

Proyecto de investigación Consciencia y Sociedad Distópica

Comunidad en Telegram. 7 de agosto de 2025

Enlace de suscripción al canal en Telegram: <https://t.me/socdistopica>

LA MAQUINARIA MEDIÁTICA DE BRUSELAS: LA FINANCIACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA UE Y LA CONFIGURACIÓN DEL DISCURSO PÚBLICO

Thomas Fazi, escritor, columnista en Unherd y Compact, publicó el pasado mes de junio el informe titulado "Brussels's media machine" (La maquinaria mediática de Bruselas):

<https://brussels.mcc.hu/uploads/default/0001/01/10af81f9f28a04dbcb2e9fb98bf28a7c9f16a07a.pdf>

Sus 81 páginas examinan con detalle la financiación de los medios de comunicación que la Unión Europea lleva a cabo. Y como se configura el discurso público mediante un vasto sistema a través del cual la UE desembolsa anualmente 80 millones de euros a proyectos de medios de comunicación en toda Europa y otros lugares.

En este artículo, el propio Fazi comparte un resumen del informe y su principal conclusión: la UE invierte sistemáticamente en la creación de un entorno mediático favorable que refuerce su legitimidad y sus objetivos políticos, en lugar de simplemente apoyar una prensa libre.

PRESENTACIÓN

En un nuevo informe exclusivo para MCC Bruselas (La maquinaria mediática de Bruselas: la financiación de los medios de la UE y la configuración del discurso público) que pueden descargar aquí revelo un vasto sistema, hasta ahora poco examinado, a través del cual la Unión Europea desembolsa anualmente casi 80 millones de euros a proyectos de medios de comunicación en toda Europa y otros lugares.

En el informe sostengo que esta cuantiosa financiación, a menudo presentada como apoyo a la libertad de prensa, en realidad suele servir para promover narrativas explícitamente pro-UE y marginar las voces críticas, lo que plantea serias preocupaciones sobre la independencia editorial y la integridad democrática.

El informe muestra que la influencia financiera de la UE crea una "relación semiestructural" con los principales medios de comunicación, en particular las emisoras públicas y las agencias de noticias, difuminando los límites entre el

periodismo independiente y la comunicación institucional, y comprometiendo seriamente la capacidad de los medios de comunicación para exigir cuentas al poder.

CONCLUSIONES Y EJEMPLOS CLAVE DEL INFORME:

+**Financiación masiva y poco examinada:** la Comisión Europea y el Parlamento Europeo desembolsan en conjunto cerca de 80 millones de euros anuales a proyectos de medios de comunicación. Esta estimación se considera conservadora, ya que el total en la última década probablemente superó los 1000 millones de euros. Esta cifra no incluye las fuentes de financiación indirecta, como los contratos de publicidad o comunicación adjudicados a empresas de marketing que luego redistribuyen los fondos a los principales medios de comunicación.

+**Promoción de narrativas pro-UE:** Los programas de financiación suelen enmarcarse con palabras de moda como «luchar contra la desinformación» o «apoyar la programación factual», pero el informe presenta pruebas de que tienen objetivos estratégicos claros para influir en el debate público y promover la agenda de la UE. Muchos proyectos, por ejemplo, apuestan explícitamente por narrativas pro-UE, como «promover la integración europea», la «desmitificación de la UE» y la «lucha contra los movimientos nacionales extremistas y euroescépticos». En temas geopolíticamente sensibles —en particular, el conflicto entre Rusia y Ucrania—, estos proyectos fomentan un entorno en el que los medios de comunicación se ven incentivados financieramente a hacerse eco de las posiciones oficiales de la UE y la OTAN, lo que reduce aún más el margen para el periodismo independiente.

