

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO



TRABAJO FIN DE GRADO

**LA UNIÓN EUROPEA Y LA COMUNICACIÓN:
La Política de Comunicación de la Unión Europea
Un caso práctico: información de la UE en los diarios
*El País y El Mundo***

Realizado por:
Alexandra Domínguez Mesa

Dirigido por:
Dra. María del Mar García Gordillo

ÍNDICE:

1. RESUMEN.....	3
2. PALABRAS CLAVE.....	3
3. INTRODUCCIÓN	3
4. OBJETIVOS	4
5. METODOLOGÍA	5
6. INVESTIGACIÓN.....	5
6.1 MARCO TEÓRICO: LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA	5
6.1.1 Orígenes de la Política de Comunicación de la Unión Europea.....	6
6.1.2 Evolución de la Política de Comunicación.....	8
6.1.3 Transparencia	11
6.1.4 Actual Política de Comunicación.....	12
6.1.5 Oficinas y delegaciones de la UE.....	17
6.1.6 Producción informativa y documentación.....	18
6.1.7 El caso de EURONEWS	19
6.1.8 La UE en Internet	21
6.1.9 Identidad europea	24
6.2 UN CASO PRÁCTICO: INFORMACIÓN DE LA UE EN LOS DIARIOS DE EL PAÍS Y EL MUNDO	27
6.2.1 Cotejo entre los intereses informativos de Bruselas y los medios de comunicación analizados.....	52
7. CONCLUSIONES	54
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
9. ANEXO.....	59
9.1 Tabla empleada para el análisis de los textos de la UE en los diarios de <i>El País</i> y <i>El Mundo</i>	59
9.2 Ejemplos de tablas completas con los datos de dos análisis concretos: <i>El País</i> 15/01/2015 y <i>El Mundo</i> 20/01/2015.....	60
9.3 Resultados del análisis de los diarios <i>El País</i> y <i>El Mundo</i>	64
9.4 Contactos de interés	70
9.5 Entrevista.....	70
9.6 Glosario de términos especializados	72

1. RESUMEN

Las decisiones aprobadas en el seno de la Unión Europea repercuten directamente en el día a día de todos sus ciudadanos. Aunque se trata de una institución en la lejanía física, las medidas adoptadas en Bruselas afectan a la más inmediata cercanía de todos los europeos. Un pueblo costero gaditano cuya producción se basa en la pesca debe de mirar hacia la Unión Europea. Un grupo de agricultores de la sierra extremeña debe mirar hacia la Unión Europea. En realidad, todos debemos mirar hacia ella.

Sin embargo, a pesar de su implicación directa sobre nuestro quehacer cotidiano, la mayoría de los ciudadanos no sienten próxima la institución europea. La imagen que guardan de ella se corresponde a la de una macroestructura burocrática que tiene más que ver con los gobiernos y los intereses económicos que con los ciudadanos y los intereses sociales. Los datos del último sondeo de opinión publicados por el Eurobarómetro señalan una merma del sentimiento europeo en los ciudadanos. De hecho, ha disminuido en quince Estados miembros en relación con 2009. Concretamente, se ha detectado esta tendencia en algunos de los países más afectados por la crisis, como Grecia, España, Italia, Portugal y también Francia. Además, un 52% asegura no confiar en las instituciones europeas, frente al 40% de 2009. También un 54% en 2014 frente a un 41% en 2009 considera que el Parlamento Europeo no tiene suficientemente en cuenta sus preocupaciones.¹

2. PALABRAS CLAVE

Unión Europea - comunicación - información - especialización - Periodismo - medios de comunicación - ciudadanía europea.

3. INTRODUCCIÓN

Esta investigación versa sobre la Unión Europea y la comunicación, en concreto sobre dos aspectos claves: la comunicación desde la Unión hacia el exterior, a través, en este caso, del estudio de su política comunicativa; y en segundo lugar, desde los medios de comunicación como intermediarios que recogen y difunden esta información. En definitiva, se trata de comprobar si la comunicación tanto desde la propia UE, como desde los medios de comunicación, cumple con sus objetivos: la defensa del proyecto europeo.

A pesar de la importancia manifiesta y la repercusión directa de la Unión Europea sobre nuestra cotidianeidad, la mayoría de los ciudadanos ignoran esta realidad europea que tantos efectos positivos puede tener sobre la sociedad. Ante esta falta de empatía y desconocimiento de la UE, entre otros motivos, aspectos de la comunicación y la

¹European Parliament. Directorate-General for Communication. Public Opinion Monitoring Unit (2014). Estudio post-electoral EE 2014. Elecciones Europeas de 2014. Síntesis analítica. http://www.europarl.es/es/parlamento_europeo/eurobarometro.html [10/06/2015]

información pueden formar parte de este problema; y también parte de la solución que acabe con el distanciamiento entre la institución comunitaria y la población. No cabe duda que, a pesar de los esfuerzos de la Unión por acercarse a sus ciudadanos, algún elemento de la cadena informativa está fallando. Precisamente esta comunicación pretende ahondar en ello.

4. OBJETIVOS

El principal objetivo que persigue este estudio es analizar las características de la comunicación europea, atendiendo a dos orígenes concretos: la propia institución como generadora de información y los medios de comunicación como intermediarios con los ciudadanos. De este modo, podremos conocer los problemas de esta especialización periodística, sus faltas y carencias, las oportunidades de mejora, así como también las ventajas y fortalezas de la información comunitaria.

Esta investigación pretende constatar la trascendencia que tienen la comunicación y la información sobre la conciencia y la construcción de cualquier realidad, en este caso, de la Unión Europea. La esfera comunitaria es un ámbito que, a pesar de su repercusión directa sobre nuestro día a día, es muy ignorado por los ciudadanos. Desde los niveles educativos más elementales hasta algunos más especializados como los propios universitarios, incluso sorprendentemente en la Facultades de Comunicación. Por lo tanto, resulta necesaria una formación concreta sobre los asuntos comunitarios, ya que también pertenecen a nuestro contexto más directo.

Entre algunos de los principios hipotéticos que han originado este estudio podemos señalar que:

- La Unión Europea es una realidad desconocida para la mayoría de los europeos.
- Las instituciones europeas aparecen en la sociedad como organismos ajenos y alejados de los ciudadanos, ensimismados en los aspectos más económicos y olvidando los asuntos políticos, culturales y sociales que nos unen.
- La política de comunicación de la UE se relaciona con términos complejos, opacos y burocráticos, tal y como la propia institución.
- La información comunitaria resulta muy compleja, con numerosos términos especializados y contenido demasiado burocrático que dificultan la comprensión de los asuntos europeos.
- Además, junto a las peculiaridades de las instituciones comunitarias, existe una escasa formación especializada de los periodistas sobre la UE. Por lo que esto agrava aún más la acusada lejanía de estas instituciones.

Por lo tanto esta comunicación tratará de estudiar la veracidad o falsedad de estas hipótesis, sus características, sus causas y consecuencias, así como sus posibles soluciones.

5. METODOLOGÍA

La metodología empleada en esta investigación sobre la Unión Europea y la comunicación consta de varios apartados, en total correlación unos con otros. En primer lugar, como paso previo, han sido necesarios la formación y el estudio minucioso del asunto en cuestión, tanto de la política de comunicación de la UE, como de la información comunitaria como objeto de especialización periodística en los medios de comunicación. Para ello, durante los tres primeros meses de esta investigación (enero, febrero y marzo) la documentación a través de libros, capítulos, artículos, documentos e informes ha sido una herramienta clave y fundamental para el arranque del proyecto.

A la par de esta meticulosa labor de documentación, se iba desarrollando el análisis continuado y sistemático de los textos del diario *El País* y *El Mundo*, durante el mes de enero de 2015, en los que la UE como institución era protagonista de los hechos narrados. En concreto, el análisis de la información comunitaria, a través de estos dos diarios de referencia en el panorama informativo nacional, ha comprendido desde el 02/01/2015 al 31/01/2015, alcanzando un total de 254 textos estudiados. Previamente fue necesaria la elaboración de una ficha de trabajo que ayudara a clasificar los textos comunitarios encontrados entre las páginas de estos dos diarios.

Durante el siguiente mes de abril se extrajeron los resultados de las fichas de análisis para su posterior redacción en los meses de mayo y junio. En este tramo final de la investigación se concedió mayor trabajo y esfuerzo a la labor de redacción de todo lo recopilado, tanto el contenido bibliográfico consultado como las conclusiones del caso práctico analizado. Asimismo, a la elaboración de una explicación, un hilo argumental claro y sencillo, al cuidado de los aspectos de estilo, las correctas citas y referencias, las tareas de completar la información con detalles concretos y la exposición de unas conclusiones nacidas del bagaje aprendido durante estos seis meses de investigación.

6. INVESTIGACIÓN

6.1 MARCO TEÓRICO: LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA

La comunicación es una herramienta fundamental para sostener el gran almacén institucional de la Unión Europea, bajo cuyos cimientos conviven veintiocho Estados miembros; cada uno con su propia historia, su propia cultura, su propia lengua, y en definitiva sus propias particularidades nacionales. Sólo a través de la comunicación, tal y como reza su lema: ‘Unida en la diversidad’, la institución podrá llegar a cada uno de los hogares europeos.

Para la construcción de una conciencia colectiva europea que permita a los ciudadanos sentirse interesados por los asuntos comunitarios y representados por las instituciones europeas, la comunicación debe ser una prioridad. Del mismo modo que, concienciados, los ciudadanos de cualquier Estado de derecho se implican en las decisiones de sus representantes soberanos: en un cercano Ayuntamiento, en el Gobierno regional o nacional; la Unión Europea también aspira a formar parte de este mismo contexto. Desde

sus inicios, Bruselas siempre ha trabajado por alcanzar una política de comunicación efectiva que promueva los valores comunitarios de la cooperación, fomentando la unidad y conservado al mismo tiempo la diversidad. Y así, lograr que todos los ciudadanos de la UE se sientan integrados en una misma realidad europea.

6.1.1 Orígenes de la Política de Comunicación de la Unión Europea

Desde el nacimiento de la Comunidad Europea en 1951, el interés por acercar las instituciones a los ciudadanos ha sido siempre una preocupación de primer orden. Aunque inicialmente no quedó recogido en ninguno de sus documentos fundacionales, siempre ha existido la necesidad de desarrollar una política de comunicación que garantizara el propio mantenimiento de la institución europea. No obstante, sólo fue a partir de los años noventa cuando desde Bruselas tomaron plenamente consciencia de esta obligación comunicativa y comenzaron a establecer las primeras líneas de actuación.

Concretamente, dos fueron los acontecimientos que condujeron a la Unión Europea a prestar mayor atención al desarrollo de una sólida política de comunicación. Por un lado, la victoria del no en el referéndum celebrado en Dinamarca que debía ratificar el Tratado de Maastricht (1992). Y por otro lado, la necesidad de organizar una segunda vuelta en Francia para que este mismo tratado obtuviese el apoyo necesario. Ambos rechazos pusieron en alerta a los líderes europeos. En aquel momento, la Comunidad Económica Europea, hoy la UE, señaló como causa de estos negativos resultados la falta de una estrategia concreta de comunicación. Precisamente, éste fue el punto de inflexión que necesitó Bruselas para comenzar a trabajar en unas estables bases comunicativas, que ayudaran a construir una verdadera identidad europea entre los ciudadanos.

Desde entonces, como resultado, la Unión Europea ha elaborado numerosos documentos que recogen las principales orientaciones de la política comunicativa de las instituciones comunitarias. Desde el ‘Informe Declerq’ (1993), el ‘Informe Pinheiro’ (1993), el ‘Informe Oostlander’ (1993), el ‘Informe Bangeman’ (1994) a los Libros Verdes y el Libro Blanco (2006). La doctora en Estudios Europeos, Sonia Andrino San Cristóbal, analiza en su tesis la política de comunicación europea a través de un recorrido por estas comunicaciones emitidas desde Bruselas. En todas ellas ha constatado una evolución respecto al “protagonismo de los ciudadanos que, desde la práctica inexistencia durante los años noventa, ha ido evolucionando paulatinamente hacia el intento de ser convertidos en el centro de las obligaciones comunicativas de las instituciones comunitarias o de la búsqueda de un mensaje elaborado desde la coordinación y la colaboración no sólo de las instituciones entre sí, sino también con los Estados miembros”². Es decir, la Unión Europea, ha ido poniendo cada vez más el

² ANDRINO SAN CRISTÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal, *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euranet, la primera red de radios europeas*. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (pg. 22)

acento de su política de comunicación en el protagonismo del ciudadano como eje fundamental de sus estrategias.

En los orígenes de la UE -en el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) de 1951, y en el Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (CEE) de 1957- aunque no se recoge nada sobre política de comunicación tal y como la entendemos hoy: “una serie de acciones conjuntas dirigidas a informar e involucrar a los ciudadanos europeos en todos los asuntos de la Unión”³; sí que se refleja una incipiente preocupación por compartir información. Si bien, en aquellos momentos se referían a cuestiones comerciales, por las que precisamente surge la Unión Europea.

No fue hasta el Tratado de Maastricht, firmado el 7 de febrero de 1992, cuando las instituciones comunitarias realmente adquirieron la responsabilidad de trabajar conjuntamente por el derecho a la información. Tuvieron que pasar casi treinta años desde la construcción de la UE para que el interés de las instituciones europeas por la comunicación y la información quedara reflejado sobre el papel.

“La Conferencia estima que la transparencia del proceso de decisión refuerza el carácter democrático de las Instituciones, así como la confianza del público en la Administración. La Conferencia recomienda, por consiguiente, que la Comisión presente al Consejo, a más tardar en 1993, un informe sobre medidas destinadas a mejorar el acceso público a la información de que disponen las Instituciones”⁴

No obstante, como hemos indicado anteriormente, la preocupación por una estable estrategia de comunicación estaba latente desde las primeras semillas de la Unión. Así lo recoge Andrino San Cristóbal en su tesis doctoral *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa*: “en la Declaración Schuman de 1950 se reconocía la necesidad de contar con los medios de comunicación para informar a la opinión pública de la Comunidad que se estaba creando y de la misma forma, Jean Monnet también tenía claro que la confianza de los ciudadanos era imprescindible, pues equivalía a apoyo y legitimidad social. Sin embargo, inicialmente no fue una prioridad”.⁵

³ ANDRINO SAN CRISTÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal, *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euronet, la primera red de radios europeas*. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (pg. 22)

⁴ Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Declaración relativa al derecho de acceso a la información. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [10/06/2015]

⁵ ANDRINO SAN CRISTÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal, *Comunicar sobre Europa, desde Europa y*

6.1.2 Evolución de la Política de Comunicación

El primer departamento de Prensa e Información del Ejecutivo comunitario se creó en 1955, dirigido por Jacques René-Rabier, uno de los creadores del Eurobarómetro. Al mismo tiempo, la Comunidad Europea del Carbón y el Acero (CECA) empezaba a contar con sus primeras oficinas de representación en Berlín, París y Roma, desde las que también se trabajaba por mejorar la comunicación de la institución. A lo largo de la siguiente década esta red de oficinas fue creciendo en número.

