

LA COMUNICACIÓN DE LA UE EN GALICIA: EL CASO PRÁCTICO DE LA FUNDACIÓN GALICIA EUROPA

Rubén Rivas-de-Roca

Departamento Periodismo II-Facultad de Comunicación. C/ Américo Vespucio, S/N.

C.P: 41092 (SEVILLA)

rivasderoca@us.es

Doctorando del programa de Doctorado Interuniversitario Internacional de Comunicación de Andalucía (universidades de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla).

Breve Currículum Vitae

Rubén Rivas-de-Roca (A Coruña, 1993) es doctorando del programa de Doctorado Interuniversitario Internacional de Comunicación de Andalucía con un proyecto de tesis sobre calidad de la información de la UE. Graduado en Periodismo y Máster en Estudios Europeos por la Universidad de Sevilla, actualmente (octubre de 2017) ejerce de becario de comunicación en la oficina de la Fundación Galicia Europa en Bruselas.

Resumen: Esta aportación científica a congreso pretende analizar la comunicación de la Unión Europea entre la ciudadanía gallega, especialmente del papel que juega en este sentido la Fundación Galicia Europa (FGE). A partir del estudio bibliográfico sobre la comunicación de la UE y el estado de la información comunitaria en España y Galicia, pretendemos acercarnos después a la labor que desempeña la Fundación. Creada en 1988, la FGE tiene a la información como uno de sus ejes centrales, puesto que esta constituye un requisito indispensable para poder defender los intereses gallegos en la toma de decisiones a nivel comunitario, permitiendo así a las entidades de la región participar en programas de financiación comunitaria. Esta actividad se realiza principalmente desde su oficina de Bruselas, dada su cercanía con las instituciones europeas, y se sirve de una hibridación de métodos clásicos, como las notas de prensa, con otros en los que se incluye una presencia constante en redes sociales y el contacto con las asociaciones gallegas con interés en Europa.

Palabras-clave: Comunicación institucional, Información comunitaria, Fundación Galicia Europa, Galicia, Unión Europea.

Abstract: This scientific contribution to the congress aims to analyze the communication of the European Union among the Galician people, especially of the role played in this field by the Galicia Europa Foundation (FGE in Spanish). Based on the bibliographic study on EU communication and the state of European information in Spain and Galicia, we intend to move closer to the work of the Foundation. Created in 1988, communication is one of the FGE's central objectives, since this is an essential requirement to be able to defend Galician interests in decision-making at the European level. This also allows entities in this region to participate in EU financing programs. Communication activities are mainly carried out from its Brussels office, due to its proximity to the European institutions, using a hybrid of classical methods, such as press releases, as well as others that include a constant presence in social media and the contact with Galician associations with an interest in Europe.

Keywords: Institutional communication, European information, Fundación Galicia Europa, Galicia, European Union.

Sumario: 1. Introducción. 2. La comunicación y la Unión Europea: la cobertura informativa de la UE. 3. La información europea en España y Galicia. 4. La presencia

institucional de Galicia en Europa. 5. La política comunicativa de la Fundación Galicia Europa. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

El presente proyecto de investigación pretende analizar cómo se comunica la Unión Europea en Galicia, en particular a través de la Fundación Galicia Europa (FGE), el organismo instrumental designado por la Xunta de Galicia para su representación ante las instituciones de la UE. En primer lugar, con un estudio bibliográfico sobre la comunicación de la Unión y el estado de la información comunitaria en España y Galicia, generar un marco teórico para entender la función de la FGE. A partir de ahí plantearé las estrategias e instrumentos que esta entidad regional gallega emplea para comunicar en Galicia lo que ocurre en Bruselas.

La Unión Europea es una comunidad política única en el mundo en cuanto a su naturaleza, al ser la única organización internacional con rasgos de supranacionalidad, ya que tiene la potestad de legislar directamente sobre la vida de sus ciudadanos. Para Rousseau, *“la democracia es el gobierno de la opinión pública”*¹, que se conforma teóricamente mediante la información que proporcionan los medios de comunicación. Así, una posible opinión pública europea recibe a través de los medios la materia prima que les permite valorar la acción de las instituciones europeas. Sin embargo, no son solo los medios sino también las instituciones las que construyen imagen sobre la Unión Europea. Con su apoyo o cuestionamiento, las instituciones públicas moldean la imagen de la UE, y ahí es donde resulta de interés valorar el papel de la FGE en este sentido.

La justificación de nuestro proyecto de investigación radica en el hecho de que el proceso de integración comunitario va cada vez a más, siendo necesario ya en muchas ocasiones un análisis europeo de las cuestiones para comprender la realidad de esos países. Por ello, resulta de interés detenernos a reflexionar qué Europa está construyendo la comunicación institucional y qué visión de ella predomina en las mentes de los ciudadanos de la Unión, en este caso de Galicia. La información tiene la capacidad de influir en esos imaginarios. Héctor Borrat considera que lo que se transmite *“influye así sobre el Gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia”* (1989: 10). Por tanto, la Unión Europea, como sistema político que es dotado de instituciones democráticas y siempre determinado por los Estados también democráticos que la componen, está fuertemente determinada por la imagen que de ella se proporciona.

Galicia, como todas las regiones europeas, tiene una serie de prioridades que trata de defender en Bruselas. A saber, de acuerdo con el listado de temas europeos tratado por las notas institucionales de la Xunta de Galicia, las políticas de mayor interés para nuestra comunidad son la cohesión, la demografía, el transporte, el mundo agrícola y la pesca. Una parte muy importante de la defensa de los intereses gallegos consiste en informar sobre la Unión en Galicia, ya que como ente instrumental del sector público encuentra en el servicio a la ciudadanía su razón de ser. Contar con el apoyo de la población es la base de un organismo de este tipo en democracia. Además, de una buena comunicación de las políticas europeas depende que los ciudadanos puedan formar sus propios juicios fundamentados sobre el entramado de la UE, que servirán

posteriormente para tomar decisiones de carácter político, como es el caso del voto en unos comicios.

Esta aportación a congreso busca, por tanto, a partir de un análisis científico general de la información comunitaria, y en particular de España y Galicia, extraer conclusiones sobre el alcance mediático de este sujeto político en nuestra comunidad. Esta novedosa organización internacional requiere de un estudio sistemático de su comunicación que nos permita conocer su grado de conocimiento en la opinión pública.

2. La comunicación y la Unión Europea: la cobertura informativa de la UE

Los objetivos comunitarios en el ámbito comunicativo se establecieron en la Declaración de Laeken sobre el futuro de la Unión Europea en 2001: *“promover en la ciudadanía y especialmente en los jóvenes, una mayor proximidad al proyecto europeo y la valoración de las instituciones comunitarias”*, revalorizando Europa al fijar *“la condición de ser europeo, sentirse europeo, pensarse como europeo, comprenderse como europeo y vivir como europeo”* (Gómez-Chacón, 2003: 12). Esta necesidad comunicativa se explica por el problema de déficit democrático que se ha achacado al proyecto de integración europea. Se trata de una crítica difusa, que alude a una supuesta falta de legitimidad ciudadana en las actuaciones comunitarias. Para delimitar este concepto de déficit democrático hemos recurrido a la definición que de él proporciona Closa Montero:

*“Consiste, básicamente en el reforzamiento de los ejecutivos nacionales a través de su participación en el Consejo, que, a su vez reúne poderes legislativos y ejecutivos (...) el Consejo adopta decisiones eludiendo la responsabilidad política ante representantes directamente elegidos, bien Parlamentos nacionales o bien el PE (...) la responsabilidad política tiene dos vertientes: el control por parte de las instituciones representativas y la receptividad a las demandas de los ciudadanos de la UE”*².

