grandes empresas, que trabajan en la rama de los medios de comunicación, se apremian por estos nuevos mercados (véase Meise 1995). Para las empresas de telecomunicaciones, encabezan la lista de prioridades la televisión digital, datenhighways, pay-per-view, video-on-demand y otros «servicios nuevos» semejantes. Hoy debería considerarse entre los fundamentos de la investigación sobre la política de la comunicación, que estos servicios no se atienen en primer lugar a la demanda existente, sino que «están concebidos exclusivamente en función de los intereses económicos de las industrias relacionadas con los medios de comunicación y de sus condiciones competitivas tecnológicas, nacionales e internacionales» (Dröge/Kopper 1991, p. 66).

A esto se añade el hecho de que las innovaciones de los medios son, ante todo en la práctica, una cáscara técnica que sólo con los contenidos de los programas puede rellenarse. Si existen, y cuáles son las posibilidades de utilización de tales innovaciones, desarrolladas bajo perspectivas económicas y políticas, no puede decirse en una fase tan temprana de su desarrollo. «Los mercados de los medios de comunicación son, por lo tanto, mercados dotados de una gran oferta: las necesidades se reproducen a medida que crecen las ofertas» (Dröge/Kopper 1991, p. 52). Esta reflexión trasladada a la estrategia del consorcio de comunicaciones Alcatel Alsthom significa lo siguiente: ¿Qué productos comunicativos alimentarán los sistemas de comunicación desarrollados por Alcatel Alsthom? La planificación empresarial del grupo francés muestra también en una perspectiva europea una visión de futuro: por una parte tecnología de la comunicación, por otra parte contenidos en la forma de Euronews, ya que Euronews en este sentido tiene posibilidades de expansión. Si dentro de poco se ofrecen nuevas posibilidades de retransmisión por medio de la televisión digital¹⁹, se producirá en Lión, según los pronósticos, no solamente una imagen de televisión en cinco bandas, sino numerosas imágenes con numerosas bandas, servicios de búsqueda, servicios *on-line*, etc.

19. Con la técnica de transmisión digital pueden comprimirse las cantidades de datos que son necesarios para la transmisión de las imágenes televisivas. Por consiguiente, con la misma capacidad pueden retransmitirse más programas de televisión; las frecuencias dejan de ser un bien escaso. Un incremento explosivo de la programación es técnicamente posible, sólo queda en el aire la cuestión de los contenidos de dicha programación.

Euronews ofrece un método de redacción altamente racionalizada, con cuya ayuda pueden ser producidos numerosos programas. Hoy ya existe un tratado redaccional entre Euronews y la cadena regional Tele Monte Carlo (TMC): Euronews realiza todas las noches un boletín clásico de noticias, con un presentador en la pantalla y los comentarios de las noticias grabados, mediante la ayuda de sus fuentes (agencias internacionales, material de la EBU, imágenes de archivo, colaboraciones en redacción, el *know-how* internacional de los periodistas de los que dispone). El informativo se emite en gran parte paralelamente en las Noticias-Euronews (en la banda francesa). El espacio producido para TMC se transmite en directo en el programa de la televisión regional.

Con una técnica de retransmisión digital se pueden producir de esta manera varios programas en distintas lenguas desde Lión. Euronews tiene numerosas posibilidades de sinergia: una redacción multinacional no necesita para la producción de las cinco versiones lingüísticas de una emisión de noticias cinco veces más de tiempo y de investigación, como para la producción de una emisión; con ello Euronews adquiere una función clave en el aspecto económico de los medios de comunicación. En un momento en el que la frecuencia de emisión ya no es un bien escaso y precioso, todo depende de que se «produzcan programas para rellenar la gran cantidad de canales existentes o de que se pueda vender la posesión de derechos» (Luyken 1990, p. 629). Euronews posee esa capacidad quintuplicada y se encuentra por eso en la situación dentro de la diversidad lingüística de Europa de poder realizar *economies of scale* (véase Heinrich 1991, p. 90).

Un segundo modelo, que proporciona los contenidos para los sistemas de comunicación eufóricamente denominados «*Highways*», podría prestar servicios especiales por ejemplo en la búsqueda de imágenes. Euronews ofrece con sus reportajes escritos en cinco lenguas una fuente de información para usuarios en toda Europa, a los que hay que añadir servicios *on-line* como la información meteorológica europea, los retratos de personalidades europeas, los espacios de deportes, etc. Todo esto en cinco lenguas. Para poder acceder a toda esta información sin necesidad de desplazarse tienen que ser utilizados nuevamente los sistemas de comunicación, y ¿quién está en condiciones de construir esos «highways»?