En 1957, con la firma del Tratado de Roma, surgieron la Comisión Económica Europea (CEE) y la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom). Ambas instituciones junto con la Asamblea parlamentaria, actual Parlamento Europeo, reunieron esfuerzos para establecer una comunicación conjunta. Así fue como en 1958 uno de los primeros servicios comunes que crearon las instituciones comunitarias fue el Servicio de Prensa e Información. Casi diez años después estos servicios de comunicación se volvieron a unificar, creando así la Dirección General de Prensa e Información, que pasaría a llamarse Dirección General de Información.

Durante los primeros años de los setenta, las instituciones comunitarias trabajaron por situar el centro de atención de su política comunicativa sobre el público, construyendo una relación directa entre los ciudadanos y la UE. Para avanzar en esta correspondencia, para alcanzar un cierto grado de cercanía y representación, las instituciones europeas necesitaban conocer a sus ciudadanos. Por ello comenzaron a utilizar las encuestas como nueva herramienta para construir un nexo de unión con los europeos. Desde 1973 la Comisión Europea analiza la opinión pública de cada uno de los Estados miembros a través del Eurobarómetro. La actitud frente a la UE, la situación social y económica, asuntos culturales, tecnológicos, salud y medio ambiente son sólo algunos de los habituales temas de consulta. Concretamente, dos fueron los acontecimientos que fomentaron esta apertura hacia el ciudadano: la creación del Consejo Europeo en 1974 y las primeras elecciones al Parlamento Europeo en 1979.

Sin embargo, la política de comunicación de la Unión Europea no sólo se fundamenta sobre el concepto académico más estricto. Por ejemplo, durante la década de los ochentas el Ejecutivo comunitario apostó por el deporte como medio para acercarse a los europeos. El deporte, la educación, el fomento de la cultura también pueden ser otras formas de comunicación que alimenten una conciencia colectiva europea. A día de hoy, esto nos recuerda los numerosos programas, concursos y becas que a diario pone en marcha la UE: programa Comenius, Programa Erasmus Plus, Programa Leonardo da Vinci, Programa Grundtvig, Programa Euroscola, Becas Robert Schuman, Cuerpo Europeo de Voluntariado y muchos más. En definitiva, todo es comunicación.

para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euranet, la primera red de radios europeas. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (pg. 39)

En 1985, presidiendo Jacques Delors el Gobierno comunitario, se produjeron nuevos cambios en la estructura de los departamentos encargados de la política de comunicación. En concreto, en este momento aparece el Servicio del Portavoz. Además, por otro lado, el presidente francés renombró la dirección general que pasó a llamarse Dirección General de Información, Comunicación y Cultura (DG X)

Dos años después, en 1987, la Comisión Delors puso en marcha lo que se denominó el Programa Prioritario de la Información (PIP): un documento anual que trataba de coordinar todas las actividades informativas del Ejecutivo europeo. “Sus fines eran promover y reforzar el apoyo popular a la integración europea, fortalecer los sentimientos de ciudadanía y la solidaridad europeas, y promover y reforzar el papel dirigente de la Comunidad en la escena internacional”.⁶

Asimismo, durante este periodo la Comisión Europea impulsó el programa MEDIA, coordinado por la DG X y caracterizado por medidas que pretendían promover el desarrollo de la industria audiovisual. En 1991, Jacques Delors decidió organizar de nuevo la DG X y creó la Dirección General de Información Audiovisual, Comunicación y Cultura.

En torno a 1992 y 1993, después de que parte de la ciudadanía rechazara el Tratado de Maastricht, las instituciones europeas elaboraron varios informes que reorientaban su política de comunicación. El primero en reaccionar fue el Parlamento Europeo, que encargó al Comité de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación un informe sobre la política informativa europea. Este documento fue presentado ante la Eurocámara en septiembre de 1993 por el parlamentario Arie Oostlander, de ahí que sea conocido como ‘Informe Oostlander’. Otras comunicaciones claves fueron el ‘Informe De Clercq’, encargado por la Comisión a un grupo de expertos en marzo de 1993, y el elaborado por el comisario responsable de esta política de comunicación, ‘el Informe Pinheiro’, en junio de 1993.

Hacia 1995 las direcciones generales de Información de la Comisión Europea y del Parlamento impulsaron una colaboración conjunta en el terreno de la comunicación. Este trabajo se concretó a través del ‘Informe Pex’ (1998). Entre algunas iniciativas de este documento estuvo el programa PRINCE (Programa da Información de los Ciudadanos Europeos), que establecía tres temas de información prioritarios: la ampliación, el futuro de la institución europea y el espacio de libertad, seguridad y justicia.

Francisco Cabezuelo Lorenzo, doctor Europeo en Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información por la Complutense, detalla el contexto en el que se desarrolló el Programa PRINCE: “a pesar de la toma de conciencia de los españoles de

⁶ MARTÍN SEGOVIA, E. (2003). La campaña del euro (1996-2002): la Unión monetaria europea como objeto de comunicación política y opinión pública. <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26791.pdf> [15/06/2015]

su pertenencia a la Unión Europea, en general ampliamente compartida, se sigue produciendo un enorme desconocimiento tanto de los logros de la construcción comunitaria como del funcionamiento de la UE y sus capacidades reales. De esta manera, los ciudadanos son conscientes de estar muy poco informados sobre los temas europeos. Culpan de su ignorancia, o de su percepción equivocada de los mismos, a los medios de comunicación y las autoridades nacionales, pero también a las instituciones europeas”.⁷

Durante la Comisión de Romano Prodi (1999-2004) se creó el Servicio de Prensa y Comunicación (SPC) encargado del contacto directo con los medios de comunicación y las Representaciones en los Estados miembros. Por otro lado, el nuevo Ejecutivo comunitario integró la DG X en la Dirección General de Educación, Formación y Juventud (DG XXIII), dando origen a la Dirección General de Educación, Audiovisual y Cultura (EAC) responsable de la relación con el público.

Más tarde, la que era entonces comisaria de Educación, Cultura, Juventud y Deportes, Viviane Reding, decidió encargar al Servicio de Prensa y Comunicación (SPC) la tarea del contacto directo con los ciudadanos. Así, de esta forma, con estas nuevas responsabilidades, el Servicio de Prensa y Comunicación se convirtió en la Dirección General de Prensa y Comunicación, bajo la autoridad del presidente de la Comisión.

En aquellos momentos el distanciamiento entre Europa y sus ciudadanos seguía siendo un mal acusado. Además, el escándalo de corrupción protagonizado por la comisaria Edith Cresson, que provocó la dimisión en bloque de la Comisión de Jacques Santer en marzo de 1999, agravó la situación. Esta crisis de reconocimiento de la UE obligó a que, una vez más, la política de comunicación se considerara una herramienta fundamental y no un mero elemento anexo. En este contexto, la Comisión presentó algunos informes centrados en destacar la importancia del diálogo social con los ciudadanos. Destaca especialmente la estrategia de comunicación del comisario Antonio Vitorino (2012).

No fue hasta finales de 2004, con la llegada de José Manuel Durao Barroso a la Comisión Europea, cuando se concretó una nueva estrategia de comunicación. La vicepresidenta de la Comisión y comisaria de Comunicación, Margot Wallström, fue la encargada de diseñar un plan de acción que mejorara la comunicación sobre Europa. Así, unos meses después arrancaba el ‘Plan D de democracia, diálogo y debate’, cuyo objetivo fue avanzar en la relación con los ciudadanos europeos, animando a que participasen, se implicasen y generasen debates críticos sobre la institución que los representa.

⁷ CABEZUELO LORENZO, F. (2004). La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea. Nuevo escenario histórico de la realidad española. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords.) *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares. (411-425).

El segundo apéndice de esta nueva estrategia de comunicación llegó en 2006 con el ‘Libro Blanco sobre la Política de Comunicación Europea’, que pretendía seguir profundizando en el debate público en Europa. Por último, también en 2006, la Dirección General de Prensa y Comunicación (PRESS) pasó a llamarse la Dirección General de Comunicación (DG COMM), que es lo que funciona actualmente.

Sin embargo, a pesar de la intensa evolución de los distintos departamentos encargados de la política de comunicación europea, lo cierto es que el euroescepticismo no ha desaparecido. “Las instituciones comunitarias persisten en su empeño de acercarse a un ciudadano al que le sigue costando identificarse con las políticas europeas y que, en un contexto de crisis tan fuerte como el que se está viviendo desde finales de la primera década del Siglo XXI, las preocupaciones de los ciudadanos no caminan precisamente de la mano de las aspiraciones de la Unión Europea, a pesar de que los discursos de los máximos representantes de las instituciones estén tintados de búsqueda de la recuperación económica y de defensa de la ciudadanía”, explica Andrino San Cristóbal en su tesis doctoral.⁸

En este contexto de grave crisis económica, el escepticismo sobre el proyecto europeo se ha incrementado a marchas forzadas. Los datos del Eurobarómetro de octubre de 2013 indican que, por ejemplo, en España, uno de los países más castigados por la crisis, el euroescepticismo ha crecido del 23% en 2007 al 72% en 2012.

Para muchos ciudadanos la Unión Europea sigue teniendo más que ver con “conceptos como recesión o rescate económico que con ciudadanía o derechos y libertades. Y lo que es más grave, han perdido la confianza en la UE como institución”.⁹

6.1.3 Transparencia

A pesar de los distintos cambios de rumbo y orientación, la política de comunicación europea siempre ha querido fundamentarse en un principio concreto: la transparencia. La Unión Europea es una compleja institución que nace de la integración de distintos Estados cada uno con sus propias peculiaridades. Si además de su complicada naturaleza y funcionamiento, la UE fomentara la opacidad, su futuro estaría condenado. “Podría decirse que en la Unión Europea la transparencia es una lógica obligada, ya que si a su complejidad se le añadiera la opacidad, sería un producto incomunicable”.¹⁰

⁸ ANDRINO SAN CRISTÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euranet, la primera red de radios europeas*. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (pg. 48)

⁹ *Ibidem* pg. 48

¹⁰ GONZÁLEZ VERDESOTO, E. (2004). La Unión Europea en Internet: una clave para la proximidad y la transparencia. En Carlos Sanz Estable, Joaquín Sotelo González y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara : Editores del Henares (635-645)

Aunque desde un principio la comunicación, el contacto directo con los ciudadanos, ha sido siempre una preocupación primordial para la UE. No fue hasta el Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastricht en 1992, cuando se concretó que las bases de la comunicación en Europa tenían que estar cimentadas sobre este concepto de transparencia: “la transparencia del proceso de decisión refuerza el carácter democrático de las instituciones, así como la confianza del público en la Administración”.¹¹

Cada vez con más fuerza, los líderes europeos eran realmente conscientes de la importancia no sólo de una política de comunicación que acercase la institución comunitaria a los ciudadanos; sino, de una política de comunicación transparente, donde el lema fuese: explicar, explicar y explicar. En definitiva, abrir las ventanas de Bruselas a todos los ciudadanos de la UE. En febrero de 1993, el entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, afirmó en su discurso de investidura ante la Eurocámara que “hasta ahora, la construcción europea, con sus aciertos y sus yerros, se efectuaba ante la indiferencia de los ciudadanos y, a menudo también, de sus representantes electos nacionales. Dicho de otro modo, la construcción europea se daba por supuesta. Hoy por hoy ya no es así, y ello no sólo no me entristece, sino que me alegra ya que ahora que la exigencia democrática vuelve a estar a la orden del día, habrá que explicar repetidamente, y también justificar y tener bien presentes las reticencias de unos y el entusiasmo de otros.”¹²

Por tanto, este criterio de transparencia, desde un punto de vista de una información clara y de fácil acceso, resulta fundamental para que el ciudadano construya elementos de juicio, para que comprenda, participe y se implique mucho más en el proyecto europeo.

6.1.4 Actual Política de Comunicación

Entrando ya en el siglo XXI, una de las estrategias comunicativas más concretas que se proyectaron desde las instituciones europeas fue el Memorandum of Understanding (MoU). En este documento, en un marco de colaboración entre las distintas instituciones, se establecieron las líneas generales que debían guiar la nueva fórmula de comunicación europea. “La Comisión Europea entendía que una verdadera comunicación de la UE no podía limitarse a la mera difusión de información sino que debía tener sentido; debía hacerse comprender, conceder una cierta perspectiva a su actuación y a sus políticas; suscitar el diálogo en las opiniones públicas nacionales y así lograr una mayor participación de los ciudadanos en el debate europeo que, como se ha

¹¹ Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Declaración relativa al derecho de acceso a la información. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [15/06/2015]

¹² Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1993). Discurso del presidente Jacques Delors ante el Parlamento Europeo con motivo del debate de investidura de la nueva Comisión. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/52840> [15/06/2015]

visto, era el principal reto y objetivo de esta nueva etapa de la comunicación”.¹³ En definitiva, las instituciones concretaron que era necesario luchar contra la indiferencia, sensibilizar, generar interés y curiosidad sobre la Unión Europea.

Esta nueva estrategia comenzaba por elaborar un mensaje conjunto con un hilo conductor que subrayase los beneficios de pertenecer a la Unión y destacase la presencia de Europa en el mundo. Para ello se acordaron los temas que abordaría esta nueva política de comunicación: la ampliación, el futuro de la UE, la creación de un espacio de libertad, seguridad y justicia y el papel internacional de la Unión Europea.

Además, con este nuevo plan de comunicación se pretendía consolidar lo que ya habían propuesto anteriormente, a principios de los noventa, los informes ‘Oostlander’ y ‘De Clerq’: la preocupación por los ciudadanos. Desde este momento en adelante, el interés por la audiencia será el principal centro de atención en todas las estrategias futuras de comunicación.

La política de comunicación de principios del siglo XXI recurrió a distintos instrumentos como el Eurobarómetro, sistema de encuestas y sondeos que permiten conocer la opinión pública europea. También potenciaron las publicaciones propias y los recursos que empezaba a ofrecer Internet, como por ejemplo la página web Europa. Asimismo, los puntos de información Info-points Europa y Europa Direct comenzaban a extenderse por el ámbito comunitario.