La cuestión del déficit democrático imbrica con el hecho de que el tema más espinoso históricamente en la UE haya sido *“el relativo a la participación del Parlamento Europeo en el proceso de decisión”* (Morata, 1999: 49). Para combatir la mala imagen que da un Parlamento débil se establecen una serie de objetivos, apoyados desde la misma creación de las comunidades europeas por un servicio de prensa, que se concreta en gabinetes de comunicación individualizados para cada una de las instituciones comunitarias. La pretensión es que la información europea transmitida a través de estos gabinetes ocupe posiciones frontales en la prensa, ya que este medio de comunicación, al permitir tanto el análisis del experto como la aportación del lector, *“es la herramienta utilizada en este trabajo como nexo entre políticos y ciudadanos, y el soporte utilizado por los primeros para hacer llegar a los segundos el mensaje que pretenden transmitir”* (López, 2012: 22). De esta forma se consigue que los *mass media* proporcionen *“a los ciudadanos lo que necesitan saber sobre las cuestiones europeas, haciéndoles partícipes de ellas, con el fin de que sean ellos los que decidan si estos asuntos son o no de su interés”* (ibídem, 22).

A pesar del ambicioso objetivo comunitario de una cobertura europea de los hechos noticiables, la dimensión informativa continúa siendo de carácter nacional. Es

importante recalcar esto porque, como señala Gómez Mompart en la cita que a continuación exponemos, la prensa puede ser utilizada como fuente histórica o como espejismo de lo que se busca, y en ninguno de los dos casos aparece el europeísmo en los periódicos de nuestro tiempo:

“Los medios pueden ser leídos como, cuanto menos, en una doble dimensión. Por un lado, como fuente histórica, como espejo de lo que fue la sociedad. La imagen que nos devuelve el espejo, sin embargo, no es absolutamente fidedigna (...). Pero, por otro lado, los medios también pueden ser leídos como espejismos, es decir, como proyección de aquellas cosas a las que, quienes pueden influir sobre los medios, sobre la economía, sobre el consumo, etc., quisieran que los ciudadanos nos acercáramos” (2008: 98).

La UE no es un tema importante en la prensa europea, puesto que, como apunta Schlesinger³, los periódicos están ligados a sistemas políticos nacionales. En determinados procesos históricos claves la prensa se ha desvelado incapaz de construir identidad europea. Un ejemplo es el intento fallido de aprobación de una constitución para Europa en 2005, para el que se celebraron referéndums en cuatro Estados miembros: Francia, Países Bajos, Luxemburgo y España. A pesar de que nos encontrábamos ya ante una Europa ampliada al Este, que debería *“extender su radio de acción a múltiples áreas que disocian las cuestiones nacionales e internacionales de las páginas que tradicionalmente las enmarcaban”*, tanto en el tratamiento de la Constitución Europea como del Tratado de Lisboa en 2007, hallamos solo *“noticias relacionadas con esta cuestión en las páginas de Internacional o Nacional, dependiendo del lugar en que sucedieron más que del tratamiento comunitario del nuevo texto”* (López, 2012: 35).

En el caso de la Constitución Europea, es evidente que la política comunicativa fracasó, puesto que la falta de información fue *“la causa principal alegada por más del 40% de los españoles que se abstuvieron en la consulta española, según una edición especial del Eurobarómetro”* (2012: 44). Aunque la Unión Europea ha desarrollado una red de información al ciudadano, que tiene en los centros de Europe Direct la joya de la corona, estos datos muestran la trascendencia que la prensa sigue teniendo en la configuración de la opinión pública.

La falta de éxito de la política comunicativa de la Unión lleva obligando durante años a las autoridades comunitarias a llevar a cabo una renovación de sus actuaciones que conecte con la ciudadanía. En cualquier caso, la Unión Europea constituye un actor político de primer nivel, de ahí que su cobertura sea prácticamente obligada por cualquier medio de comunicación que pretenda llevar a cabo su función social de acercar la realidad a la ciudadanía. Sotelo González coincide en que *“el fenómeno de la integración continental, sustanciado hoy en la forma de la Unión Europea, se ha convertido en materia periodística de primera magnitud, tanto por su naturaleza como por sus implicaciones”*, pero, sin embargo, *“desde el ámbito periodístico no ha habido una respuesta eficaz a las nuevas realidades de Europa”* (2004: 427).

En primer lugar, es necesario definir qué consideramos información de la Unión Europea. García Gordillo defiende que *“la información sobre la UE podría englobarse dentro de la Información Política Internacional, ya que es en estas páginas donde*

encuentra su hueco” (2012: 76). Es por ello por lo que no puede desligarse de las características propias de la información internacional, entre las que destacan que es “*el único referente de que dispone el público para saber lo que acontece fuera de sus fronteras*” y que se encuentra “*condicionada en gran medida por la percepción de las grandes agencias de comunicación y los intereses de las mismas*” (ibídem). Por su parte, Rosa Berganza define así a la información comunitaria:

*“Es aquella procedente de o relativa a las instituciones comunitarias y sus acciones o que se refiera a todas aquellas actividades que hacen referencia al marco común, a todos aquellos aspectos sobre los que los países miembros han cedido o se plantean ceder su soberanía (...). Además, incluiría las distintas informaciones sobre los países miembros siempre que estén en relación con las políticas y las actividades generadas por la Unión Europea como organización”*⁴.

La información comunitaria se diferenciaría de la europea, en tanto en cuanto esta última incluye la información interna de los países miembros de la UE (la referente a la Unión es objeto de la comunitaria), así como las noticias sobre los países del continente que no son parte de la Unión Europea. El problema radica en que nos encontramos en una diferenciación netamente teórica, porque sobre el terreno ambas realidades son tratadas de forma similar, situándolas en el plano de lo extranjero, de acciones políticas lejanas a la ciudadanía. De acuerdo a Contreras García, aunque “*en los últimos años a Europa se le ha otorgado un gran protagonismo en nuestros medios de comunicación (...) la información que estos ofrecen sobre temas europeos suele ser incompleta y fragmentaria*” (1996: 10). Según el informe FUNDESCO de 1994, los problemas se hallan en “*la ausencia de una política informativa eficaz*” y “*la inexistencia de verdaderos medios supranacionales de referencia dentro del ámbito europeo*” capaces de construir un discurso homogéneo (ibídem, 12). A pesar de la antigüedad del estudio (1994), autores consultados como Lloyd y Marconi consideran que sus resultados son aplicables a la actualidad, puesto que “*la mayoría de las empresas informativas, cuando dan cuenta de la UE, producen una cobertura que no está dirigida a los europeos, sino a los franceses, holandeses, polacos, etc., es decir, a los ciudadanos nacionales. El trasfondo es siempre: ¿qué hace la UE por nosotros?*” (2014: 5).

García Gordillo añade que “*la información de la UE en los medios de comunicación se ve reducida, básicamente, a las Cumbres de Jefes de Estado, la foto de familia y alguna que otra anécdota, a las Cumbres de Ministros o acción concreta del PE, sobre todo si afecta a algún aspecto de la política nacional*”; esto implica que no hay nada sobre la labor diaria de la institución, ni tampoco en el plano divulgativo para darla a conocer, por lo que “*así resulta difícil, si no imposible, crear un sentimiento de pertenencia a un colectivo superior al nacional*” (2012: 77).