+**Campañas de propaganda encubierta:** El programa de Medidas de Información para la Política de Cohesión de la UE (IMREG) ha canalizado alrededor de 40 millones de euros desde 2017 a medios de comunicación y agencias de noticias para producir contenido que destaque los «beneficios» de la política de la UE. El informe destaca ejemplos en los que esta financiación no se divulga con claridad, lo que equivale en la práctica a "marketing oculto" o "propaganda encubierta". Otros proyectos buscan explícitamente "concienciar sobre los beneficios" o "contribuir a una mejor comprensión" y fortalecer el "sentido de pertenencia a la UE" de los ciudadanos. Estos eufemismos ocultan lo que, en realidad, es un intento desde arriba de crear un demos europeo: una conciencia política unificada que, en las condiciones políticas y culturales actuales, sigue siendo más una aspiración ideológica que una realidad democrática.

+**Las agencias de noticias como guardianes de la narrativa:** la UE colabora estratégicamente con importantes agencias de noticias como ANSA (Italia), EFE (España) y Lusa (Portugal) a través de programas como IMREG, garantizando una difusión masiva de mensajes pro-UE en cientos de medios que dependen del contenido de las agencias. El proyecto European Newsroom, financiado por la UE con 1,7 millones de euros, por ejemplo, que reúne a 24 agencias de noticias en

Bruselas, constituye un esfuerzo por estandarizar y armonizar los mensajes sobre asuntos de la UE.

+**Verificación de hechos y control del discurso:** Iniciativas como el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO), financiado con al menos 27 millones de euros, involucran a agencias de noticias y medios de comunicación en redes para combatir la desinformación. El informe advierte que, cuando las entidades que financian campañas promocionales también participan en la definición de la desinformación, corren el riesgo de convertirse en una herramienta para vigilar los límites del discurso aceptable y etiquetar la disidencia como desinformación.

+**Periodismo de investigación enfocado hacia el exterior, nunca hacia el interior:** el informe analiza los proyectos de periodismo de investigación financiados por la UE, observando un patrón en el que gran parte de la atención se dirige a países no pertenecientes a la UE, como Rusia o Kazajistán, con escaso escrutinio de la propia UE, a pesar de los numerosos escándalos documentados dentro de la Unión.

+**Propaganda del Parlamento Europeo:** El Parlamento Europeo, a través de su Dirección General de Comunicación, ha asignado casi 30 millones de euros desde 2020 a medios de comunicación para campañas, incluyendo contenido explícitamente autopromocional antes de las elecciones. El objetivo es "aumentar el alcance a públicos específicos de forma más eficaz con mensajes relacionados con la labor del Parlamento Europeo", aportando "legitimidad a las campañas del PE". Esto debe interpretarse como un intento de fabricar legitimidad democrática debido a la falta de apoyo orgánico.

CONCLUSIÓN FINAL

El informe concluye que la evidencia apunta a que la UE invierte sistemáticamente en la creación de un entorno mediático favorable que refuerce su legitimidad y sus objetivos políticos, en lugar de simplemente apoyar una prensa libre. Exige un reconocimiento público urgente y que se examinen y, en última instancia, se rompan los vínculos institucionales entre el poder político y el periodismo.

Fuente:

https://brownstoneesp.substack.com/p/la-maquinaria-mediatica-de-bruselas?utm_source=post-email-title&publication_id=3574289&post_id=165728236&utm_campaign=email-post-title&isFreemail=true&r=5fypn6&triedRedirect=true&utm_medium=email

Lectura complementaria recomendada:

La distopía imperante: mentiras que promueve y certezas que oculta

Autores varios (Adaliz Ediciones; 2024)

Libro nº9 de la Biblioteca del Proyecto de investigación Consciencia y Sociedad Distópica:

<https://adaliz-ediciones.com/21-proyecto-csd>

Web del Proyecto:

<https://societaddistopica.com/>

Todos los que compartimos y colaboramos en él lo hacemos en forma gratuita.

Puedes ayudarnos aportando 1 euros al mes a través de la plataforma

Teaming: <https://www.teaming.net/distopica>