Por otro lado, se comenzó a fomentar el apartado audiovisual. Por ejemplo con Europe by Satellite, un portal donde la Comisión Europea pone a disposición de los medios de comunicación todos los contenidos de las ruedas de prensa, notas, fotos, audios etc, con el objeto de facilitarles el trabajo y suministrarles toda la información disponible. La Comisión empezó a utilizar otro tipo de herramientas para difundir sus mensajes: la radio y la televisión. De este modo, intentó crear una especie de canal político que se denominó Channel Europe pero que no llegó a funcionar. Sin embargo, el proyecto Euronews, la única cadena prácticamente europea con la que la Comisión venía colaborando desde sus inicios, sí supuso un verdadero acierto comunicativo que llega hasta nuestros días. Asimismo, en cuanto a la radio, en 2007 se crea la primera red de radios europeas, Euranet. Durante seis años la Comisión subvencionó este proyecto con 5,8 millones de euros anuales, con los que se desarrolló una red radiofónica europea capaz de emitir en las veinticuatro lenguas oficiales de la UE.

En definitiva, la estrategia de comunicación europea de ese momento pretendía “mejorar la percepción de la Unión Europea y sus instituciones, así como su legitimidad, aumentando el conocimiento y comprensión de sus misiones, estructuras y logros, estableciendo un diálogo con los ciudadanos. Se trata, en particular, de mejorar la calidad del debate público europeo, la incorporación de los ciudadanos al proceso de

¹³ ANDRINO SAN CRITÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal, *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euranet, la primera red de radios europeas*. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (pg. 123)

decisión europeo, de atender mejor al ciudadano y a sus preocupaciones y de reconstruir de manera metódica y coherente la imagen de la UE”.¹⁴

Durante la Comisión Barroso, la vicepresidente del Ejecutivo y responsable de la política de comunicación, Margot Wallström, diseñó el ‘Plan D, democracia, diálogo y debate’ con el que acercar la UE a los ciudadanos a través del diálogo. Los resultados de este programa servirían de base para elaborar posteriormente el ‘Libro Blanco sobre una Política de Comunicación Europea’ (2006).

El principal objetivo de este Libro Blanco era ganarse al ciudadano desde el ámbito más cercano, lo que se denominó “going local”. La Comisión observó que la aproximación a los temas europeos se realizaba desde una clave nacional, por ello aprovecharían esta coyuntura para acercar la institución a los ciudadanos desde los aspectos más cercanos de su cotidianeidad. Además, el documento señalaba la importancia de transformar la tradicional política de comunicación unidireccional (desde las instituciones al ciudadano), en una relación bidireccional, donde se fomentase el debate y la participación entre ambos actores.

“La Comisión Europea propone un planteamiento fundamentalmente nuevo: un salto decisivo desde la comunicación unidireccional hacia el diálogo reforzado, desde una comunicación centrada en las instituciones a otra centrada en el ciudadano, desde un punto de vista centrado en Bruselas a otro más descentralizado. La comunicación debe convertirse en una política de la UE por derecho propio, al servicio de los ciudadanos, y basarse en un diálogo auténtico entre las personas y los responsables políticos y en un animado debate entre los propios ciudadanos”.¹⁵

Entre 2005 y 2006 la forma de comunicar sobre Europa fue mejorando gracias a la aplicación de estos últimos documentos. Sobre todo el ‘Plan D’ y el ‘Libro Blanco’, que sentaron las bases para establecer una comunicación bidireccional entre los ciudadanos y la institución. Más adelante, en 2007, estos avances en materia de comunicación se concretaron en el programa ‘Comunicar sobre Europa en asociación’. Una nueva estrategia que pretendía coordinar a las distintas instituciones comunitarias para el desarrollo de una labor comunicativa conjunta.

A día de hoy desde Bruselas explican que “la política de comunicación no responde a disposiciones específicas de los Tratados, sino que es una consecuencia natural del

¹⁴ Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de *La estrategia de información y comunicación de la UE*. COM (2004) 196 final. Bruselas, 20 de abril de 2004.

¹⁵ *Libro Blanco sobre una política europea de comunicación* COM (2006) 35 final. Bruselas, 01.02.2006

deber que tiene la Unión Europea de explicar su funcionamiento y sus políticas”.¹⁶ Esta voluntad de transparencia queda jurídicamente recogida en la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE, que garantiza el derecho de todos los ciudadanos a estar informados sobre los asuntos europeos. Algunos artículos fundamentales son el artículo once, sobre el derecho a la libertad de expresión y de información; y el artículo cuarenta y dos, que se refiere al derecho de acceso a los documentos de las instituciones europeas, entre otros.

La UE siempre ha considerado la comunicación con los ciudadanos una de sus principales inquietudes. Aún más desde el fracaso del referéndum danés que pretendía sancionar el Tratado de Maastricht (1992) y la segunda vuelta que necesitó Francia. Más recientes fueron los también negativos resultados de las consultas sobre la Constitución Europea en Francia y los Países Bajos (2005), y posteriormente sobre el Tratado de Lisboa en Irlanda (2008). Estos rechazos recuerdan constantemente a la Unión Europea que no puede dejar de prestar atención a la comunicación con sus ciudadanos. Por lo tanto, una sólida política comunicativa resulta necesaria no sólo porque el público no esté suficientemente informado sobre la Unión, sino lo que es más importante: permite que los ciudadanos participen en el proyecto europeo. Desde 2012, el Tratado de Lisboa recoge la iniciativa ciudadana europea que autoriza a que los ciudadanos presenten nuevas propuestas políticas a la Comisión Europea. Esta iniciativa contribuye a la construcción de un verdadero espacio público europeo donde se generen debates críticos en los que los ciudadanos se hagan escuchar.

Actualmente, la política de comunicación europea está basada en tres principios fundamentales: “escuchar a la población y considerar su puntos de vista y preocupaciones; explicar cómo afectan las políticas de la UE a la vida cotidiana de los ciudadanos; conectar con las personas a escala local dirigiéndose a ellas en su ámbito nacional o local, a través de sus medios preferidos”.¹⁷

Algunas de las actuales iniciativas que se están llevando a cabo tratan, sobre todo, de comunicar acerca de Europa en Internet, convertir la página web Europa en el centro neurálgico de la información sobre la UE. También comunicar sobre Europa a través de los medios audiovisuales. En definitiva, una vez más, intentar reducir las distancias entre la institución y sus ciudadanos.

Concretamente, algunos programas específicos que recientemente ha puesto en marcha la UE ha sido ‘Europa con los Ciudadanos’ (2014-2020), que trabaja en distintas materias: “la memoria histórica europea, centrada en el nacimiento histórico del proyecto europeo; y el compromiso democrático y la participación ciudadana,

¹⁶ J. Prutsch M. (2015). La política de comunicación http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.8.html [15/06/2015]

¹⁷ *Ibíd*em

destinados a mejorar la comprensión por parte de los ciudadanos de las políticas de las UE y, en especial, garantizar una participación activa de la sociedad civil en la elaboración de las políticas europeas”.¹⁸

En un breve recorrido por algunas de las instituciones que integran la Unión Europea podemos observar que, aunque la estructura de los departamentos de comunicación varía, el propósito de fondo siempre es el mismo: dar a conocer el trabajo diario de las instituciones.

El Consejo Europeo, integrado por los Jefes de Estado o de Gobierno de los Estados miembros, el presidente de la Comisión y un presidente permanente, Donald Tusk, cuenta con un Servicio de Prensa propio. Entre sus competencias organiza ruedas de prensa, ofrece cobertura audiovisual de las reuniones y proporciona todo tipo de instalaciones para los periodistas.

El Consejo de la Unión Europea (Consejo de Ministros), compuesto por ministros de los Gobiernos nacionales de la UE, cuenta con un Servicio de Prensa que depende de la Presidencia del Consejo, una actividad semestral por la que pasan todos los Estados miembros. Por tanto, son los propios Gobiernos nacionales los encargados de transmitir a la opinión pública los mensajes del Consejo. La actual presidencia está integrada por Italia, Letonia y Luxemburgo.

El Parlamento Europeo, órgano encargado de aprobar la legislación comunitaria, es la institución que representa a los ciudadanos de la Unión. Los 751 eurodiputados que lo integran son elegidos por sufragio universal directo cada cinco años. La gestión de la comunicación en el Parlamento Europeo se desarrolla a través de una Dirección General (DG). Cabezuelo Lorenzo, doctor Europeo en Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información, recoge en su trabajo la figura del Director de Comunicación de la Eurocámara: “se encarga de llevar los temas de comunicación externa e interna y además de la Presidencia del Parlamento Europeo. Desarrolla todo el trabajo de esta área, incluyendo publicaciones, contenidos audiovisuales, contactos con los medios y acreditaciones”.¹⁹ Actualmente, Juana Lahousse-Juarez, es la Directora General de Comunicación del Parlamento Europeo. La almeriense, que ha vivido la mayor parte de su vida en Bruselas y Luxemburgo, es la española con el cargo más alto de la Eurocámara. Cuenta en su currículum con casi treinta años de experiencia en las instituciones europeas y habla inglés, francés, español, italiano y holandés.

¹⁸ J. Prutsch M. (2015). La política de comunicación http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.8.html [10/06/2015]

¹⁹ CABEZUELO LORENZO, F. (2004). La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea, nuevo escenario histórico de la realidad española. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares. (441-425)

La Comisión Europea, el brazo ejecutivo de la UE, ha contado tradicionalmente con dos grandes cuerpos informativos: el Servicio de Portavoz y la Dirección General de Comunicación (DG COMM). El departamento del Servicio de Portavoz coordina el trabajo de los portavoces de cada uno de los comisarios europeos y tiene como objetivo principal transmitir a los medios de comunicación las decisiones del Ejecutivo comunitario. Se dedica a dar diariamente información como canal oficial de la institución. Actualmente, el Jefe del Servicio de Portavoz es el griego Margaritis Schinas.

Por otro lado, la Dirección General de Comunicación es otro de los grandes departamentos responsables de desarrollar la política de información y comunicación de la Unión Europea. Se trata del puente de unión entre los ciudadanos, los medios de comunicación y la institución comunitaria. Entre algunas de sus competencias, se encarga de coordinar a todos los gabinetes de otras muchas direcciones generales de la Comisión y establece vínculos informativos entre ellos. “Nunca ha tenido como finalidad el trato directo con el periodista, salvo en el caso de las Representaciones en los Estados miembros. Estas oficinas, en el caso de países como Estados Unidos o Japón desarrollan también tareas de Relaciones Exteriores de la Comisión”.²⁰ En la actualidad, el finlandés Timo Pesonen es el director general de la DG COMM.

6.1.5 Oficinas y delegaciones de la UE

Las oficinas de representación de las instituciones europeas también forman parte de la política de comunicación de la Unión. Su función principal es la de establecer contacto directo con los interlocutores nacionales, regionales y locales. En definitiva, estas oficinas exteriores actúan en cada Estado miembro como enlaces de la información que se produce en Bruselas, como nexo de unión entre uno y otro eslabón de la cadena informativa. Sus tareas son multidisciplinarias: información, educación, formación, celebración de exposiciones, publicaciones, visitas, organización de debates, conferencias etc. Una extensión de la propia institución europea para darla a conocer aún más, para acercarla mucho más a los ciudadanos de los Estados miembros. Al mismo tiempo, la labor de estas oficinas es bidireccional, no sólo se trata de vincular las instituciones a los ciudadanos, sino también los ciudadanos a la Unión. De hecho, el lema de las oficinas de representación de la Comisión Europea es ‘*Listen. Advise. Engage*’, es decir, ‘Escuchar. Aconsejar. Entablar conversación’.

Asimismo, extracomunitariamente, con el Tratado de Lisboa (2009) surge el Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE), que trabaja por una sólida acción exterior de la

²⁰ CABEZUELO LORENZO, F. (2004). La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea, nuevo escenario histórico de la realidad española. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares. (441-425)

UE que fortalezca su influencia en el mundo. Este servicio ayuda en sus responsabilidades a la Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, Federica Mogherini. Actualmente, el SEAE se apoya en una red de 139 delegaciones y oficinas por todo el mundo.

6.1.6 Producción informativa y documentación

A diario la Unión Europea genera multitud de referencias informativas. De hecho esta cantidad es tan desorbitada que puede producir el efecto contrario al que persigue: desinformación por sobreinformación. A continuación repasaremos algunos de los servicios informativos que ofrecen desde las instituciones comunitarias.

Desde el Parlamento Europeo ponen a disposición del ciudadano las órdenes del día, una especie de resumen previo a la sesión con los temas y asuntos a tratar. Asimismo los propios informes y documentos presentados en las sesiones plenarias también son públicos. Por otro lado, las actas literales (un texto íntegro de los debates en su lengua original), las actas finales de la sesión plenaria (un documento sobre el desarrollo de la sesión) y las votaciones, las resoluciones y los textos aprobados están al alcance de todos.

Sin duda alguna, otras de las importantes fuentes de información que ofrecen las instituciones europeas son las bases de datos. El Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE) es el recurso por excelencia. En este boletín oficial, que publica diariamente en todas las lenguas oficiales de la UE, aparecen todas las disposiciones legales y documentos oficiales de las instituciones europeas. Debido a la gran variedad de documentos que publica (directivas, reglamentos, informes, publicaciones sobre asuntos legales, judiciales, políticos, económicos etc.) el DOCE cuenta con varias series: L (legislación) y C (comunicaciones, informaciones y anuncios).

Lo que resulta aún más interesante, es que estos recursos de la Unión Europea nos permiten seguir paso a paso todo el proceso legislativo de principio a fin, desde la primera propuesta hasta el resultado final. Asimismo, también se pueden consultar todas las sentencias íntegras del Tribunal de Justicia. Toda esta documentación se recoge en una de las bases de datos más grandes del mundo: EUR-LEX (CELEX). Este portal ofrece gratuitamente, a tiempo real y en las veinticuatro lenguas oficiales de la UE todo tipo de documentos oficiales comunitarios; desde el DOCE, a la legislación y la jurisprudencia de la UE, textos preparatorios, acuerdos internacionales etc. La base de datos se actualiza a diario y contiene más de tres millones de entradas, que recogen textos desde 1951.