Si bien las aportaciones de la profesora García Gordillo muestran los elementos más habituales en las informaciones sobre la UE, existen también, en menor medida, otras fórmulas a la hora de abordar la información comunitaria. Según Sotelo González, los textos de temática europea pueden clasificarse en cuatro categorías: “*el periodismo como simple correa de transmisión, (...) el periodismo comprometido, el periodismo como análisis y el periodismo como negocio con tres posturas ideológicas – europeísmo, nacionalismo y una tercera postura caracterizada por la armonización de las dos anteriores*” (2004: 433). Lo más común de acuerdo a la literatura revisada es el

periodismo como correa de transmisión enmarañada en una corriente ideológica predominantemente nacional. Dicha labor de correa de transmisión se manifiesta en un periodismo de declaración, basado en recoger únicamente las impresiones de personalidades políticas, sin entrar en análisis casuísticos ni consultar voces del Tercer Sector. La ética de los asuntos internacionales está por abordar (Rivas-de-Roca, 2015)

Mucho se ha reflexionado sobre cómo conseguir que los ciudadanos europeos reciban una información de calidad y precisa sobre las actuaciones de la UE. Una de las más referenciadas es la creación en los periódicos de una sección sobre la Unión, que *“informara de forma amena sobre los avances y políticas europeas y sus implicaciones en la sociedad en un mismo espacio”* lo que *“ayudaría a conformar el sentimiento de ciudadanía europea y a formar una opinión pública”* (López, 2012: 50), aunque también se consideran fórmulas válidas plasmar los asuntos europeos más allá de las páginas de Internacional, en secciones como Nacional, Economía o Cultura, en función de la repercusión del tema a tratar (ibídem, 35). Sin duda, una sección titulada “UE” o “Europa” contribuiría a brindar un halo de unidad a las informaciones sobre la Unión Europea del que carecen en la actualidad. También se ha destacado la necesidad de una política de comunicación proactiva por parte de los entes nacionales y regionales que tratan con la Unión, como sería la FGE. El objetivo es, en cualquier caso, que se deje de ver a la Unión como algo extraterritorial, puesto que en realidad nos afecta en nuestro día a día. Vivimos en un indudable proceso de integración europea, ante el cual los medios y las instituciones tienen que aportar una respuesta adecuada que permita que este se desarrolle con plenas garantías democráticas.

A pesar de la gran cantidad de buenas intenciones que hemos sintetizado, hay una condición previa para que se pueda producir una información comunitaria, y es la existencia de interés por parte de los lectores hacia ella. Sin embargo, las encuestas de opinión pública señalan que *“el interés de la ciudadanía por los asuntos comunitarios es escaso (...) son muy pocos entre los que están interesados los que reconocen estar muy informados –única situación óptima realmente admisible”* (Sotelo González, 2004: 431). Los datos de participación en las elecciones al Parlamento Europeo avalan esta situación, con un grado de implicación decadente por parte de la ciudadanía a lo largo del tiempo. En las primeras elecciones directas, celebradas en 1979, se registró un índice de participación del 63%; las segundas, celebradas en 1984, registraron un 61% de participación; en las de 1989 el índice se situó 58,5%; en las elecciones de 1994, la participación fue del 56,7%; en los comicios de 1999 fue del 49%; y en 2004, las primeras elecciones de la UE ampliada al Este, esta cifra bajó al 45,6%, con niveles de participación realmente ínfimos en algunos de los nuevos Estados miembros (República Checa 28,32%; Eslovaquia 16,96%; Eslovenia 28,3%; Estonia 26,83%; o Polonia, con el 20,87%). En las dos últimas citas electorales –2009 y 2014–, la tasa de participación se ha mantenido inmutable en torno al 43% en el global de la UE.

Es cierto que la incorporación de los países del Este, con menor tradición europeísta, ha lastrado los datos, pero es evidente que existe un problema en todo el conjunto de la Unión de falta de compromiso con el proyecto comunitario. Es observable en el caso de España, donde la participación rondaba el 60% en la década de 1990 y en las elecciones celebradas en el siglo XXI se ha conformado con cifras cercanas al 45%. Lo llamativo de esta despreocupación por los asuntos comunitarios es que se produce precisamente cuando la UE ha puesto más el acento sobre estas cuestiones, ya que, desde 2001 con la

Declaración de Laeken, ha convertido en objetivo llevar a cabo una política comunicativa que aumente el grado de compromiso de los ciudadanos con el proyecto europeo. A este respecto, en 1992 ya existían voces, como el informe De Clercq⁵, que advertían de las limitaciones de la política comunicativa de la UE, al adolecer de verdaderos mecanismos para hacer frente a los problemas que hemos comentado: *“hoy en día no existe en Bruselas ni la estructura, ni la organización, ni el poder, ni los medios económicos adecuados, para aportar los cambios necesarios de manera rápida y eficaz”* (Contreras García, 1996: 11).

En el plano mediático, a la falta de entusiasmo por los asuntos europeos se une en España otra dificultad: el escaso interés por las noticias políticas. El Eurobarómetro de otoño de 2007 apunta que los españoles son *“los europeos con menor interés por las noticias políticas (19% frente a 34%). Tan solo las informaciones económicas generan menos interés (18%), frente a las preferidas sobre deportes (40%), arte y cultura (39%) y famosos (25%)”* (López, 2012: 37). Se podrían utilizar distintas razones históricas y culturales para explicar la peculiar situación de España, que pasan por apuntar al nivel de religiosidad y la falta de industrialización histórica de este país, que se ven maximizadas en una región eminentemente rural como Galicia.

En conclusión, la cobertura periodística de la UE es nacional y deshilachada, presentando numerosos retos por delante. Entre ellos se encuentran el de presentar la información europea de manera unitaria, despertar un mayor interés de la ciudadanía ante estos asuntos o emplear un lenguaje divulgativo que contribuya a ello. La gran dificultad radica en la falta de interés de la ciudadanía, que provoca que prácticamente se pueda afirmar que la UE se encuentra estancada informativamente desde los años 90, a pesar de haber realizado esfuerzos para revertir la tendencia.

¿Cómo europeizar ante estas circunstancias? Un enfoque realista de los medios de comunicación nos invita a pensar que no van a variar por sí mismos, más allá de que el cambio pueda llegar cuando la propia trascendencia de las acciones de la UE sea de tal magnitud que impulse a realizar una información de corte europeo. Es evidente que los gabinetes de comunicación de empresas y entes públicos pueden desempeñar un importante rol al respecto. Aunque por el momento sea una quimera la puesta en marcha de *“un espacio propio en prensa donde explicar la construcción de la Unión Europea, sus consecuencias políticas y repercusiones para el ciudadano, tratado por expertos como Miquel de Moragas o Pedro Lozano Bartolozzi”* (López, 2012: 36), sí que una comunicación fuerte por parte de las instituciones internacionales, nacionales y regionales puede reclamar por su propio peso que los medios dediquen a la información comunitaria periodistas especializados en esta temática, capaces de diseccionar la realidad y profundizar en el trasfondo de las decisiones políticas.

3. La información periodística en España y Galicia

En la Europa de nuestro tiempo, la mayoría de los medios de comunicación se rigen por criterios comerciales más que periodísticos, siguiendo una tendencia globalizadora de la información. Pena Oliveira sostiene, en cuanto a la estructura informativa de nuestro continente, que ya *“en el siglo XX, al menos en las grandes metrópolis, es difícil encontrar una empresa estrictamente periodística. Lo que existen son conglomerados de medios, en los que el periodismo solo es una de sus actividades”*⁶. No hay que perder

de vista que los periódicos suelen pertenecer a grandes corporaciones de la comunicación, que se dedican también a la radio, la televisión, Internet, comercialización de DVDs u otro tipo de actividades comerciales. Así pues, en los medios no existen solo intereses periodísticos –constituyen un servicio público para la sociedad– e intereses económicos en obtener monetarios, sino que además estos dos imbrican con las necesidades de las otras actividades empresariales que acapara el grupo mediático. En este capítulo vamos a estudiar la estructura informativa, es decir, quiénes son los dueños de los entes emisores de información en el continente. Cada Estado de la Unión Europea presenta sus particularidades, pero aquí pretendemos aportar una perspectiva de España, y por aproximación de Galicia.