Euronews responde perfectamente a esta nueva tendencia, no con su programación —que alcanza una mínima resonancia entre los espectadores—, pero sí con su estrategia empresarial en el marco del desarrollo de la industria de los medios de comunicación en Europa. Dicha estrategia, «poder ofrecer conjuntamente una red y unos servicios» (Meise 1995, p. 139), ya es conocida en Estados Unidos. Entre las principales características del desarrollo actual de los sistemas de comunicación americanos está la creciente integración de servicios y sistemas. Este desarrollo sirve como modelo comparándolo con la estrategia de Alcatel Alsthom: las firmas de producción americanas de películas y videos, es decir, los productores de contenidos, compran las redes por cable, para disponer de canales propios de distribución.

Con ello se redondea la estrategia de la empresa en lo que concierne a la tecnología de la comunicación. La entrada de Générale Occidentale en Euronews es un ejemplo de los «hasta ahora no corrientes niveles de integración de la producción, circulación, comunicación y consumo de los bienes materiales e intelectuales» (Dröge/Kopper 1991, p. 79). Tal desarrollo resulta ante el telón de fondo de la diversidad periodística y de la calidad sumamente problemático. Euronews se revela como ejemplo europeo «del proceso de estandarización de la fabricación industrial en el terreno de la denominada producción intelectual». La compra casi total de Euronews por Alcatel Alsthom, a través de su filial Générale Occidentale, es una baza lógica si desea tomar parte como empresa de la comunicación en el camino hacia «la sociedad-multimedia». Existen otros tipos de participación, en editoriales, revistas de noticias y emisoras de radio. Desarrollos más recientes muestran que Alcatel Alsthom con Télécom en Francia y otras empresas de la rama de la comunicación (entre ellas Siemens), trabajan conjuntamente, primero en la construcción de las redes en Francia y después en la verificación de los productos descritos (Ridding 1995), y Alcatel Alsthom ya tiene con Euronews algo que «ofrecer». El hecho de que la Générale Occidentale se metiera a comprar también la sociedad suiza más poderosa de televisión por cable, es únicamente una pieza más de su estrategia empresarial (Preissner 1995): ¿Qué cadena cable tendrá ya interés en oponer resistencia, si los contenidos serán igualmente proporcionados por empresas que pertenecen a su «propia casa»?

Estas conclusiones, por otra parte, pueden venirse abajo con la diversidad de la investigación sobre política de los medios de comunicación: si también los grandes consorcios franceses²⁰ con participaciones en medios de comunicación, entran mutuamente en una fuerte competencia, entonces tendrán asegurado el apoyo de la política francesa de los medios de comunicación en una perspectiva europea. La ley núm. 94-98 («loi Carignon»)²¹, que entra en vigor el 1 de febrero de 1994, suavizaba notablemente las limitaciones de concentración hasta ahora impuestas. Así, por ejemplo, el límite superior de participación en una cadena privada de televisión se había elevado del 25% al 49% (!). El motivo de fondo de esta decisión estaba muy claro: «préparer les entreprises françaises à la concurrence internationale et aux conditions très mouvantes du marché: multiplication des chaînes satellites, numérisation des images et du son, déréglementation des télécommunications, formations de grands conglomerats, notamment aux Etats-Unis et au Japon...» (Drouot 1994, p. 155). El estado francés, declaraba el antiguo ministro de comunicación Carignon, está «appelé á regarder en face ses responsabilités».

Las empresas francesas reaccionaron inmediatamente a esta iniciativa: Bouygues elevó su parte en la gran cadena de televisión TF 1 del 25 al 34%

20. Junto a Alcatel-Alsthom hay que mencionar sobre todo a la Compagnie Générale des Eaux, Bouygues, Matra-Hachette Chargeurs y Lyonnaise des Eaux.

21. Llamada así por el ministro de comunicaciones Alain Carignon, detenido posteriormente por sospechoso de corrupción.

(Kempinski 1994), la CLT y la Lyonnaise des Eaux aumentaban sus participaciones respectivamente en el canal audiovisual M6 a un 29% (Schwartzenberg 1994; Colonna d'Istria 1994) y las grandes emisoras de radio comerciales RTL y Europe 1 reforzaban sus participaciones en el mercado (Bailly 1993). No profundizaremos con más detalle en el hecho de que la ley núm. 94-98 no sólo tenía el propósito de empujar la vertiente económica de los medios de comunicación, sino que también es una prueba de la estrecha relación entre el estado y la economía de los medios de comunicación en Francia.