Tal y como explica Francisco Cabezuelo Lorenzo, Doctor Europeo en Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información por la Complutense, además de EUR-LEX existen otras bases de datos europeas muy importantes. Por ejemplo algunas de ellas son: BACH, una base de datos de estadísticas; ECLAS, base de datos de la Biblioteca Central de la Comisión Europea; Eurodicautum, base de datos del Servicio de Terminología; Eurybase, base de datos sobre los sistemas educativos en la UE; IDEA (Whoiswho), un directorio electrónico sobre las instituciones comunitarias; Lobbies, un

directorio de los grupos de presión europeos; Market Access Database, una base de datos sobre las barreras arancelarias para el comercio exterior; OEIL (Observatorio Legislativo del Parlamento Europeo), una importante base de datos que permite el seguimiento del trabajo legislativo comunitario; PRELEX, permite el seguimiento de procedimientos interinstitucionales; RAPID, una base de datos de noticias del Servicio del Portavoz de la Comisión Europea; SIGL, sobre los niveles de cuotas para las importaciones de productos textiles, calzado, acero y madera; SIMAP, sistema de información para la contratación pública europea.²¹

Además de estas numerosas bases de datos, existen distintas publicaciones especializadas. Por ejemplo el famoso Eurobarómetro, uno de los recursos informativos que más gusta a los periodistas. También el Eurostat, la Oficina Estadística de la UE.

En el contexto audiovisual cabe mencionar el servicio 'Europe by Satellite/Europa por Satélite' (EbS), la agencia de información audiovisual de la Unión Europea. Desde este portal, tanto periodistas como ciudadanos, pueden acceder a la retransmisión de las sesiones plenarias y las conferencias de prensa en directo o en diferido. Así como noticias, audios, fotos y vídeos de la actualidad europea, resúmenes semanales y acontecimientos especiales como las sesiones extraordinarias o las elecciones europeas.

En definitiva, una gran cantidad de información pública, al alcance de todos, que podría fomentar la construcción de una verdadera conciencia colectiva europea, que ayudaría a que los ciudadanos conocieran aún más los entresijos de las instituciones que los representan. Sin embargo, en demasiadas ocasiones, estas producciones informativas son totalmente desconocidas para la sociedad. El hecho de que el ciudadano ignore estos importantes recursos a su disposición puede deberse a una falta de autopromoción por parte de la UE, a un fallo en su labor comunicativa, y/o a un mal ejercicio del periodista que no ha sabido divulgar esta valiosa información, que no ha sabido traducirla para el ciudadano medio. Mientras tanto, a pesar de la vista pública de estas producciones informativas que podrían ayudar a comprender mejor las instituciones comunitarias, la sociedad sigue ahogándose en un pozo de desconocimiento acerca de la Unión Europea.

6.1.7 El caso de EURONEWS

Si existe un medio de comunicación verdaderamente efectivo en la difusión de un mensaje concreto ese es la televisión. Se trata del formato audiovisual que por excelencia genera más impacto en el público. De hecho, en nuestra sociedad actual, la televisión incluso ha llegado a convertirse en un elemento socializador más, junto con la familia, los amigos y el entorno. En este aspecto la Unión Europea no ha querido pasar desapercibida, y por ello nace: Euronews.

Euronews es la primera cadena de televisión con verdadera vocación europea. Este canal de televisión, producido por SOCEMIE (Société Opératrice de Chaîne

²¹ CABEZUELO LORENZO, F. (2004). La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea, nuevo escenario histórico de la realidad española. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares. (441-425)

Européenne Multilingue d'Information Euronews), emite contenidos íntegramente informativos durante las 24 horas del día. Su sede central está en Lyon (Francia), tras haber competido por ello con la ciudad de Valencia. La cadena emite en inglés, francés, español, italiano, alemán, portugués, ruso, árabe, turco y persa.

Aunque en un primer momento Euronews nace como un servicio informativo para Europa, ha acabado convirtiéndose en un canal de referencia para buena parte del mundo. Un total de 102 países, entre ellos toda Europa, América y el norte de África.

Comenzó su actividad el 1 de enero de 1993, cuando entró en vigor el Tratado de Maastricht, origen de la Unión Europea actual. En sus inicios fue propiedad de las televisiones públicas de la UER (Unión Europea de Radiodifusión): Alemania, Bélgica, Egipto, España, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Mónaco, Portugal, Yugoslavia y Chipre. En 2008, España (TVE) abandonó la cadena por motivos económicos y editoriales.

Las primeras previsiones de financiación contemplaban que el 60% correspondiese a la Unión Europea, el 25% a los ingresos en publicidad y el 15% a las televisiones de la UER. Sin embargo, cuando fallaron estos cálculos se comenzó a buscar socios privados. Su capital, unas veces más público y otro más privado, ha variado en función de las distintas circunstancias.

Desde un punto de vista de la comunicación, sus reportajes y boletines con voces en off denotan calidad informativa, seriedad, rigor y al mismo tiempo una fabulosa agilidad y dinamismo. Cada treinta minutos, Euronews difunde un informativo completo, seguido de los programas Business, Europe y Sport, así como una revista de prensa de los principales diarios europeos. De este modo, la cadena de televisión europea cumple con un amplio registro de temas: cine, moda, ciencias, medio ambiente, nuevas tecnologías, sociedad, cultura etc.

En su vigésimo aniversario, el diario El Mundo informó que Euronews se había convertido en “el canal de información más visto del continente europeo, con una audiencia de más de 6,5 millones de espectadores diariamente. También ha sobrepasado ampliamente sus fronteras, y ahora se difunde en 155 países, llegando a más de 400 millones de hogares”.²² Euronews también cuenta con canales temáticos en las plataformas Dailymotion y Youtube, sólo en esta última el canal en español tiene 75.142 suscripciones y más de noventa y tres millones de reproducciones. En su versión en inglés, las cifras superan los 138 mil suscriptores y más de 150 millones de reproducciones desde el año 2006.

Por tanto, el primer canal de televisión con verdadera conciencia europea puede suponer una herramienta fundamental para la construcción de una esfera pública en Europa. Los

²² EL MUNDO (08.01.2013) Euronews cumple 20 años
[<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/08/comunicacion/1357647002.html>] [15/06/2015]

líderes europeos deben aprovechar el éxito de Euronews para hacer partícipe a la audiencia europea de una misma realidad.

Sin embargo, Euronews no es el único proyecto con vocación europea. Brevemente podemos destacar algunos como The European (1989-1998). Se trataba de un seminario británico fundado por Robert Maxwell, llegó a alcanzar unos 100.000 ejemplares de tirada. También, como hemos mencionado anteriormente, en 2008 aparece Euranet (European Radio Project), la primera red de emisoras radiofónicas para informar exclusivamente sobre asuntos europeos. Por otro lado, Presseurop, ahora convertido en VoxEurop, un portal multilingüe de información general sobre Europa. Entre sus objetivos, persigue la creación de un espacio público de encuentro y debate para los ciudadanos europeos. Asimismo, en la actualidad, con el auge de Internet y las redes sociales, hay muchos espacios en la red que se dedican al contexto europeo. Un claro ejemplo es Cafébabel, una revista participativa online escrita por y para jóvenes en Europa. El proyecto, cofinanciado por la Comisión, fue creado por un grupo de estudiantes Erasmus en 2001. Disponible en seis lenguas (inglés, francés, alemán, español, italiano y polaco) cuenta con 1.500 autores, traductores, fotógrafos y realizadores audiovisuales.

6.1.8 La UE en Internet

A pesar de que la Unión Europea es una institución delimitada geográficamente y en la lejanía física de muchas personas, a veces, está mucho más cerca de lo que pensamos, basta con hacer un sólo *click*. Hoy en día, en nuestra sociedad digital, la red es una herramienta idónea para conocer mejor a la UE en términos de proximidad y transparencia. La información web sobre la Unión es fácilmente accesible, está al alcance de todos, esperando a ser difundida.

La regulación del trabajo de la UE en Internet está recogida por el reglamento 1049/2001. Éste obliga a las instituciones europeas a hacer públicos todos sus documentos, salvo aquellos aspectos que afectan a la seguridad, defensa y asuntos militares, relaciones internacionales, política financiera, monetaria o económica, intimidad e integridad de las personas.

Por lo tanto, Internet resulta un aspecto fundamental en cuanto al desarrollo del concepto de transparencia se refiere. Absolutamente todas las notas de prensa, comunicados, documentos oficiales, legislación, jurisprudencia y demás están en Internet, al acceso público de todos. Sin embargo, todas estas posibilidades son habitualmente desaprovechadas.

Además, entre todas las ventajas que ofrece la red, ésta permite que se derrumben barreras como la geográfica; no hay límites, no hay fronteras. Gracias a Internet, tanto los medios de comunicación como los ciudadanos tienen la posibilidad de seguir la actualidad europea prácticamente en directo. “En ese sentido, podría decirse que Bruselas está más cerca que Madrid, ya que una filosofía informativa diferente hace

que los documentos y las personas sean más fácilmente accesibles (salvo ciertas barreras franqueables, como por ejemplo, los idiomas)".²³

Pero Internet no es la panacea. En cierto sentido, también ha repercutido negativamente a que la información europea no sea fácilmente digerida por el ciudadano, ya que, con este acceso directo a los contenidos informativos, el periodista ha dejado de ser un intermediario, un intérprete y un traductor, lo que desemboca en un grave problema de desinformación. "Podría incluso decirse que Internet es causa y consecuencia del fenómeno de desinformación europea. Por una parte ha despojado parcialmente al periodista del rol de intermediario y multiplicador indispensable. Pero por otra parte provoca que a pesar de que la información es fácilmente accesible, el ciudadano no sabe cómo afrontarla. Esto debería potenciar el rol de descodificador del periodista, en vez de eliminarlo de la cadena informativa".²⁴

Asimismo, la red ha impuesto sobre los medios de comunicación la dictadura de la inmediatez, que no actualidad, por lo que en las redacciones trabajan continuamente a destiempo. Ante esto, la cada vez mayor cantidad de información que diariamente se genera, en este contexto de la sociedad de la información, y al mismo tiempo, la cada vez menor disponibilidad de recursos profesionales en un contexto de grave crisis económica, hace que sea imposible para los periodistas cubrir todos los temas. Por este motivo, se lleva a cabo un proceso de selección en el que generalmente prima el interés nacional desechando el enfoque europeo.

Con sus ventajas y desventajas, los medios de comunicación no pueden ignorar esta realidad digital. Por ello, la página web Europa es una referencia obligada para cualquier periodista. Absolutamente todos los recursos que la UE ofrece en Internet están en este portal (noticias, imágenes, vídeos, informes y documentos oficiales, legislación, datos y estadísticas, próximos eventos, datos de contacto, sala de prensa etc). Se trata de un gran espacio divulgativo sobre temas de la Unión. La página web nos acerca un poco más a las instituciones comunitarias a través de distintas pestañas: 'Funcionamiento de la UE', 'Su vida en la UE', 'Derecho de la UE', 'La UE por temas', 'Hacer negocios' y 'Publicaciones'. También ofrece espacios especializados en esta misma divulgación de contenido, como por ejemplo 'El rincón del profesor' o la 'Zona infantil' con juegos y pasatiempos para conocer mejor la UE.

Además, el sitio web Europa sólo es el punto de partida. A través de un interfaz enlaza al usuario con las distintas instituciones comunitarias, actividades, documentos y otros servicios. Desde esta página el usuario accede a la web oficial del Parlamento, la Comisión, el Consejo de Europa y la UE, el Banco Central Europeo etc... a todos y cada uno de los espacios oficiales de los organismos europeos. Cada página cuenta con

²³ GONZÁLEZ VERDESOTO, E. (2004). La Unión Europea en Internet: una clave para la proximidad y la transparencia. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (636-645)

²⁴ *Ibídem*

servicios dedicados especialmente a los periodistas, como salas de prensa, datos de contacto y publicaciones.

El sitio web Europa también nos conduce a las páginas oficiales de las representaciones permanentes de la UE. Así como que desde esta web el usuario también puede conectar con las redes sociales de las instituciones europeas, herramientas indispensables en la sociedad actual: Facebook, Twitter, Youtube, Flickr y Blogs.

Sin duda alguna, la Unión Europea en Internet ofrece un amplio abanico de interesantes posibilidades que ayudarían a divulgar fácilmente la información comunitaria, a incentivar un mayor interés sobre la Unión, a generar debates críticos sobre las instituciones, y en definitiva, a construir una verdadera conciencia pública europea. Sin embargo, estos numerosos recursos son ignorados por gran parte de la población. Así lo explican las profesoras de Periodismo en la Universidad de Sevilla, Concha Pérez Curiel y María del Mar García Gordillo: “algo está fallando porque, entre la opinión pública existe una sensación de lejanía, de desconocimiento y de desarraigo de los asuntos europeos que son un denominador común y que ni tan siquiera provocan una crítica contra quienes pueden tener cierta responsabilidad sobre el problema. Y es que, en definitiva no hay inquietudes, no les interesa, no se ha sabido transmitir el valor incalculable a pocos años vista de este gran cometido que es la Unión”.²⁵

Este grave problema de desinformación puede estar originado por distintas causas. En primer lugar, donde la mayoría de los expertos coinciden, es en la formación. “La UE sigue siendo un tema marginal en las facultades de Periodismo, cuando un mínimo conocimiento de sus instituciones, procedimientos y competencias es indispensable para poder dar una información precisa”.²⁶ Si los propios periodistas, traductores de la actualidad, no cuentan con la preparación adecuada para enfrentarse a la compleja realidad de la Unión Europea, no debe extrañarnos que la dificultad para el resto de los ciudadanos sea aún mayor. No cabe duda que el papel del periodista es un pilar clave en la construcción de una esfera pública europea. Por tanto, la formación de estos profesionales en asuntos comunitarios debe ser una preocupación de primer orden. “Disponer de mucha información y no saber cómo usarla es un mal extendido en una sociedad en la que todo avanza a un ritmo vertiginoso del que somos víctimas. Es por tanto clave el papel de mediadores informativos que pueden desempeñar los profesionales mediáticos en la función de contextualización, de análisis y de evaluación

²⁵ PÉREZ CURIEL, C. y GARCÍA GORDILLO, M. (2009). La especialización periodística en el nuevo marco europeo. La UE como contenido y fuente especializada en el ámbito mediático y web. En Juan José Fernández San, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara : Editores del Henares (245-258)

²⁶ GONZÁLEZ VERDESOTO, E. (2004). La Unión Europea en Internet: una clave para la proximidad y la transparencia. En: Carlos Sanz Establés, Joaquín Sotelo González, Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (636-645)

de los sistemas, organizaciones y servicios anunciados desde la web”.²⁷ Otros problemas a los que se enfrenta la información comunitaria en Internet pueden ser la sobreinformación y la barrera idiomática.