España es un país de implantación tardía del liberalismo, con cuantiosas idas y venidas en su profundización a lo largo del siglo XIX. Por ello, mientras en esta centuria en países de nuestro entorno como Reino Unido o Francia florecía la prensa de masas moderna, España seguía estancado en el modelo de prensa de opinión, dedicada exclusivamente a la difusión de posturas políticas. Los cambios no comenzaron a producirse hasta prácticamente el siglo XX. En su primera década aparecieron los grandes modelos de nuevos periódicos, dotados de mayor calidad periodística e influencia política, entre los que destacan *ABC*, *El Debate* y *El Sol*. Estos diarios convivieron como líderes hasta la Segunda República, cuando se produjo un crecimiento exponencial en el número de publicaciones y en las tasas de difusión, aunque la inestabilidad política de esta época llevó a que “*la censura previa fuese más habitual que la libertad informativa*” (Barrera, 2008: 289). La dictadura franquista supuso una disrupción en el desarrollo de la prensa moderna en España, que solo comenzó a quebrarse a partir de 1966 con la Ley de prensa e imprenta, la conocida como Ley Fraga, que gozaba de cierta ambigüedad y “*suprimía la censura previa, salvo en los estados de excepción y de guerra, pero se establecían severos límites al ejercicio de la libertad de imprenta*” (Fuentes y Fernández Sebastián, 1998: 297). En la práctica, la prensa gozó de una situación privilegiada, que le permitió servir de vehículo a las nuevas inquietudes democráticas.

A pesar de que “*los medios de comunicación se convirtieron en un actor más que empujó a favor del proceso de transición política a la democracia tras la muerte de Franco*” (Barrera, 2008: 303), el atraso histórico arrastrado desde el siglo XIX, y profundizado en el XX, conduce a que la prensa española carezca de arraigo, plasmado en bajos índices de lectura. Su grado de penetración según el EGM (Estudio General de Medios) de marzo de 2017 se restringe al 28,2% de las personas que conforman la población española. Las comparaciones con otros países vecinos, aun valorando las diferencias de población, son abismales. Mientras que en Alemania el diario más leído, *Bild*, tiene tiradas que rondan los dos millones de ejemplares, en España el periódico generalista más leído, *El País*, sufre para llegar a los 250.000. Teniendo en cuenta que Alemania dobla en población a nuestro país, los datos no son en absoluto correlativos. Además, en España no existe tradición de semanarios que incidan con fuerza en la opinión pública (Rivas-de-Roca, 2016).

De acuerdo al estudio del EGM más reciente (marzo 2017), los periódicos más leídos, de mayor a menor índice de difusión, son *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia* y *El Periódico de Catalunya*. Así pues, entre los más leídos de España se encuentra un diario regional gallego, cuya difusión se produce eminentemente en nuestra

comunidad. Esta prensa tiene en su mayoría como propietarios a grupos nacionales dedicados exclusivamente a negocios editoriales -ejemplos de ello son Vocento (*ABC*), Grupo Godó (*La Vanguardia*), Grupo Zeta (*El Periódico de Catalunya*) o el Grupo Voz (*La Voz de Galicia*)-. Los grandes conglomerados extranjeros de la comunicación solo se observan con Fiat-RCS en el caso de *El Mundo*, o en el sector de los negocios multimedia, como Grupo Prisa con *El País*, grupo de origen español. La conexión manifiesta con los conglomerados solo se manifiesta en la televisión. Esto se puede deber a la configuración tardía del sistema de medios en España, especialmente en la prensa, que no cuenta con una larga tradición de lectura a sus espaldas; la falta de rentabilidad puede haberla excluido también de la rueda internacional de la comunicación. Además, “*la democracia española y la libertad de prensa son relativamente jóvenes en comparación con otros países, por lo que el trabajo del periodista se caracteriza todavía por su dependencia del poder*” (Van Dalen; Albaek and De Vreese, 2011: 153), lo que implica un desprestigio de la prensa.

Aunque no existe ningún grupo de comunicación excesivamente poderoso, sí que se da una elevada concentración a través de las empresas editoras citadas. En 2011, según Checa Godoy “*el 85% de las 120 cabeceras españolas de diarios pertenecen a ocho o diez grupos de comunicación, cuando a la salida del franquismo era por encima de las sesenta empresas diferentes*”⁷. Por tanto, España no se ha librado, a pesar de los rasgos históricos de su prensa, de la concentración mediática propia de nuestro tiempo.

En el caso de Galicia, además de *La Voz de Galicia*, fundado en 1882 en la Coruña, existen otros dos grandes diarios de gran arraigo a nivel local, como son *El Correo Gallego* (1878, Santiago de Compostela) y *Faro de Vigo* (1853, Vigo), considerado decano de la prensa española. En ninguna otra región de España existe un volumen tan alto de diarios procedentes del siglo XIX como en Galicia, que además son líderes de ventas en sus áreas geográficas. También Lugo con *El Progreso* y Ourense con *La Región*, cuentan con este tipo de periódicos, fundados en este caso a principios del siglo XX. Sin duda, todo esto evidencia la solera y tradición de la prensa local gallega. Se trata de publicaciones con gran incidencia sobre sus respectivas provincias, que coinciden en defender unos valores conservadores muy moderados vinculados a la Restauración (Veiga Taboada, 2002: 162). Solo *La Voz de Galicia* se sale de este radio local, al haberse convertido desde los años 60 en un periódico que llega a toda Galicia y, por ende, en el diario regional por excelencia. Desde la década de los ochenta este periódico inicia su conversión en grupo multimedia, propiciando el posterior nacimiento de la Corporación Voz, que incluye empresas de radio y televisión.

En el plano audiovisual español resulta más notable la relación de los medios con corporaciones internacionales, pero no así en el gallego. España dispone de una radiotelevisión pública nacional, RTVE, así como de numerosos entes de radio y televisión públicos a escala autonómica. Sin embargo, estos medios se encuentran muy cuestionados en cuanto a credibilidad, lo que aúpa a las empresas privadas a ser número uno de audiencias. Si en la radio la líder es la Cadena Ser, perteneciente al grupo Prisa, el mercado televisivo se encuentra copado por dos grupos, A3Media y Mediaset. El primero de ellos es propiedad del español grupo Planeta, pero con importante parte del accionariado (19,17%) en manos del conglomerado alemán Bertelsmann. En el caso de Mediaset, su dueño es el grupo financiero Mediaset-Fininvest de Berlusconi, uno de los principales entes mediáticos de Europa.

En Galicia, sin embargo, el medio público regional, encarnado por la CRTVG, tiene más audiencia que su único competidor a nivel gallego, el Grupo Voz, que cuenta con V Televisión y Radio Voz. CRTVG es una de las corporaciones públicas de radiodifusión con mayor audiencia del país, pero esto no evita que se vea superada por medios españoles. Así, en términos absolutos son cadenas de Madrid -Cadena Ser en radio y Telecinco en televisión- las que obtienen una mayor difusión en Galicia, lo que no ocurre en la prensa, que cuenta con *La Voz de Galicia* y *Faro de Vigo* como líderes.