Alcatel Alsthom, con su entrada en Euronews, ha sacado provecho de la situación política de los medios de comunicación en Francia. Las consecuencias de este desarrollo tienen un peso importante, aunque no se consideren los puntos de vista político y económico de los medios de comunicación. Desde la perspectiva periodística solamente existe el peligro de que contenidos informativos especiales y estilos informativos, que una televisión paneuropea podría desarrollar (veáse Schwarzkopf 1986, p. 25), no se desarrollen ni en vista de criterios puramente periodísticos, ni orientados al espectador. El estilo y el contenido crecerán mucho más en vista de la posición tecnológica comunicativa: «¿Qué forma tiene que tener el producto periodístico, para responder a las innovaciones de los medios de comunicación?» En eso Euronews podría resultar ser, al fin y al cabo, la voz de Europa, pero en cualquier caso no en un sentido periodístico, sino como ejemplo del desarrollo europeo de las telecomunicaciones, que exige contenidos «europeos».

Bibliografía

- ANSCHLAG, Dieter (1993). «Euronews» aus dem Off der Dolmetscher». *Tagesspiegel* del 19.1.1993.
- BAILLY, Laurent (1993). «Alain Carignon redonne des ailes à RTL et Europe 1». *La Tribune* del 1.9.1993.
- BRANAHL, Udo (1990). *Fernstudien Einheit Recht Band 2. Rechte und Pflichten des Journalisten. Eine Einführung in das Medienrecht*. FU Berlin.
- BRÜSKE, Hans-Günther (1986). «Spiel mit und gegen Grenzen. Profile einer europäischen Fernsehkultur». A: SCHARDT, Alois; BRÜSKE, Hans-Günther (ed.). *Europa auf dem Bildschirm. Szenarium der europäischen Fernsehwirklichkeit*. Bonn, p. 34-46.
- BOURDON, Jérôme (1994). *Haute fidélité. Pouvoir et télévision 1935-1994*. Paris: Seuil.
- BUÉTAS, Gérard (1992). «Le projet Euronews cherche à obtenir des participations britannique et allemande». *Le Monde* del 11.6.1992.
- LE CAISNE, Nicole (1992). «Images de la planète selon Euronews». *L'Express* del 11.2.1992, p. 61-62.
- CAUHAPÉ, Véronique (1993). «La voix de l'Europe». *Le Monde* del 15.8.1993, p. 16-17.
- CHAMARD, Marie-Eve; KIEFFER, Philippe (1992). *La télé. Dix ans d'histoires secrètes*. Paris: Flammarion.
- COLONNA D'ISTRIA, Michel (1994). «Les habits neufs du capitalisme audiovisuel». *Le Monde* del 3.3.1994.