Ante estos obstáculos, cada día es más necesario reivindicar la función social de los periodistas como divulgadores de una realidad europea que podría dejar de sentirse tan lejos. Los medios de comunicación son los intermediarios directos entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos. Por lo tanto, la responsabilidad de esta acusada lejanía, no sólo corresponde a los emisores sino también a los mensajeros. Tal y como estamos comprobando en esta investigación, existe una gran cantidad de recursos informativos que la UE está dispuesta a difundir entre sus ciudadanos; y sí, las instituciones son complejas y diferentes, pero quizás la pata coja de esta ecuación sea un mal ejercicio periodístico como descodificadores de la realidad europea.

“No es tan preocupante que cualquier ciudadano pueda sentirse lejos y fuera de una Europa con alternativas de futuro, por causas ya analizadas como una información web sobredimensionada, difícil de ordenar y descodificar...Lo auténticamente preocupante es que la clase mediática, periodistas y estructuras de poder, no se crean Europa, no se planteen la necesidad de difundir acontecimientos, contextualizarlos, interpretarlos y valorarlos en pro de una labor de asesoramiento, formación y divulgación periodística, con una mentalidad nueva en la que Europa, España, Andalucía y Sevilla, por ejemplo, no son compartimentos estancos, sino una unidad integradora”.²⁸

6.1.9 Identidad europea

El concepto de identidad es una idea bastante compleja. No se trata de un aspecto material, palpable o físico sino que aparece como resultado del proceso de construcción de una misma realidad basada en unos símbolos, mitos, creencias y otras formas culturales a la que el individuo considera que pertenece o no. A través de estos referentes que comparte un colectivo, el individuo puede sentirse integrado y reflejado en ellos. Además, los expertos sostienen que la identidad, dependiendo del contexto, también puede ser múltiple. “De manera que los miembros de un grupo de europeos pueden experimentar identidad nacional cuando se relacionan entre ellos, mientras que si se relacionan con un grupo de americanos, de asiáticos o de africanos pueden autoperibirse como europeos, lo que ha conducido a muchos autores a concluir que la identidad social del individuo es dinámica”.²⁹

²⁷ PÉREZ CURIEL, C. y GARCÍA GORDILLO, M. (2009). La especialización periodística en el nuevo marco europeo. La UE como contenido y fuente especializada en el ámbito mediático y web. En Juan José Fernández San, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara : Editores del Henares (245-258)

²⁸ *Ibidem*

²⁹ SOTELO GONZÁLEZ, J. (2009). El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea. En Juan José Fernández San, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara: Editores del Henares (139-148)

En el proceso de construcción de la identidad europea, a mediados de los años ochenta del siglo XX, despertó una cierta decepción social por un proceso de integración marcado excesivamente por lo económico. Frente a esta obsesión economicista y comercial, aquellos que habían relacionado Europa con otros aspectos sociales y culturales comenzaron a reclamar una verdadera ciudadanía europea.

El primer documento que recoge este concepto es el Tratado de la Unión Europea (1992), en el que se reclama a los Estados miembros que trabajen conjuntamente por la ejecución de acciones culturales que refuercen un sentimiento comunitario compartido.

“La Comunidad contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común”.³⁰

En este sentido, los medios de comunicación pueden desempeñar un papel crucial en la formación de la identidad europea. El interés por aprovechar el poder socializador de los medios ha sido siempre una cuestión destacada en la institución europea. De hecho, el profesor y doctor en Periodismo, Joaquín Sotelo González explica que “en la Hoja Verde de 1984, Televisión sin Fronteras, se le reconocía a la televisión un doble reto, económico- vía mercado publicitario y vía creación de empleo en la propia industria televisual- y cultural- vía promoción de una identidad europea. La integración europea- se lee en el documento- sólo será lograda si los europeos lo quieren. Los europeos sólo lo querrán si existe identidad europea. Identidad europea que únicamente se desarrollará si los europeos están adecuadamente informados. Hasta ahora, la información ofrecida a través de los medios está controlada a nivel nacional”.³¹

Para la construcción de esta identidad europea, a través de los medios de comunicación, sería necesaria la reorientación de las publicaciones nacionales hacia un enfoque europeo. El dualismo de la esfera nacional-europea no tiene por qué ser conceptos dicotómicos enfrentados, sino que ambas realidades forman parte de un mismo escenario, la una integra a la otra, la una depende de la otra.

A pesar de las peculiaridades nacionales, la construcción de una misma opinión pública a través de los medios de comunicación es posible. El ejemplo más relevante es la cadena británica BBC, que entre sus principios editoriales señala la formación de una identidad y comunidad nacionales. En Reino Unido, donde conviven cuatro naciones en una, se ha logrado mediante el establecimiento de símbolos comunes. Por ejemplo con

³⁰ Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Título IX. Artículo 128. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [15/06/2015]

³¹ SOTELO GONZÁLEZ, J. (2009). El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea. En Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara: Editores del Henares (139-148)

las emisiones regulares de acontecimientos públicos, celebraciones y ceremonias. Concretamente, aquellas relacionadas con la familia real británica, que se ha convertido en uno de los iconos más explotados.

Sin embargo, elegir un símbolo concreto que comparta un mismo significado para todos los ciudadanos europeos parece complicado. Sotelo González cita al profesor Anthony Smith y explica que “el sentimiento europeo no consiste en ningún elemento concreto, en el sentido de una lengua, un territorio, una simbología, una religión, una historia compartida o una percepción de “nosotros” y “ellos”, porque en todos estos apartados hay vacíos. Más bien, hay tradiciones compartidas de las que, en algún momento, todos los países europeos han participado. Estas tradiciones incluyen el Derecho romano, la democracia, el parlamentarismo, el judeo-cristianismo y patrimonios culturales como el renacimiento humanista, el racionalismo, el empirismo, el romanticismo y el clasicismo. Sin embargo, no puede hablarse de “unidad en la diversidad” –como en términos culturales formulan oficialmente algunos textos comunitarios-, sino de una “familia de culturas” inventadas a partir de tradiciones históricas y patrimonios culturales parcialmente compartidos”.³²

Mientras que los símbolos nacionales son plenamente asumidos por la población, los símbolos comunitarios guardan un significado más cercano al oficialismo que al ideario popular. Al respecto, Sotelo González menciona a otro profesor, Ulf Hedetof, que considera que “esto no implica que Europa no pueda ser leída en un contexto de historia común, orientaciones y valores políticos comunes, etc. En este sentido, de hecho, puede discernirse una identidad de Europa, lejana, eso sí, de una identidad europea”.³³

En este proyecto europeo la integración económica y monetaria es ya una realidad. Sin embargo, la cesión de las competencias políticas parece resistirse. Los Estados que integran la Unión Europea son reacios a perder parte de su soberanía y por tanto su identidad nacional. De este modo, el concepto de la nacionalidad continúa profundamente arraigado en el contexto europeo. A todo esto, el número de lenguas, el número de tradiciones y culturas, el número de intereses asciende ya a veintiocho particularidades distintas. Esto dificulta todavía más la conquista de un verdadero sentimiento europeo entre los ciudadanos de la Unión.

Constantemente, las referencias al escaso interés de la ciudadanía por los asuntos comunitarios hacen encender las alertas sobre el proyecto europeo. Por ejemplo, atendamos a los datos de participación de las elecciones europeas. Las primeras elecciones directas, celebradas en 1979, registraron un índice de participación de casi el

³² SOTELO GONZÁLEZ, J. (2009). El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea. En Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara: Editores del Henares (139-148)

³³ *Ibíd*em

62%; las segundas, celebradas en 1984, registraron un 59% de participación; las terceras, celebradas en 1989, un 58.4%; en las elecciones de 1994, la participación fue del 56.7%; en 1999 los datos de participación fueron del 49.5%; en 2004 la participación fue del 45.47%; en 2009 fue de un 43%; y por último, en 2014, el índice de participación ha sido del 42.54%.³⁴ Esta caída en picado de los datos de participación habla por sí sola. La ciudadanía europea parece, cada vez más, indiferente ante la realidad comunitaria.

Los factores que explican el origen de este problema, la apatía democrática europea, son muchos y diversos. Los líderes políticos, el sistema educativo, los propios ciudadanos y por supuesto, los medios de comunicación están directamente implicados en ellos. La toma de conciencia por parte de todos los grupos sociales será determinante para la consecución de una verdadera identidad europea.

6.2 UN CASO PRÁCTICO: INFORMACIÓN DE LA UE EN LOS DIARIOS DE EL PAÍS Y EL MUNDO

El siguiente caso práctico ha consistido en el análisis de todas las informaciones acerca de la Unión Europea que aparecen en los diarios de *El País* y *El Mundo*, concretamente durante el pasado mes de enero. El estudio, que comprende desde el viernes 02/01/2015 al sábado 31/01/2015, examina los textos, tanto informativos como opinativos, en los que la Unión Europea como institución cuenta con un peso importante sobre los hechos narrados. El análisis consta de 254 informaciones acerca de la UE: 153 textos del periódico *El País* y 101 del diario *El Mundo*, contando este último medio con dos jornadas sin ningún texto de contenido comunitario.

Antes que nada, cabe destacar algunas dificultades a las que se ha enfrentado este análisis. Resulta complicado establecer un criterio claro y concreto a la hora de escoger las informaciones que corresponden al ámbito de la Unión Europea como institución. Por un lado, en muchas ocasiones, los textos se refieren a la UE como Europa, y a Europa como la UE. Esto puede confundir al lector, ya que la línea divisoria entre los conceptos Unión Europea, como institución, y Europa, como continente, como espacio geográfico, puede no ser tan nítida.

Por otro lado, intentar dibujar “fronteras” a la información es casi un imposible. La narración de la actualidad tiene más que ver con un conjunto ordenado y estructurado de sucesos, donde todo tiene que ver con todo, donde cada elemento se relaciona entre sí y donde cada aspecto afecta a todo el conjunto; más que con compartimentos independientes y estancos. La información nacional no es estrictamente nacional y la información internacional no es puramente internacional. Muchos de los aspectos del ámbito nacional, al ser España miembro de la UE, tienen que ver con la órbita europea: la economía, la justicia, la inmigración, la seguridad, la alimentación etc. Además, la Unión surge de la suma de las peculiaridades de distintos Estados miembros. Por tanto,

³⁴ European Parliament. Directorate-General for Communication. Public Opinion Monitoring Unit (2014). Estudio post-electoral EE 2014. Elecciones Europeas de 2014. Síntesis analítica. http://www.europarl.es/es/parlamento_europeo/eurobarometro.html [15/06/2015]

ha sido complicado encontrar textos puramente homogéneos interpretados desde un solo patrón, en este caso, la Unión Europea. Por ejemplo, en la mayoría de los textos económicos vinculados al contexto español la UE también tiene un espacio protagonista, bien a través del BCE, del barril de crudo *Brent*, la prima de riesgo, las Bolsas europeas etc. Y así ocurre en cada sección, en las que, más allá de organizar el periódico, carece de sentido limitar la información en este mundo cada día más globalizado y más entregado a las redes sociales e Internet donde no entienden de fronteras. Por lo tanto, con mayor o menor carga, la Unión Europea siempre está presente en la mayoría de los textos de la actualidad informativa, ya sea en el ámbito internacional, nacional, regional, económico, social, etc.

Para superar estos confusos detalles y ante la necesidad de acotar este análisis, este caso práctico sólo destaca aquellos textos, tanto informativos como de opinión, en los que la Unión Europea aparece como una institución relevante, de importancia manifiesta, en el desarrollo de los acontecimientos narrados.

	EL PAÍS	EL MUNDO	Nº total de textos analizados
Textos informativos	104	78	182
Textos de opinión	49	23	72
Total	153	101	254

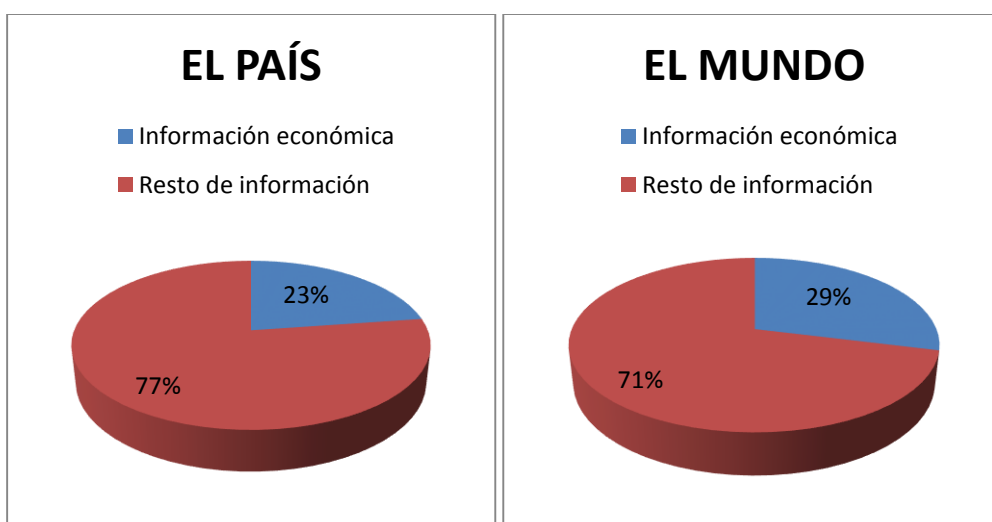
A lo largo de este estudio sobre la información comunitaria en los medios de comunicación son varias las conclusiones alcanzadas. En primer lugar, una de las evidencias más claras y directas que muestran los resultados de este análisis es el tratamiento económico de los asuntos comunitarios. La información de la UE apenas encuentra espacio en secciones como sociedad, salud, medio ambiente, cultura y deportes. Incluso los temas de corte político, que pueden ofrecer un trato mucho más cercano y más humano que las estrictas cifras económicas, también escasean frente al enfoque económico. Por tanto, por regla general, la información de la Unión Europea está subordinada a un aspecto puramente económico. De hecho, en el diario *El Mundo* algunas de las noticias comunitarias aparecen en la sección ‘Motor’. Lo que constata que, en la mayoría de los casos, se busca siempre un tratamiento económico y comercial, atendiendo a los beneficios, las rentabilidades y los rendimientos económicos. La posible explicación a este concreto tratamiento es que la Unión Europea nació como una unión económica y sólo con el paso de los años ha ido profundizando en una integración política y social. Además, la aparición de la moneda comunitaria y su actual crisis económica ha contribuido a este enfoque tan especializado, convirtiendo al euro en uno de los asuntos estrella.