El sistema de medios que se acaba de exponer se enfrenta en su día a día a la necesidad de narrar las actuaciones de la Unión, un sujeto político distante y complejo, que como hemos visto antes es difícil de comunicar. Una investigación de la Association of European Journalists, dirigida por el profesor Díaz Nosty, sobre el tratamiento de los asuntos comunitarios en los medios de comunicación del continente –también llevada a cabo en la década de 1990– concluye que sus características son las siguientes:

“Inexistencia de un discurso periodístico definido común en los países de la Unión, ausencia de una política institucional eficaz, localismo o introspección nacional, sobreabundancia de informaciones polarizadas en torno a aspectos económicos durante largos períodos de tiempo (...) presentación de lo europeo en claves de lejanía y extraterritorialidad” (Sotelo González, 2004: 432).

Estas características se reproducen en España. De acuerdo con una investigación propia⁸, lo más habitual en nuestro país es el género de la noticia y las fuentes oficiales, lo que demuestra un escaso grado de profundización. Estos elementos sirven para construir enfoques principalmente neutrales, acompañados de una preocupación por las cuestiones económicas. Es en el marco de una crisis económica cuando más se habla de la UE. En Galicia, las menciones a la Unión van más acompañada de referencias a la agricultura y la pesca, por lo que no aparecen tanto en la sección de Internacional, sino en la de asuntos internos. *La Voz de Galicia* cuenta con una corresponsal asentada en Bruselas, Cristina Porteiro, algo que solo ocurre con la prensa vasca y catalana. Igual sucede en televisión: la CRTVG tiene corresponsal en Bruselas con la periodista Sabela Romar, algo que solo tienen las corporaciones públicas de radiodifusión autonómicas de Cataluña y País Vasco, mientras que otras, como Andalucía, acaban de eliminar recientemente su presencia en la capital comunitaria.

A pesar de que la información que se realice pueda ser considerada poco especializada desde el punto de vista periodístico, existe una predisposición en nuestra comunidad a informar más de la Unión que en otras regiones españolas, probablemente porque Galicia tiene mayores intereses en políticas que dependen directamente de la UE, al ser sus competencias exclusivas, como la cohesión, la agricultura y la pesca.

4. La presencia institucional de Galicia en Europa

La presencia de Galicia ante la Unión Europea se canaliza a través de la Fundación Galicia Europa, con una oficina en Santiago de Compostela y otra en Bruselas, formando parte esta última parte de las cerca de 300 representaciones regionales

establecidas en la capital comunitaria. La FGE tiene el mandato por la Xunta de Galicia para ejercer la representación autonómica gallega ante las instituciones y órganos de la UE, siguiendo las directrices del Gobierno autonómico y respetando los principios de unidad de acción exterior del Estado.

La FGE se define como un ente instrumental del sector público autonómico, creado en 1988 con el fin de promover todas las acciones que propicien el acercamiento entre Galicia y Europa. Participada por diversas entidades públicas y privadas gallegas, la Fundación está vinculada funcionalmente a la Dirección Xeral de Relacións Exteriores e coa UE de la Vicepresidencia y Consellería de Presidencia, Administraciones Públicas e Xustiza de la Xunta de Galicia. En la actualidad, el patronato de la Fundación está compuesto por la Xunta de Galicia, ABANCA, el Consorcio Zona Franca de Vigo, la Diputación de A Coruña, la Diputación de Lugo y la Agencia Gallega de Innovación (GAIN). Dos ellos -Xunta de Galicia y ABANCA, antigua CaixaGalicia- son fundacionales, mientras que el resto de miembros han ido variando a lo largo de las tres últimas décadas. En su último año con datos cerrados (2016), la FGE contó con un presupuesto de funcionamiento de 736.752 euros. Según su memoria anual⁹, este dinero sirvió para financiar actividades que beneficiaron a casi 33000 personas. La Fundación participó además en 16 eventos del Comité Europeo de las Regiones (CdR) en los que Galicia formó parte, organizó 7 visitas institucionales a la capital comunitaria e intervino en 12 foros de debate en Bruselas.

En la actualidad, Galicia es la única comunidad autónoma, más allá de las ciudades de Ceuta y Melilla, que no cuenta con una delegación de gobierno directa en Bruselas, sino que su representación corre a cargo de una fundación. Sin embargo, no se trata de una fórmula nueva. La idea de crear patronatos para Europa que aunaran intereses públicos y privados viene de Cataluña, que creó el pionero Patronato Catalán pro Europa. Otras comunidades desarrollaron también desarrollaron fundaciones para asuntos europeos, pero la única que ha pervivido hasta la actualidad es la FGE. Galicia fue además de las primeras en abrir oficina regional en Bruselas, en un momento (1988) en el que no estaba muy claro la función que iban a desempeñar estos entes. Ahora tienen ya una función consolidada de lobby para hacer llegar sus intereses regionales a la UE y representan a las comunidades en los foros europeos, siempre dentro de la unidad de acción exterior del Estado.

El hecho de constituir una fundación, y no una delegación de gobierno, supone a priori una menor dependencia política para realizar la función de lobby, de presión en pro de los intereses de Galicia, para la cual la Fundación se reúne con grupos públicos y privados, así como con los eurodiputados gallegos en el Parlamento Europeo. Desde 2008 con la crisis económica la FGE ha visto diezmado su personal, pasando de las 20 personas a las 10 entre sus dos oficinas. Esto obliga a hacer más con menos, una tesitura en la que se encuentran la mayoría de las oficinas regionales en Bruselas.

A lo largo de sus casi 30 años de historia, el trabajo de la Fundación se ha centrado en la defensa de los intereses de Galicia ante la Unión Europea, la divulgación de información y la sensibilización sobre la UE en Galicia, y en la promoción de la participación gallega en proyectos europeos. Es en el ámbito de la divulgación y sensibilización donde la FGE aplica su política comunicativa, a la que dedicamos un apartado. Estas son las acciones de la FGE en los otros dos ámbitos de actuación:

-Defensa de los intereses de Galicia ante la UE. La defensa de los intereses regionales ante las instituciones europeas se cimienta en la labor de la oficina de la FGE en Bruselas. Esta se encarga de realizar el seguimiento de las políticas comunitarias, con el fin de informar en una fase temprana a la Xunta de Galicia y al resto de actores interesados en Galicia de la normativa y recomendaciones adoptadas a nivel comunitario de interés para la comunidad. La Fundación apoya la participación de Galicia en los órganos europeo, principalmente a los miembros gallegos del Comité de las Regiones (CdR) desde su creación en 1994, así como asistencia a la participación gallega en los comités consultivos de la Comisión Europea y en el Consejo de la UE, desde el acuerdo con el Estado español de 2005 para la participación de las CCAA en cuatro de sus formaciones. La oficina de la FGE en Bruselas presta asesoramiento técnico y logístico a los participantes gallegos en estos foros, a la vez que lleva a cabo un seguimiento del sistema de participación para asegurar buenos resultados.

La Fundación organiza visitas de responsables políticos y técnicos gallegos a la capital comunitaria, diseñando sus agendas de forma que la visita resulte lo más útil posible para sus objetivos. Se organizan asimismo foros de discusión donde se resaltan los intereses de Galicia, como la Política de Cohesión o la Política Pesquera Común. Además, la FGE pone en marcha estrategias para defender los intereses gallegos en los debates de mayor incidencia para Galicia. Por ejemplo, en este 2017 lidera un grupo de trabajo de la Comisión del Arco Atlántico (CAA), adscrita a la Conferencia de Regiones Periféricas y Marítimas (CRPM), para analizar la incidencia del Brexit en las regiones atlánticas.

Por su parte, la última pata de la defensa de intereses gallegos es el desarrollo de diferentes actividades culturales en Bruselas y en otras partes de Europa con el fin de dar a conocer nuestra comunidad. La más destacada es la jornada de puertas abiertas del CdR, en el que ciudadanos de todo el mundo pueden saber más de las regiones de Europa, un evento en el que la FGE ha participado durante la última década.