- DEFFNER, George (1995). «Neulich, als wir "Euronews" sahen». *Süddeutsche Zeitung* del 18./19.3.1995.
- DRÖGE, Franz; KOPPER, Gerd G. (1991). *Der Medienprozeß. Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- DÖPFNER, M.O.C. (1991). «Mopskonzert im Mondenschein. "Euronews" sollen CNN eine vielstimmige Antwort geben». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 3.6.1991.
- DROUOT, Guy (1994). «Quelles perspectives pour le paysage audiovisuel français après la loi Carignon?». *Actualité Législative Dalloz*, 14, p. 152-160.
- ELIE, Bernard (1992). «Euronews choisit Lyon». *Le Monde* del 19.2.1992.
- (1993). «Alain Carignon demande aux actionnaires français d'Euronews des mesures d'économie pour 1994». *Le Monde* del 28.8.1993.
- EK. (1992). «Euronews erhält Geld aus EG-Topf». *Frankfurter Rundschau* del 27.1.1992.
- GAY, Pierre-Angel (1990). «Sept télévisions européennes préparent le lancement d'une chaîne d'information». *Le Monde* del 22.3.1990.
- G.B. (1995). «Havas wird zum fünftgrößten Medienunternehmen der Welt. Allianz mit dem Industriekonzern Alcatel Alsthom». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 27.10.1995, p. 31.
- GERBAUD, Sophie (1993). «La presse d'investigation en France. Un bilan bien maigre». *Mediaspouvoirs*, 31-32, (4/93), p. 147-152.
- GÖBBEL, Heide-Marie (1991). «Ein "Lackmustest" für das Gerede über Europa. Auch ohne grünes Licht der EG-Kommission treibt die EBU ihr »Euronews-Projekt weiter voran». *Frankfurter Rundschau* del 5.4.1991.
- GONZÁLEZ MARTÍN, Pedro (1995). *Euronews. Una televisión pública para Europa*. Barcelona: Icaria.
- HANFELD, Michael (1995). «Bloß keinen Jazz! Marler Tage der Medienkultur: Amerikanische Verzauberung und Europäische Blockaden». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 1.11.1995, p. 33.
- HEINRICH, Jürgen (1991). *Zur Integration des europäischen Rundfunks. Deutscher Sparkassentag: Vorbereitungen auf den Binnenmarkt*. Stuttgart, p. 83-94.
- JOD (1995). «Havas S.A./Französische Mediengruppe rückt auf den fünften Platz der Weltrangliste. Alcatel wird größter Anteilseigner». *Handelsblatt* del 27.10.1995, p. 19.
- K.B.(1991). «Streit um Informationskanal. Bayerische Forderungen und die Westschiene». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 31.8.1991.
- «Kein Platz für Euronews». *Kölner Stadtanzeiger* del 5.1.1993.
- KEMPINSKI, Michel (1994). «Bouygues bétonne le capital de TF1». *Le Journal des Finances* del 1.3.1994.
- KLEIN, Hans-Wilhelm (1963). *Phonetik und Phonologie des heutigen Französisch*. München: Hueber.
- K.M. (1991). «Kommt der Euro-News-Kanal der "Westschiene" in die Quere?». *Frankfurter Rundschau* del 1.8.1991.
- LINTÖRFER, Ulrich (1992). «Mit mediterraner Schlagseite. Nachrichtenkanal Euronews ohne ARD und ZDF in Lyon gegründet». *Tagesspiegel* del 12.6.1992.
- LOCH, Theo M. (1986). «Europa als Nachrichtenwerk». A: SCHARDT, Alois; BRÜSKE, Hans-Günther (ed.). *Europa auf dem Bildschirm. Szenarium der europäischen Fernsehwirklichkeit*. Bonn, p. 75-88.
- LOIBL, Roswitha (1991). «Die schwierige europäische Antwort auf CNN. Finanzielle, inhaltliche und rechtliche Probleme: zur Vorbereitung von "Euronews"». *Süddeutsche Zeitung* del 6.3.1991.

- (1992a). «Harter Wettkampf mit Geld und Naturalien. Welche Stadt bekommt den Zuschlag für Euronews? Vorsichtiger Rückzug der ARD». *Süddeutsche Zeitung* del 4.2.1992.
- (1992b). «“Euronews” auf dem Weg zum Sendestart». *Süddeutsche Zeitung* del 9.6.1992.
- LUYKEN, Georg-Michael (1990). «Das Medienwirtschaftsgefüge der 90er Jahre». *Media Perspektiven*, 10/90, p. 621-641.
- MACHILL, Marcel (1993). «Filière européenne. European Journalism Studies Exemplified». A: KOPPER, Gerd G. (ed.). *Innovation in Journalism Training. A European Perspective*. Berlin: Vistas, p. 51-66.
- (1995a). «Kulturelle Schutzzone». *Journalist*, 1/95, p. 72-73.
- (1995b). «Die “Grande Nation” im Medien- und Kulturkrieg». *Frankfurter Rundschau* del 25.1.1995, p. 9.
- MACHILL, Marcel; SCHÖN, Gerti (1996). «Euronews bietet sich als Spielfläche für die Zukunft an. Trotz journalistischer Mängel hat der fünfsprachige TV-Sender das Zeug, sich zur Multimedia-Datenbank zu verändern». *Frankfurter Rundschau* del 29.1.1996, p. 8.
- MARTINET, André (1963). *Grundzüge der Allgemeinen Sprachwissenschaft*. Stuttgart: Kohlhammer.
- MARTÍN-PÉREZ DE NANCLARES, José (1995). *Die EG-Fernsehrichtlinie. Rechtsgrundlage, Kommentierung und Umsetzung in das Recht der EG-Mitgliedsstaaten sowie Österreichs und der Schweiz*. Frankfurt u.a.: Lang.
- MECKEL, Miriam (1994). *Fernsehen ohne Grenzen? Europas Fernsehen zwischen Integration und Segmentierung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- MEISE, Martin (1995). «Medienverflechtungen und andere Allianzen». *Media Perspektiven*, 3/95, p. 28-140.
- OLTMANN, Reimar (1994). «Europa in 50 Sekunden». *Die Zeit*, 29, del 15.7.1994, p. 57.
- PASCH, Gerd (1993). «Stumme Bilder». *Journalist*, 7/93, p. 41-42.
- PERICARD, Michel (1988). *La politique audiovisuelle extérieure de la France. Rapport au Premier Ministre*. Paris: La Documentation Française.
- PITZER, Sissi (1992a). «München scheint aus dem Rennen zu sein. Am Montag fällt die Entscheidung über den Standort des Euronews-Kanals». *Frankfurter Rundschau* del 14.2.1992.
- (1992b). «Für die roten Zahlen will Frankreich geradestehen. In Lyon nimmt der Nachrichtenkanal “Euronews” Gestalt an: Gründungsversammlung». *Frankfurter Rundschau* del 18.5.1992.
- PREISSNER, Anne (1995). «Verlorene Ehre. Skandale und Mismanagement haben Alcatel Alsthom in arge Bedrängnis gebracht». *Manager Magazin*, 7, p. 48-58.
- RIDING, Alan (1992). «Final Go-Ahead for Euronews». *International Herald Tribune* del 19.2.1992.
- RIDDING, John (1995). «France acts on superhighway». *Financial Times* del 26.7.1995, p. 4.
- R.Z. (1993). «Bilder ohne Worte. Nachrichtenkanal Euronews jetzt in NRW-Kabelnetzen». *Rheinischer Merkur* del 17.12.1993.
- SCHARDT, Alois (1986). «Spurensuche: “Europäisches” im nationalen Fernsehgeschäft». A: SCHARDT, Alois; BRÜSKE, Hans-Günther (ed.). *Europa auf dem Bildschirm. Szenarium der europäischen Fernsehwirklichkeit*. Bonn, p. 9-20.
- SCHLESINGER, Philip (1991). «Media, the political order and national identity». *Media Culture and Society*, 13, p. 297-308.