Como demuestra el siguiente gráfico casi un tercio de la información relacionada con la UE contiene tintes estrictamente económicos. En el caso del diario *El Mundo* este porcentaje supera un tercio del total (casi un 30%). El excesivo tratamiento económico

de la información comunitaria puede generar un problema de desinformación, ya que la mayoría de los profesionales coinciden en señalar a la sección de economía como una de las áreas más complicadas para el lector. La información económica contiene conceptos sumamente especializados, numerosos tecnicismos, ideas muy técnicas y complejas que requiere una formación previa. Por lo que esta sección está dirigida a un grupo concreto de lectores, a una élite especializada y formada en este campo, lo que excluiría al resto de la población con preparación cultural media. Ante la dificultad innata de esta sección, la mayoría de los ciudadanos de nivel cultural medio, si se interesan por la actualidad, suelen sortear las páginas económicas porque resultan poco comprensibles. De este modo, observamos en este análisis una grave contradicción: la sección de economía es el espacio donde la UE aparece con mayor protagonismo, pero al mismo tiempo, es la sección más compleja y por tanto la menos consumida por el público general. Así que, como pescadilla que muerde su cola, la información de la Unión Europea se trabaja mucho pero no llega adecuadamente a los ciudadanos.

El marcado contexto económico de la Unión Europea es una realidad. Sus orígenes hunden raíces en cuestiones económicas y su presente sigue marcado por esta materia. Por lo que ignorar este tipo de información no es una buena opción. Ante esta barrera necesitamos textos económicos con mayor esfuerzo divulgativo por parte del periodista, con una intensa labor de traducción del profesional de la comunicación hacia el público general. En definitiva, faltan textos que acerquen la economía al lector, que impliquen y hagan sentir estos contenidos más cercanos; no tan impasibles y distantes, como una mera recopilación de datos y conceptos macroeconómicos. De hecho, los asuntos económicos, más aún en un contexto de crisis económica como la actual, repercuten directamente en el día a día de la población. Por lo tanto, urgen reportajes divulgativos, entrevistas que personalicen la información y textos enfocados desde un punto de vista más microeconómico. Todas estas opciones podrían ser apropiadas alternativas para romper con este obstáculo comunicativo.

Gráfico 1. Información económica en los diarios *El País* y *El Mundo*

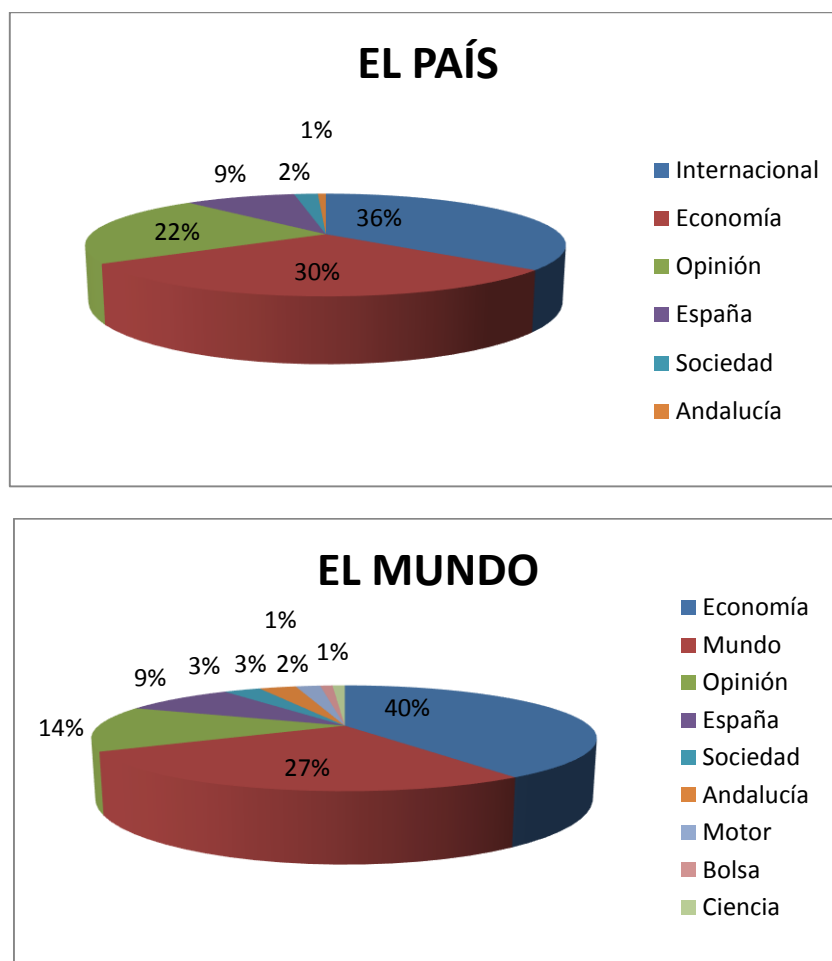


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

A pesar de la abundante información comunitaria en la sección de economía, el resto de áreas no pasan desapercibidas. De hecho, el diario *El País* dedica una atención aún mayor a la sección de internacional, superando en interés a las cuestiones económicas. La sección ‘Internacional’ supone un 36% frente al 30% de la sección ‘Economía’. Le sigue la sección ‘Opinión’ con un 22%, la sección ‘España’ con un 9%, la sección ‘Sociedad’ con un 2% y en último lugar, ‘Andalucía’ con sólo un 1%.

Por otro lado, en *El Mundo* la información económica sigue primando por encima del resto de secciones. La sección ‘Economía’ representa un 41% del total, frente al 30% de la sección ‘Mundo’, un 14% de la sección ‘Opinión’, le sigue la sección ‘España’ con un 9%, ‘Sociedad’ y ‘Andalucía’ con un 3%, la sección ‘Motor’ corresponde a un 2% y por último, ‘Bolsa’ y ‘Ciencia’ con un 1%.

Gráfico 2. Secciones en las que aparece información comunitaria en los diarios de *El País* y *El Mundo*



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

No cabe duda que la sección ‘Internacional’ en *El País* o la sección ‘Mundo’ en *El Mundo* resultan mucho más comprensibles para el lector, con contenidos más cercanos que los estrictos temas económicos. Por lo que resulta muy positivo que la información comunitaria también ocupe un peso importante en estas secciones mucho más digeribles. Sin embargo, ¿es apropiado situar la información comunitaria en secciones bajo el nombre de ‘Internacional’ o ‘Mundo’? ¿Acaso la Unión Europea no forma parte de nuestra misma realidad? ¿Somos andaluces, españoles y europeos? O ¿tenemos que elegir informarnos sólo como andaluces, españoles o europeos? Por tanto, como hemos mencionado anteriormente, la actualidad no entiende de fronteras geográficas como Despeñaperros o Los Pirineos, ni atiende a compartimentos estancos, a criterios puramente económicos o políticos, sino que todo es un conjunto. De este modo, carece de sentido que la información de la UE aparezca en áreas que suenan a lo ajeno, a lo lejano, porque precisamente también forma parte de nuestro contexto más inmediato. Por ejemplo, durante el periodo de tiempo analizado, la información comunitaria ha compartido espacio en estas páginas internacionales con otros asuntos como el deshielo

de Cuba o el ‘caso Nisman’ en Argentina. Sin embargo, la Unión no debería pertenecer a este “cajón” de asuntos internacionales, porque, en cierto modo, la UE también es parte de nuestro ámbito regional y nacional. Una buena solución al respecto sería la creación de una sección exclusiva para los asuntos comunitarios. Rosa M^a Berganza, doctora en Ciencias de la Información, explica en su libro *Periodismo Especializado* las distintas ventajas que podría ofrecer una sección comunitaria: “contribuiría, en primer lugar, a dar una imagen más coherente, global y comprensible para la audiencia de los temas de los que se informa. Ofrecería una imagen menos segmentada de la construcción europea, ya que unificaría en una sección los múltiples aspectos (sociales, culturales, políticos o económicos) que están implicadas en ella. En segundo lugar, como señala Gifreu (1990: 10-12), todo espacio de comunicación implica situar al observador en un punto de vista geopolítico [...]. En tercer lugar, ayudaría a la consolidación de estos contenidos (a darle mayor relevancia) y a que se produjera una mayor densidad informativa [...]. En cuarto lugar, supondría el afianzamiento de la información comunitaria como especialización periodística.”³⁵

Por lo tanto, una sección exclusiva para la Unión Europea acabaría con la dispersión de los asuntos comunitarios que tanto dificulta la percepción del proyecto europeo. De este modo, el periodista, especializado en esta materia concreta, contaría con suficiente espacio para emplear distintos géneros periodísticos, para profundizar en los temas comunitarios, para analizar y generar debate sobre ellos, para divulgar y hacer más comprensible estos textos, ya que a veces resultan demasiado burocráticos y técnicos. “Faltan textos con temas más amplios, humanos y sociales que puedan mostrar una cara más amable y cercana de la Unión Europea”.³⁶

En España, el diario *El Mundo* contó durante algún tiempo con una sección exclusiva para la información comunitaria: ‘Europa’. Esto obligaría al medio de comunicación a completar estas páginas con un seguimiento periódico de los asuntos comunitarios. Ya que, hoy en día, la información de la UE en los medios de comunicación aparece y desaparece con mayor o menor afluencia dependiendo, en parte, del resto de temas internacionales que pueden llegar a eclipsarla.

Asimismo, volviendo a las secciones más recurrentes para la información comunitaria, los principios ideológicos también influyen en esta clasificación. Por ejemplo, mientras que el diario *El Mundo* dedica tres textos vinculados a la UE en la sección ‘Andalucía’; *El País* sólo aporta uno. Precisamente, el contenido de estos textos perjudica gravemente a la Junta de Andalucía; ya que, en varias ocasiones, la Comisión Europea ha puesto en tela de juicio la actuación del gobierno autonómico en cuanto a posibles irregularidades respecto a ayudas económicas concedidas por la UE. Por lo tanto, atendiendo a intereses partidistas, esta información sí le interesa a *El Mundo* pero no a

³⁵ BERGANZA CONDE, Rosa M^a (2005). La información sobre la Unión Europea como objeto de especialización periodística. En Rosa M^a Berganza Conde, *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias. (115-157)

³⁶ *Ibidem*

El País. De este modo, la selección de los contenidos comunitarios también atiende a criterios poco objetivos y asépticos, y sí a inclinaciones ideológicas y partidistas.

Además, como hemos mencionado anteriormente, llama la atención la aparición de algunos textos comunitarios en la sección ‘Motor’ de *El Mundo* (2%). Un espacio recurrente como escaparate publicitario, como portada de los intereses comerciales del grupo Unidad Editorial, y que, una vez más, constata el corte económico y comercial de la información de la UE.

En ambos medios de comunicación, en *El País* (22%) y en *El Mundo* (14%), la sección ‘Opinión’ supone la tercera opción más demandada para los contenidos europeos. Este aspecto resulta positivo porque demostraría el interés, tanto del medio como de sus lectores, por construir un foro de debate acerca de los asuntos comunitarios.

En la sección ‘Sociedad’ (*El País* con un 2% y *El Mundo* con un 3%) aparecen algunos temas comunitarios, pero sólo puntualmente: legislación de alimentos transgénicos, hepatitis C, estadísticas europeas sobre la mortalidad del cáncer, etc. En definitiva, los temas sociales y culturales escasean. De hecho, en este análisis por ejemplo no se ha encontrado ningún tipo de información cultural. Cuando precisamente estas temáticas servirían para acercar mucho más la institución comunitaria a los lectores a través de contenidos cercanos, comprensibles y dinámicos.

Tras esta primera aproximación a las secciones que albergan la información comunitaria, podemos constatar que *El País* dedica mucho más interés a los temas de la UE. Sólo hay que atender al número de textos analizados: 153 frente a 101 en *El Mundo*. Precisamente, entre sus principios editoriales, *El País* se declara abiertamente europeísta: “EL PAÍS se define estatutariamente como un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación de europeo, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución”.³⁷

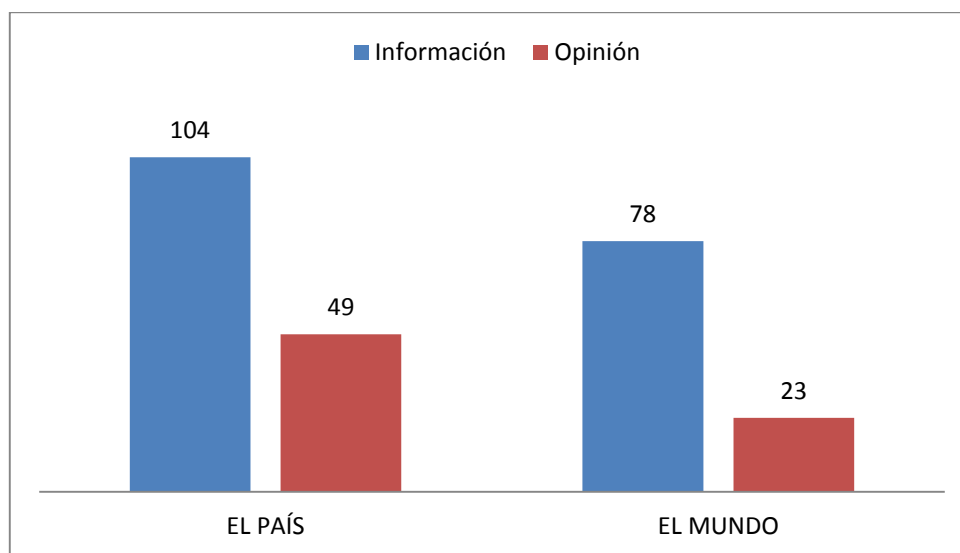
Por el contrario, *El Mundo* escribe con una óptica mucho más nacional. De hecho, durante este análisis, en varias ocasiones ambos diarios han compartido los mismos temas pero con enfoques totalmente distintos: uno en clave más europea y otro en clave nacional. Por ejemplo, este comportamiento es recurrente en la sección de economía, donde *El País* conjuga a la perfección aspectos nacionales y comunitarios, mientras que *El Mundo* interpretan los hechos desde una esfera mucho más nacional.

Además, no sólo los textos estrictamente informativos son superiores en *El País*, también lo son los textos de opinión. Por lo tanto, podemos afirmar que *El País* supone un foro de debate sobre los asuntos europeos más firme y comprometido que el diario *El Mundo*. En el siguiente gráfico se aprecia como el número de textos de opinión, que

³⁷ EL PAÍS, Manual de Estilo. Título I: Principios. Sección I: Política editorial blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pais.pdf [20/06/2015]

generan debate y que invitan a la reflexión y a la crítica, es superior en *El País* que en *El Mundo*.