-Promoción de la participación gallega en proyectos europeos. La FGE, en aras del desarrollo económico y social de Galicia, promueve la participación de entidades gallegas (con especial atención a pymes) en proyectos europeos a través del asesoramiento técnico sobre las posibilidades de financiación comunitaria de los proyectos, ayudando también a la búsqueda de socios a escala europea. Para ello, la Fundación publica en su web convocatorias por temas en el marco de financiación comunitaria, así como anuncios para la búsqueda de socios. Los entes gallegos también pueden hacer llegar sus anuncios.

La FGE organiza también cursos de elaboración y gestión de proyectos europeos en Galicia, entre los que sobresale el TecEuropa, un programa de especialización en materia de financiación comunitaria que desde 2015 celebra sesiones conjuntas en Santiago de Compostela y en Bruselas para el público gallego interesado. Para más información la Fundación cuenta con una extensa guía sobre financiación comunitaria accesible en su web.

Por otro lado, existe la posibilidad de participación de la FGE en el consorcio promotor de un proyecto en aquellos que sean de interés para la consecución de los objetivos de la

propia Fundación. Además, la sala de conferencias de la FGE en Bruselas sirve de cara a reuniones de las entidades gallegas con sus socios europeos y para organizar actos de difusión de resultados de los proyectos, lo que es un requisito indispensable en la mayor parte de ellos.

5. La política comunicativa de la Fundación Galicia Europa

La política comunicativa de la Fundación Galicia Europa se centra en informar sobre la Unión Europea en Galicia, así como formar y sensibilizar sobre Europa en nuestra comunidad. La comunicación es uno de los ejes centrales de la labor de la FGE, puesto que es requisito indispensable para poder defender los intereses gallegos en la toma de decisiones a nivel comunitaria, permitiendo además a las entidades gallegas participar en programas de financiación comunitaria gracias a su conocimiento¹⁰. La cercanía con las instituciones europeas provoca que esta actividad se realice principalmente desde la oficina de Bruselas. El destinatario de esta información es toda la sociedad gallega, prestando especial atención a los miembros de su patronato.

La partida de comunicación, compuesta por formación y sensibilización e información de la UE en Galicia, constituye el 33% del presupuesto de la FGE, lo que supone su cuantía más elevada. En cuanto a resultados, en 2016 esto se plasmó en que 500 personas participaron en actividades de formación y sensibilización sobre la UE en Galicia, la Fundación consiguió más de 3500 seguidores en redes sociales y publicó más de 250 noticias en la web, además de dar difusión de 164 convocatorias y 40 búsquedas de socios para participar en proyectos¹¹.

Desde 2007, la información se canaliza a través de un portal web, llamado a ser referente en la relación entre Galicia y Europa y que publica todo su contenido en las dos lenguas oficiales (gallego y castellano). La web recoge noticias de la UE, noticias de la FGE-Galicia y un resumen diario de prensa gallega e internacional. Además, la Fundación envía un boletín electrónico cada 15 días a más de 1.300 suscriptores - conocido como Boletín Galicia Europa-, en el que aparecen las últimas noticias, convocatorias y búsquedas de socios para proyectos europeos publicadas en el portal. La necesidad de crear una web exclusiva procede del amplio campo de temas de la UE que son de interés para Galicia. Una página propia permite recoger las noticias elaboradas por la propia Fundación en los dos idiomas, dividir las por ámbitos (FGE-Galicia y genéricas UE), y a su vez categorizarlas por temas. La FGE publica al menos una noticia diaria, lo que se ve acompañado de apartados especiales en su web para publicar informaciones sobre temas candentes y recoger lo que dicen los medios de comunicación al respecto. En 2016 y 2017 esta sección especial se dedica al Brexit.

Independientemente de la web, que recoge las noticias que elabora la FGE, el trabajo comunicativo de la Fundación se articula también a través de notas de prensa publicadas por la Xunta de Galicia mediante el departamento de Vicepresidencia e Consellería de Presidencia, Administraciones públicas e Xustiza, al que se adscribe orgánicamente la FGE. Estas notas suelen tener su reflejo en la prensa gallega. Por su parte, las redes sociales desempeñan un papel primordial en la comunicación de nuestros días, de ahí que la Fundación tenga cuentas en Twitter y LinkedIn, a lo que suma página en Facebook. Los perfiles de Twitter y Facebook sirven para compartir las noticias que publica la FGE, además de convocatorias, propias o externas, que pueden resultar de

interés, especialmente para el público joven, que constituye el principal mercado potencial. LinkedIn, por su carácter profesional, se utiliza para tejer una red de contactos de figuras relevantes para Galicia en términos europeos, así como para hacer llegar convocatorias de formación, como el programa de especialización en materia de financiación comunitaria TecEuropa.

Otra de las principales herramientas para la información sobre la UE en Galicia es la publicación de obras sobre asuntos comunitarios en lengua gallega, lo que se lleva a cabo desde la oficina de Santiago de Compostela. La FGE ha editado varias colecciones: “Encuentros Galicia-CEE” y monografías como “Europa en la práctica”; además sobresalen “Normativa Comunitaria”, que recoge todos los tratados de la Comunidad Europea en lengua gallega, incluida una edición del Tratado de Lisboa comentada por especialistas del sector académico, y “Textos básicos de la UE”, donde aparecen algunos de especial importancia como diversos Libros Blancos de la Comisión Europea. A todo ello se suman dos guías prácticas dirigidas al público gallego: Guía de Financiación Comunitaria 2014-2020 y Guía de salidas laborales en la Unión Europea y organizaciones internacionales, dirigidas a las empresas gallegas y a los jóvenes, respectivamente.

Como hemos comentado, la Unión Europea ha desarrollado claramente un sistema político, dotado de poder legislativo (Parlamento Europeo y Consejo), ejecutivo (Comisión) y judicial (Tribunal de Justicia de la UE). Este modelo tiene una legitimidad democrática mediante la celebración de elecciones al Parlamento Europeo cada cinco años. Todo sistema democrático requiere de la existencia de una opinión pública como método para que sus ciudadanos puedan tomar decisiones con conocimiento de causa. Sin embargo, la multiplicidad de países que componen la Unión y la falta de preocupación por las cuestiones comunitarias ponen en tela de juicio la existencia de este elemento, aspecto que se trata de combatir a través de la comunicación.

La política comunicativa de la FGE trata de cumplir uno de los objetivos prioritarios de la Unión Europea, que *“es darse a conocer y hacerse accesible a los ciudadanos de los distintos Estados que en la actualidad la conforman”* (García Gordillo, 2004: 445), lo que quedó especialmente de manifiesto en la Declaración de Laeken sobre el futuro de la Unión en 2001. La UE pretende dar así carta de la naturaleza a la noción de ciudadanía europea, que aparece por primera vez con el Tratado de Maastricht (1992). Para ello recurre a la idea de Esfera Pública Europea (EPS en sus siglas en inglés). Esta Esfera Pública Europea consiste en *“un espacio de conversación y deliberación entre ciudadanos que persiguen el interés general, un espacio en el que se oponen diferentes lógicas y que es fundamental para la construcción del vínculo democrático”* (Torres López y Nair, 2013: 15), esto es, un espacio europeo de debate, un principio afirmado por Habermas que recogen estos autores. Sin embargo, este concepto implica una renuncia por parte de las instituciones comunitarias, ya que una esfera pública se sitúa en un estadio anterior a la opinión pública. La existencia de la esfera colectiva, de un espacio para el debate ciudadano, es condición sine qua non para el desarrollo de una opinión pública concienciada sobre Europa en Galicia, algo que la FGE reconoce en plan de actuaciones anual. Desde las instituciones comunitarias, la concepción de la Esfera Pública Europea se basa en dos asunciones: esta esfera necesita la disponibilidad de información sobre la UE en los medios nacionales y en la premisa de que todos los

ciudadanos de la Unión son miembros de la Esfera Pública Europea (Baisnée, 2007: 493).