- (1993). «Wishful thinking: Cultural Politics, Media, and collective identities in Europe». *Journal of Communication*, 43 (2), p. 6-17.
- SCHROEDER, Michael (1992). «L'internationalisation de la presse magazine. L'obstacle de la culture». *Médiaspouvoirs* (juillet-septembre 1992), p. 5-13.
- (1994). *Internationale Markt- und Managementstrategien für Print-Medien*. München: Fischer.
- SCHWARZKOPF, Dietrich (1986). «Zum transnationalen Kulturauftrag des Fernsehens». A: SCHARDT, Alois; BRÜSKE, Hans-Günther (ed.). *Europa auf dem Bildschirm. Szenarium der europäischen Fernsehwirklichkeit*. Bonn, p. 21-26.
- SCHWARTZENBERG, Emmanuel (1994). «Chaînes: la ligne rouge des 49%». *Le Figaro* del 23.2.1994.
- SIEBENHAAR, Hans-Peter (1994). *Europa als audiovisueller Raum. Ordnungspolitik des grenzüberschreitenden Fernsehens*. Opladen: Leske+Budrich.
- SIEFFERT, Denis (1994). «Médias. L'utile et l'agréable». *Politis* del 25.2.1994.
- St (1996). «Multimedia-Pilotprojekt genehmigt. Infocity NRW unter der Führung der Vebacom». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 4.1.1996, p. 12.
- TATÒ, Francesco (1994). «Euro-Babylon oder Dialogfähigkeit? Schwierigkeiten mit dem europäischen Journalismus». A: REITER, Sibylle; RUB-MOHL, Stephan (ed.). *Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement - Publizistische Qualitätssicherung - Redaktionelles Marketing*. Gütersloh: Bertelsmann, p. 235-242.
- VENTURELLI, Shalini S. (1993). «The Imagined Transnational Public Sphere in the European Community's Broadcast Philosophy: Implications for Democracy». *European Journal of Communication*, 8, p. 491-518.
- WEBER, Lukas (1992a). «Drei neue Programme und eine Flut. Die Kandidaten Vox, N-TV und Euronews suchen neue Gesellschafter». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 11.8.1992.
- (1992b). «Mit dem Binnenmarkt startet das Nachrichtenfernsehen Euronews». *Frankfurter Allgemeine Zeitung* del 30.12.1992.
- WIESNER, Volkert (1990). «Fernsehen, Kultur und kulturelle Identität in Europa - ein Interpretationsversuch». A: KLEINSTEUBER, Hans J.; WIESNER, Volkert; WILKE, Peter (ed.). *Medienpolitik: Fernsehen in Europa zwischen Kultur und Kommerz*. Berlin: Vistas, p. 157-179.
- WILLIAMS, Michael (1993). «French TV puts on fresh face for fall». *Variety* del 6.9.1993, p. 23 und 25.