Gráfico 3. Tipos de textos

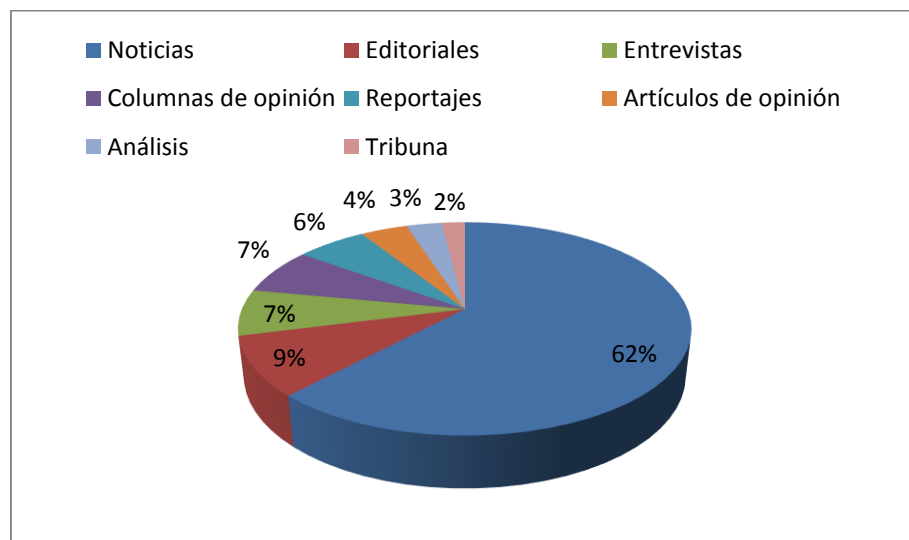
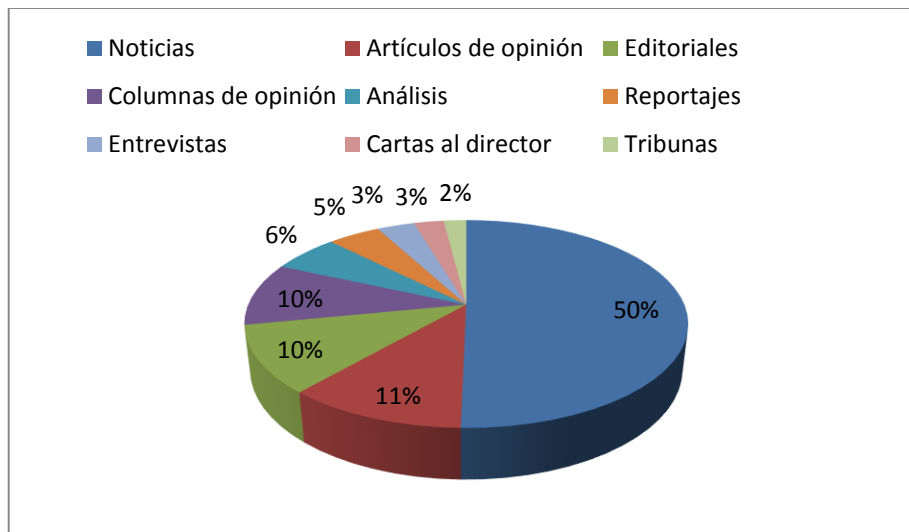


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por otro lado, en cuanto a los géneros periodísticos más comunes, en el diario *El País* son recurrentes las cartas al director con contenido comunitario. Lo que demuestra, una vez más, los intereses y la formación del público de este medio acerca de la Unión Europea.

Por antonomasia, el género preferido para los asuntos de la UE es la noticia (50% en *El País* y 64% en *El Mundo*). En la clasificación de *El País* le siguen los artículos de opinión, los editoriales y columnas, los análisis, los reportajes, las entrevistas, las cartas al director y las tribunas en este orden. En el caso de *El Mundo*, en segundo lugar aparecen los editoriales, le siguen las entrevistas y columnas, los reportajes, los artículos de opinión, los análisis y por último, las tribunas de opinión.

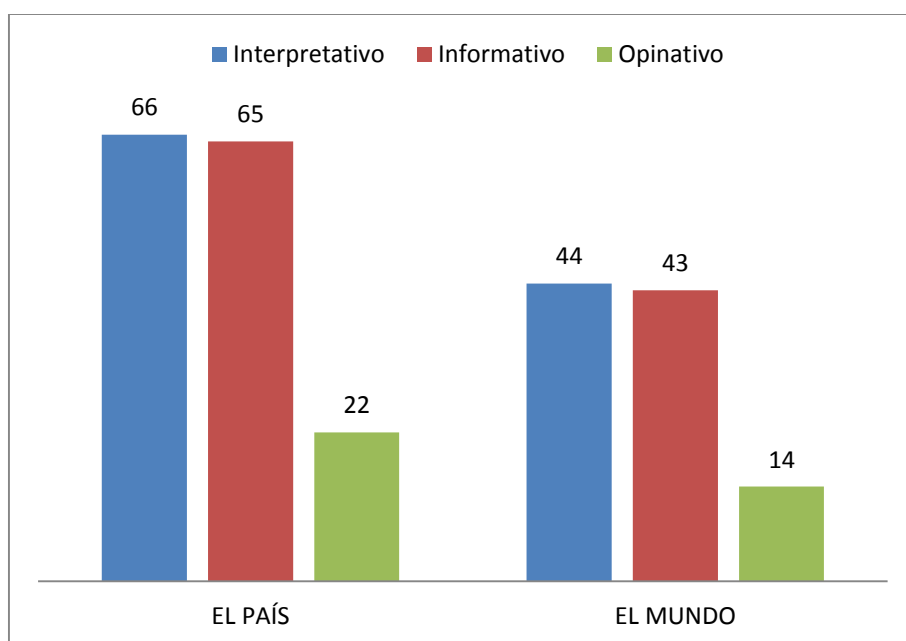
Gráfico 4. Géneros periodísticos en *El País* y *El Mundo*



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Otro aspecto destacable en este análisis son los titulares que acompañan a estos géneros periodísticos, de los que existe un alto número de títulos interpretativos. No cabe duda de la importancia del titular para atraer al lector, para vender la información, son las luces de neón que atrapan la atención sobre el texto. Por este motivo, los de corte interpretativo, los que aportan algo más, ese plus que engancha, son mayores en número que los estrictamente informativos u opinativos.

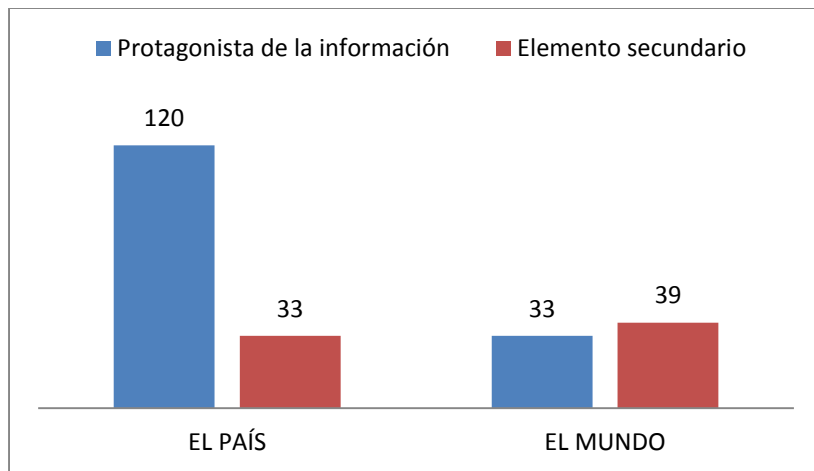
Gráfico 5. Tipos de titulares



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Ahora bien, estos datos anteriores no significan que exista un protagonismo supremo de la UE en todas estas informaciones. En muchos de estos textos la Unión Europea queda relegada a un segundo plano, aparece como un elemento anexo, adyacente al verdadero actor protagonista. Por ejemplo, en las informaciones acerca de la inestabilidad política, social y económica en Grecia, la UE es un elemento presente prácticamente en todos los textos; sin embargo, su importancia no es siempre primordial. El siguiente gráfico refleja las informaciones en las que la Unión Europea aparece como protagonista principal o como elemento secundario y anexo. Una vez más, podemos comprobar el especial interés de *El País* en los asuntos comunitarios, dedicando un mayor número de textos con estricto protagonismo europeo; así como, un menor porcentaje de textos en los que la UE queda relegada a un segundo plano.

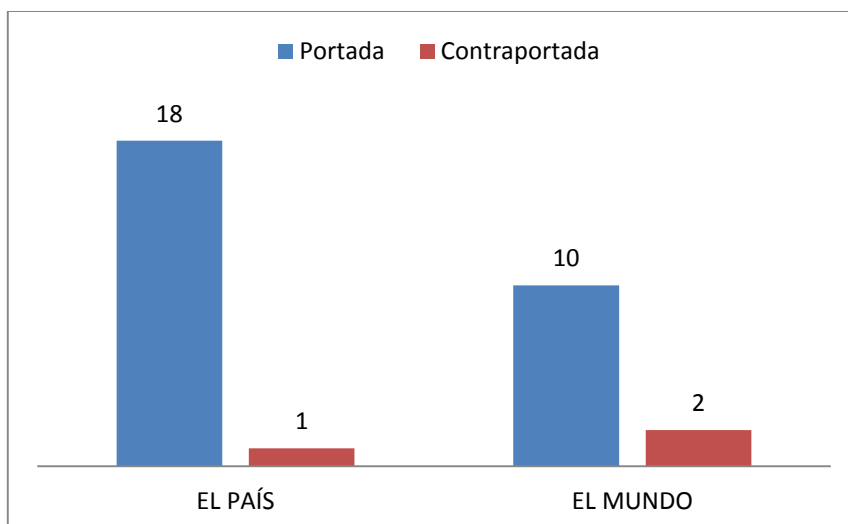
Gráfico 6. Protagonismo de la UE



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Asimismo, el interés concedido a la información comunitaria también puede ser observado a partir de la ubicación de estos contenidos. Concretamente, *El País* dedica muchos más espacios de su portada a los asuntos europeos, aproximadamente un 12% frente a cerca de un 10% de *El Mundo*. Por otro lado, el porcentaje de noticias en la retaguardia, en la contraportada, es mayor en *El Mundo* con casi un 2% frente a cerca de un 1% de *El País*.

Gráfico 7. Ubicación de la información comunitaria

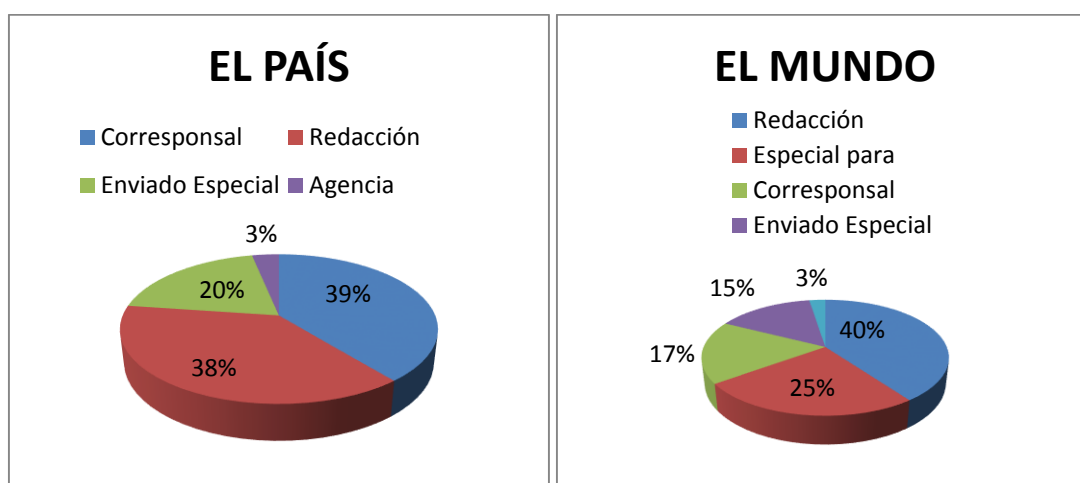


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por otro lado, en cuanto al tipo de autoría de las informaciones comunitarias, en los siguientes gráficos podemos observar que *El País* apuesta en un mayor porcentaje por las corresponsalías (40%); mientras que *El Mundo*, recurre a los periodistas de su propia redacción (también en un 40%). Una vez más, este aspecto puede ser otra prueba del compromiso que *El País* ha adquirido con los asuntos comunitarios, mucho mayor que *El Mundo*, con tan sólo un 17% de los textos escritos por corresponsales. Además, el diario *El Mundo* emplea muy a menudo los ‘Especiales para’ (25%), lo que le permite ofrecer una amplia cobertura de los temas de la UE, pero sin invertir demasiado en las corresponsalías. No obstante, los ‘Especiales para’ pueden dificultar la comprensión final de los textos, ya que su autor es un periodista propio del lugar de los hechos desde donde escribe, en este caso, para España. Por lo tanto, este periodista trabaja bajo otro contexto, bajo otros conceptos y patrones, que pueden no ser compartidos en nuestro ámbito nacional y generar, finalmente, un mal entendimiento.

Asimismo, en este análisis observamos una correlación directa entre las informaciones donde la UE ocupa un papel protagonista y el tipo de autoría. En la mayoría de los textos escritos por corresponsales, la Unión Europea supone el eje central de la información, la única y principal protagonista es la institución misma. Mientras tanto, aquellos textos en los que la institución sólo ejerce un papel secundario son escritos por periodistas desde la redacción del medio.