A pesar de que se encuentra en una escala anterior, son varios los autores que niegan incluso la existencia de la Esfera Pública Europea. Schlesinger y Habermas defienden este concepto, pero Baisnée afirma que esta idea es una mera construcción comunitaria, que se halla “*estrechamente ligada a un proceso histórico e institucional que promovió la información de la UE y la opinión pública europea como aspectos centrales de la Unión Europea*” (2007: 494). La construcción de una esfera pública a dimensión europea es por el momento imposible, ya que espacio comunicacional comunitario “*se encuentra fragmentado en subespacios nacionales que corresponden a los grupos europeos de periodistas*” (ibídem, 495).

La dificultad para articular una conversación ciudadana europea “*estriba en la circunstancia de que la unidad europea no parece ser un tema que concite el interés, y por tanto la atención, predominantes de los europeos de hoy*” (Pérez Díaz, 1994: 16). A pesar de una cierta resignación sobre la creación de un espacio público europeo, la Unión Europea ha otorgado un papel relevante a la comunicación en su proceso de construcción. Esto explica por qué “*el primer servicio de prensa de la Unión Europea fue establecido tan pronto como las instituciones fueron establecidas*”, funcionando “*mucho más para realizar una labor propagandística a favor de Europa que para proporcionar un servicio informativo sobre ella*” (Lloyd y Marconi, 2014: 24). Esta necesidad procede del convencimiento de que la comunicación es fundamental para superar los límites materiales de la UE, puesto que la falta de una Esfera Pública Europea alimenta el problema de déficit democrático que sufre la UE y dificulta el desarrollo de una opinión pública europea. En aras de superar ese objetivo, recurre a dos herramientas, el servicio de prensa que acabamos de citar y el Eurobarómetro.

El servicio de prensa de la UE, entendido como los departamentos de información de sus instituciones, sigue las fórmulas de un gabinete de comunicación institucional clásico. Esto significa que produce informaciones para que sean replicadas por los medios de los distintos países, con un objetivo claramente político de fortalecer el proyecto europeo. Esta actuación, desde la época de la Alta Autoridad Europea entre 1951 y 1965, recibió importantes críticas, principalmente de Francia, que convirtió a la política comunicativa comunitaria en uno de los puntos para su retorno las instituciones europeas durante la “*crisis de la silla vacía*” en 1965. Desde entonces, y a pesar de ciertas reticencias de los Estados miembros, la política de comunicación se ha consolidado como un instrumento de la UE.

Lo que hace el departamento de comunicación de la FGE es replicar las fórmulas del tradicional servicio de prensa en la UE, hoy convertido en la Dirección General de Comunicación de la Comisión Europeo. El objetivo es desarrollar la Esfera Pública Europea, en este caso a escala regional de Galicia, para lo cual la FGE también desarrolla un trabajo de campo con la ciudadanía gallega. Desde la oficina de Santiago de Compostela, se impulsa la organización de cursos, jornadas y seminarios relacionados con la Unión Europea, para lo cual se colabora con diversas entidades gallegas (universidades, diputaciones, Xunta de Galicia, Instituto de Estudios Políticos y Sociales...), buscando expertos y ponentes del ámbito comunitario. La gestión de proyectos europeos o la reflexión sobre el futuro del proceso de construcción europea

son algunos de los temas abordados en estos actos. Una fecha clave para sensibilizar sobre estos asuntos es el día de Europa (9 de mayo), en el que la Fundación organiza un evento con expertos comunitarios. Además, la visita de colectivos gallegos a Bruselas con el objetivo de conocer las instituciones europeas es frecuente, aprovechando la FGE para explicarles el funcionamiento de la Unión y qué papel tiene Galicia en él.

Por otro lado, es muy reseñable que más de 420 personas se han beneficiado de algunas de las modalidades de becas de formación concedidas por la FGE, ya sea para la realización de prácticas en sus oficinas de Santiago y Bruselas, de visitas de formación o de las antiguas ayudas para cursos de postgrado sobre la UE y prácticas en las instituciones europeas. Estas becas han servido durante los últimos 30 años para aumentar el grado de concienciación sobre Europa entre la juventud gallega.

6. Conclusiones

La UE es una comunidad política de extraordinaria relevancia para la vida de los europeos y, por tanto, también de los gallegos. Es el hecho de que sea un ente político, basado en principios democráticos, lo que obliga a que la información sea el método para que sus ciudadanos adopten decisiones. Sin embargo, la propia complejidad del sistema institucional de la Unión y la idea de lejanía con la que es plasmada provocan que la imagen de esta institución se vea distorsionada. Según las fuentes consultadas, el periodismo practicado con la UE es mejorable, al estar caracterizado por fórmulas muy poco especializadas.

En el caso de la prensa española, esto se ve acentuado por su escasa tradición liberal. Además, los medios de nuestro país carecen, con contadas excepciones, de vínculos internacionales, lo que incide en una falta de cobertura de los asuntos europeos. Galicia además es paradigmática en esto, al ser la prensa local líder en sus respectivas provincias. Sin embargo, los medios gallegos parecen estar más implicados que la mayoría de los regionales en España. Así, tanto la Voz de Galicia como la CRTVG, en el ámbito de la radiodifusión, tienen corresponsales en Bruselas.

Las instituciones europeas son conscientes de que esta baja calidad de la información refuerza la sensación de “déficit democrático” que siempre se ha achacado a la UE. Por ello, en 2001 reforzó su política de comunicación estableciendo sus objetivos en esta materia mediante la Declaración de Laeken. La FGE, entidad responsable de la representación de Galicia ante la Unión, es consciente desde su creación a finales de la década de los 80 de esta necesidad. Prueba de ello es que la comunicación es su mayor área de inversión, todo en aras de convertir a la Fundación en el nodo de contacto entre nuestra comunidad y Europa.

En 2007 esta labor comunicativa se reforzó con la creación de un portal web que produce sus contenidos de forma simultánea en gallego y castellano, y que se vio reforzado posteriormente por el empleo de redes sociales. Además, la Fundación también se sirve de medios clásicos, como las notas de prensa, y de otros que buscan implicación de la juventud, caso de los seminarios y becas de formación. El objetivo final es acercar el proyecto europeo a la ciudadanía gallega. La FGE es, por tanto, consciente del papel que las propias instituciones deben jugar en comunicar Europa.

En conclusión, la UE demuestra ser más importante comunicativamente para Galicia que para otras comunidades autónomas, como demuestra la presencia de corresponsales en Bruselas de medios gallegos y la propia existencia de la FGE. Esto viene motivado porque Galicia se encuentra particularmente afectada por políticas que dependen directamente de la Unión, como la agricultura y la pesca. Por su parte, el modelo de fundación para la representación de los intereses autonómicos constituye hoy en día una excepción, que sin embargo permite centrarse más en la información que lo que lo haría una eventual delegación de la Xunta en la capital belga. Su política de comunicación, que combina una constante presencia en redes con el trabajo a pie de campo con la ciudadanía gallega, podría ser considerada un modelo y replicada por otros entes sociales del tejido productivo de Galicia, como las universidades. Solo si los distintos actores con influencia en el territorio comunican Europa podrá verse cumplido el objetivo informativo de la UE, y el de la propia FGE.

7. Referencias bibliográficas

-Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. *Estudio General de Medios abril 2016 a marzo 2017*.

-BAISNÉE, Oliver: “The European Public Sphere Does Not Exist (At Least It’s Worth Wondering...)”. *European Journal of Communication*, nº22 (4), 2007, pp.493-503.

-BARRERA, Carlos (coord.): *Historia del periodismo universal*. Barcelona, Ariel, 2008.

-BORRAT, Héctor: *El periódico: actor político*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili SA, 1989.

-CONTRERAS GARCÍA, Delia: *Análisis del tratamiento periodístico de las negociaciones de Maastricht en la prensa española*. (Tesis doctoral). Dirigida por Francisco Esteve Ramírez. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 1996.

-GARCÍA GONZÁLEZ, Aurora: *Historia de la empresa de La Voz de Galicia (1939-1992)*. Monterrey, LibrosenRed, 2009.

-GARCÍA GORDILLO, María del Mar: “La imagen de la Unión Europea en la prensa nacional”, en AA.VV. (coord. por Carlos Sanz Establés, Joaquín Sotelo González y Ángel Luis Rubio Moraga) *Prensa y periodismo especializado II*. Guadalajara, Editores del Henares, 2004, pp.445-456.

-GARCÍA GORDILLO, María del Mar: “La información política electoral: la campaña a las elecciones al Parlamento Europeo. Un estudio de caso en la prensa tradicional y digital”, en AA. VV. (coord. por Juan José Fernández Sanz y Ángel Luis Rubio Moraga) *Prensa y periodismo especializado V*. Guadalajara, Editores del Henares, 2012, pp.73-86.

-FUENTES, Juan Francisco y FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, Javier: *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid, Síntesis, 1998.

- FUENTES ROMERO, Emilio: *Prensa y Educación en el proceso de integración europea*. (Tesis doctoral). Dirigida por Juan Antonio García Galindo. Málaga, Universidad de Málaga, 2003.
- Fundación Galicia Europa. *Memoria de actividades FGE 2016*.
- Fundación Galicia Europa. *Plan de actuación 2017*.
- GÓMEZ-CHACÓN, Inés María: *Identidad europea: individuo, grupo, sociedad*. Bilbao, Universidad de Deusto, 2003.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís: “Historia de la Comunicación e historia del Periodismo: enfoques teóricos y metodologías para la investigación”, en MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (coord.) *Para investigar la comunicación*. Madrid, Tecnos, 2008.
- GONZÁLEZ LAXE, Fernando: “Los nuevos espacios regionales en una Europa policéntrica: una visión desde Galicia”. *Criterios, res publica fulget: revista de pensamiento político y social*, nº5, 2005, pp.81-102.
- LLOYD, John Edward y MARCONI, Cristina: *Reporting the EU: news, media and the European institutions*. Londres, I.B. Tauris, 2014.
- LÓPEZ, Elizabet: *Periodismo y poder político: liderazgo y opinión pública en la construcción de la Unión Europea*. Madrid, Dykinson, 2012.
- MORATA, Francesc: *La Unión Europea: procesos, actores y políticas*. Barcelona, Ariel, 1999.
- NOVOA, Adrián: “Un organismo diseñado como grupo de presión: la Fundación Galicia Europa en Bruselas”. *Pesca Internacional: revista mensual bilingüe del sector pesquero = Monthly bilingual fishing journal*, nº35, 2003, pp.48-49.
- PORTILLO SÁNCHEZ, Maricela: “Opinión pública y democracia. Dos miradas el modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann”. *Razón y palabra*, nº18, 2000.
- REIG GARCÍA, Ramón: *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Sevilla, Gedisa, 2011.
- RIVAS-DE-ROCA, Rubén: “Ética para las imágenes periodísticas: estudio de las portadas de El País y El Mundo en el atentado de Charlie Hebdo”. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, nº30, 2015.
- RIVAS-DE-ROCA, Rubén: *Tratamiento informativo de la UE: la prensa en Alemania, Reino Unido, Francia y España (2011-2015)*. (Trabajo de Fin de Máster). Dirigida por Julio Ponce Alberca. Sevilla, Universidad de Sevilla, 2016.

-RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Dositeo: “Las Comunidades Autónomas y Europa”, en AA.VV. (coord. por Jorge Pueyo Losa y María Teresa Ponte Iglesias) *La actividad exterior y comunitaria de Galicia: la experiencia de otras Comunidades Autónomas*. Santiago de Compostela, Fundación Alfredo Brañas, 1997, pp.359-366.

-ROJO, Argimiro y FRAGA IRIBARNE, Manuel: *La regionalización del Estado en la Europa Comunitaria*. Santiago de Compostela, Fundación Galicia Europa, 1991.

-SOBRINO HEREDIA, José Manuel: *La acción exterior de las Comunidades Autónomas. Especial Referencia a Galicia*. Santiago de Compostela, Ed. Fundación Galicia-Europa, 2001.

-SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín: “La información sobre la Unión Europea como objeto de especialización periodística”, en AA.VV. (coord. por Carlos Sanz Establés, Joaquín Sotelo González y Ángel Luis Rubio Moraga) *Prensa y periodismo especializado II*. Guadalajara, Editores del Henares, 2004, pp.427-436.

-SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín: “El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea”, en AA.VV. (coord. por Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga) *Prensa y periodismo especializado IV, vol.2*. Guadalajara, Editores del Henares, 2009, pp.139-148.

-TORRES LÓPEZ, Juan y NAÏR, Sami: “Sobre la posibilidad de una Esfera Pública Europea. Conversación entre Juan Torres y Sami Naïr”. *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, nº10, 2013, pp.15-34.

-VAN DALEN, Arjen; ALBAEK, Erik y DE VREESE, Claes: “Suspicious minds: Explaining political cynicism among political journalists in Europe”. *European Journal of Communication*, nº26 (2), 2011, pp.147-162.

-VEIGA TABOADA, Manuel: “Unha lectura histórica do "Faro de Vigo" desde a actualidade”. *Estudios de comunicación*, nº1, 2002, pp.161-169.

¹ PORTILLO SÁNCHEZ, Maricela: “Opinión pública y democracia. Dos miradas el modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann”. *Razón y palabra*, nº18, 2000: 10.

² FUENTES ROMERO, Emilio: *Prensa y Educación en el proceso de integración europea*. (Tesis doctoral). Dirigida por Juan Antonio García Galindo. Málaga, Universidad de Málaga, 2003: 86.

³ SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín: “El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea”, en AA.VV. (coord. por Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga) *Prensa y periodismo especializado IV, vol.2*. Guadalajara, Editores del Henares, 2009: 142.

⁴ LÓPEZ, Elizabet: *Periodismo y poder político: liderazgo y opinión pública en la construcción de la Unión Europea*. Madrid, Dykinson, 2012: 36.

⁵ El informe De Clercq fue un estudio que la Comisión encargó en diciembre de 1992 a un grupo de expertos, dirigido por el presidente de la comisión de relaciones económicas exteriores del Parlamento

Europeo Willy De Clercq, con el objetivo de conocer el alcance de la política de información y comunicación de la UE. Además, el informe proponía recomendaciones para su mejora.

⁶ REIG GARCÍA, Ramón: *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Sevilla, Gedisa, 2011: 45.

⁷ REIG GARCÍA, Ramón: *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Sevilla, Gedisa, 2011: 48.

⁸ RIVAS-DE-ROCA, Rubén: *Tratamiento informativo de la UE: la prensa en Alemania, Reino Unido, Francia y España (2011-2015)*. (Trabajo de Fin de Máster). Dirigida por Julio Ponce Alberca. Sevilla, Universidad de Sevilla, 2016: 94

⁹ Fundación Galicia Europa. *Memoria de actividades FGE 2016*: 7.

¹⁰ Fundación Galicia Europa. *Plan de actuación 2017*: 2.

¹¹ Fundación Galicia Europa. *Memoria de actividades FGE 2016*: 7.