Gráfico 8. Autoría de los textos en los diarios de *El País* y *El Mundo*



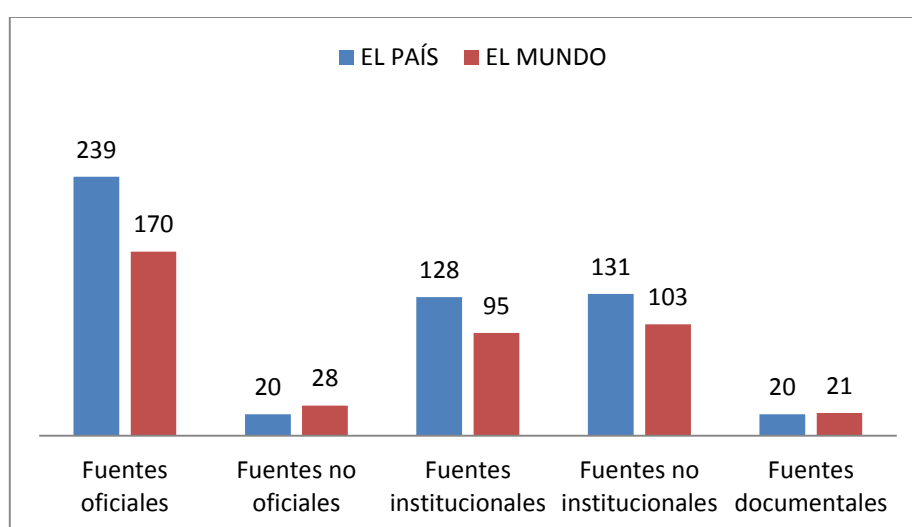
Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

En esta investigación, el uso de las fuentes de información es otro aspecto destacable. En ambos periódicos el número de referencias oficiales e institucionales supera a las fuentes no oficiales y no institucionales. Esta praxis puede deberse a la sobrecarga de trabajo a la que están sometidos los periodistas, y por tanto el fácil socorro de este tipo de fuentes oficiales y, sobre todo, institucionales. No obstante, este “atajo” supone un

arma de doble filo, convirtiendo la información comunitaria en escaparate de las fuentes institucionales y sólo atendiendo a la versión oficial. Por lo que esta práctica debería ser mucho más contenida, encontrando la virtud en el punto medio de un buen ejercicio periodístico, con una equilibrada combinación de fuentes de información de todo tipo.

Además, las fuentes documentales son muy escasas. Este tipo de recursos informativos pueden otorgar al contenido mayor relevancia y notoriedad. Sin embargo, para el periodista “todoterreno” encontrar y trabajar estas fuentes documentales requiere más dedicación que la simple transcripción de unas declaraciones oficiales.

Gráfico 9. Tipos de fuentes de información en *El País* y *El Mundo*

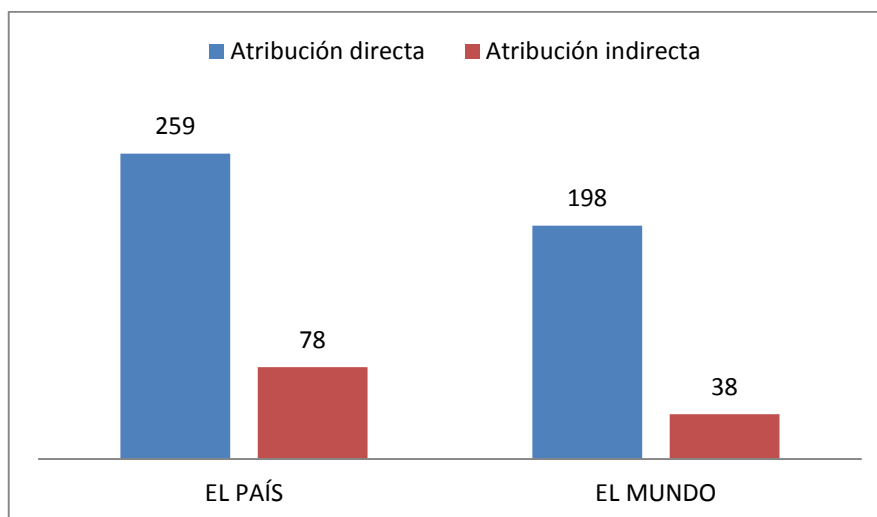


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por otro lado, en cuanto al uso de las fuentes, una negativa y muy recurrente práctica es la mala indicación de éstas. Por ejemplo: “según Bruselas”, “según fuentes consultadas”, “según fuentes expertas”, “según una fuente parlamentaria”. No digamos la coletilla: “fuentes bien informadas”, incongruente por donde se mire ya que toda fuente debería estar bien informada. Este tipo de fuentes, bajo atribución indirecta, no ayudan a construir un relato serio, sólido y creíble; al contrario, perjudican gravemente el gran tesoro de esta profesión: la credibilidad. El lector quiere saber quién es “Bruselas”, quién es la fuente o el experto consultado. Un texto claro y transparente en cuanto a las fuentes de información consultadas, referencia y respaldo de que lo que contamos está profesionalmente contrastado, contribuye a una mejor comprensión del relato, a un mayor acercamiento hacia la realidad europea, y, sobre todo, a la férrea consolidación de nuestra credibilidad como periodistas. En este análisis hemos podido comprobar que cerca de un 20% de la atribución de las fuentes de información es indirecta. Sin embargo, afortunadamente, en un correcto ejercicio periodístico, la

atribución directa, la mención clara y concisa, con nombre y apellidos, y sin ocultar ningún detalle, sigue siendo mucho más alta.

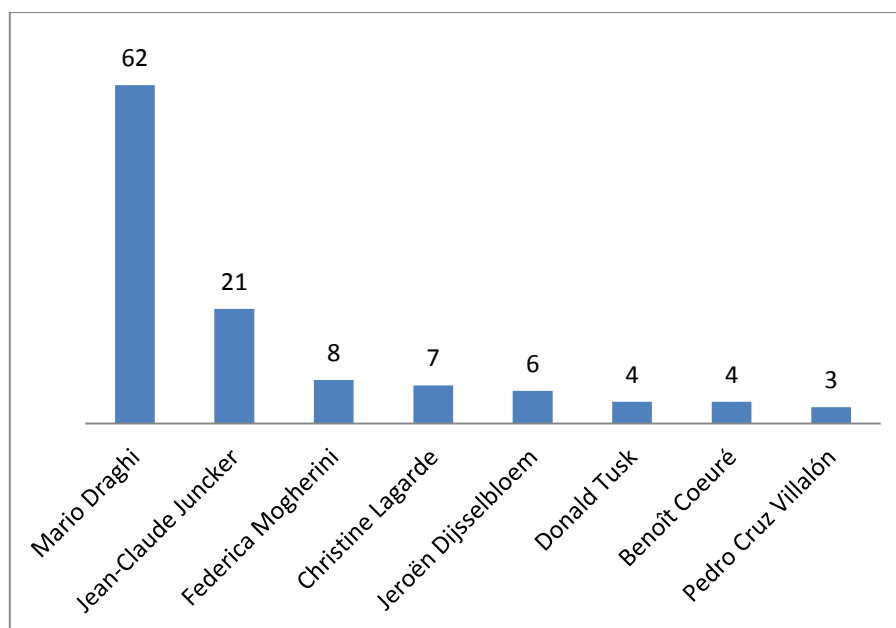
Gráfico 10. Tipos de atribuciones de las fuentes de información en *El País* y *El Mundo*



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Otro aspecto destacado en esta investigación es una breve clasificación de los personajes con mayor protagonismo en las informaciones comunitarias. En primer lugar, y en perfecta sintonía con lo explicado anteriormente, destaca sobremanera el fuerte sesgo económico de los asuntos europeos con Mario Draghi, presidente del Banco Central Europeo, como el personaje más mencionado en ambos periódicos. Le siguen otros protagonistas como Jean-Claude Juncker, presidente de la Comisión Europea; Federica Mogherini, jefa de la diplomacia europea; Christine Lagarde, directora gerente del Fondo Monetario Internacional; Jeroën Dijsselbloem, presidente del Eurogrupo; Donald Tusk, presidente del Consejo Europeo; Benoît Coeuré, miembro del Comité Ejecutivo del BCE y Pedro Cruz Villalón, abogado general del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Gráfico 11. Personajes protagonistas en la información comunitaria



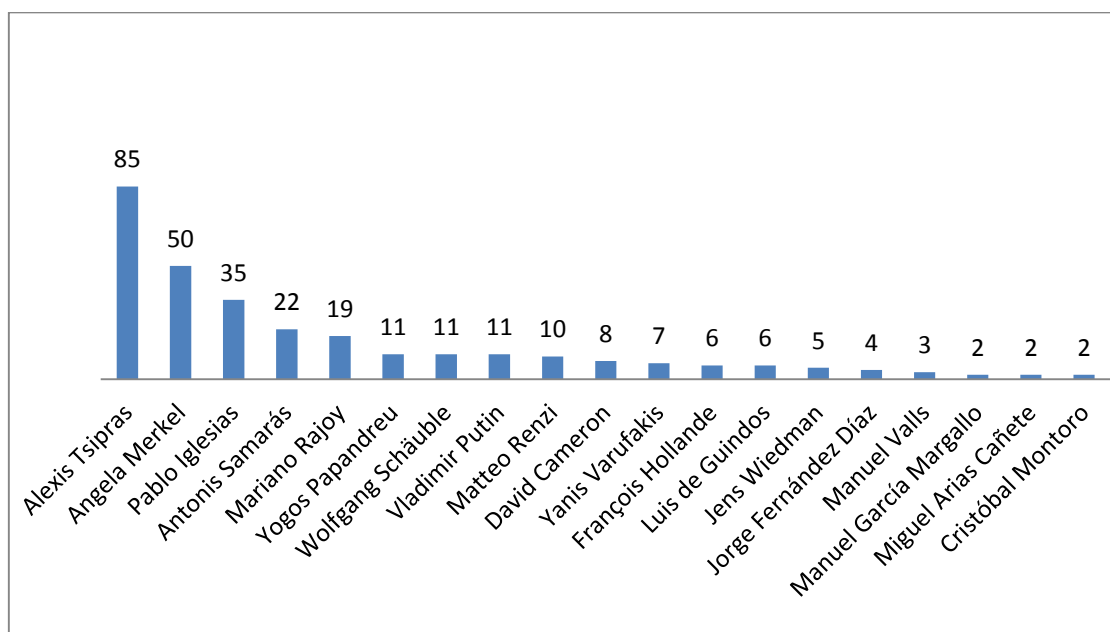
Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por otro lado, Alexis Tsipras encabeza la lista de los líderes europeos con mayor protagonismo en la información comunitaria. Prácticamente, desde el comienzo de la crisis económica (2007-2008) la delicada situación del país heleno ha ocupado la mayoría de los titulares de los medios de comunicación. En especial, este pasado mes de enero, Grecia ha sido uno de los asuntos estrella de la parrilla informativa por la celebración de sus comicios nacionales. Además, con un aliciente añadido, un nuevo partido político que desafiaba y sacudía los cimientos de toda la Unión Europea: Alexis Tsipras y la formación de izquierdas Syriza. Por lo tanto, durante el mes analizado, las distintas cuestiones griegas han sido principales claves protagonistas de la información comunitaria. Por este motivo, el político Alexis Tsipras ha sido el líder europeo más mencionado. Le sigue en esta clasificación la canciller alemana, Angela Merkel. En la mayoría de los textos acerca de la UE la mandataria alemana aparece en un puesto destacado, lo que sugiere quién lidera el peso de la Unión. Los pormenores del nuevo programa de compra masiva de bonos soberanos por parte del BCE, el inestable escenario griego, los asuntos económicos y políticos comunitarios no salen adelante sin pasar por el despacho de la “dama de hierro” alemana. Precisamente esto queda fielmente reflejado en los textos de ambos diarios.

Le sigue en la clasificación Pablo Iglesias, líder de Podemos. En muchas ocasiones, esta nueva formación política española ha sido comparada con el contexto griego. Además, el protagonismo de Podemos o Syriza viene acompañado por otros grupos políticos, que desde el seno de la Unión se atreven a desafiar las reglas del juego impuestas por

Bruselas. No sólo es el caso de Syriza y Podemos, sino de Ukip en Gran Bretaña, el Frente Nacional en Francia, Pegida en Alemania y muchos otros. Nuevas formaciones antieuropeas que ya crecen bajo los cimientos de la UE y que aparecen recogidas en las informaciones analizadas. En el cuarto y quinto lugar de esta clasificación aparecen Antonis Samarás, ex primer ministro griego, y Mariano Rajoy, presidente del Gobierno español. Otros líderes destacados son Yogos Papandreu o Yanis Varufakis en el contexto de la grave inestabilidad griega. El protagonismo de otros personajes como Wolfgang Schäuble, ministro de Finanzas alemán o Jens Weidman, presidente del Bundesbank, corroboran una vez más la hegemonía de Alemania en la UE. Respecto a la superioridad de unos Estados miembros frente a otros, cabe mencionar que el lenguaje empleado en muchas de las informaciones también refuerza esta idea. De este modo, resulta muy habitual encontrar términos que aluden a “los países periféricos”, ahondando en la idea de que Portugal, España, Italia y Grecia son los países a la cola de la locomotora europea, los Estados que deben girar en torno a la periferia franco-germana. Precisamente, en algunos medios financieros anglosajones se refieren a este grupo de países del sur de Europa con el acrónimo peyorativo de *PIGS* (Portugal, Italia, Grecia y España).

Gráfico 12. Líderes europeos protagonistas en la información comunitaria

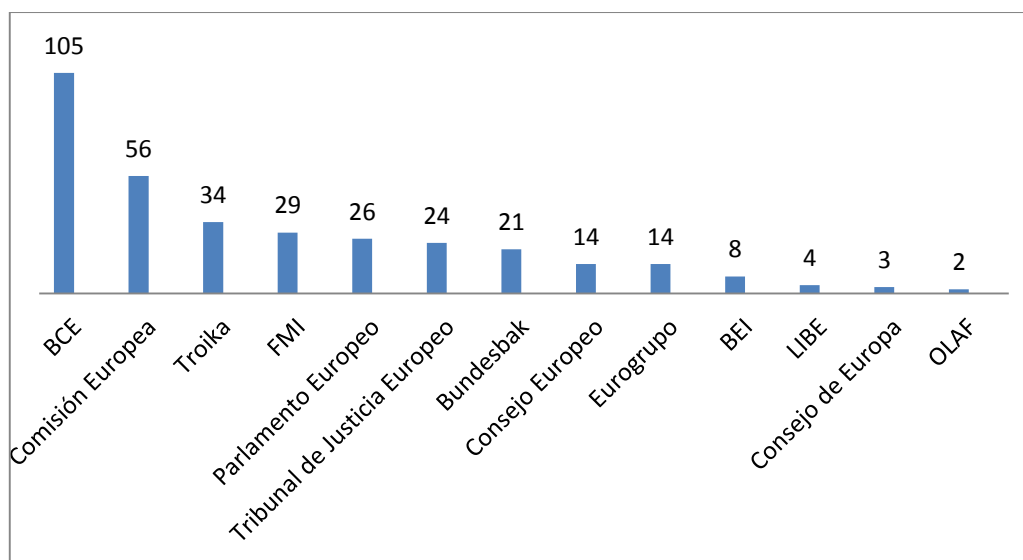


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Una vez más, el mercado contenido económico de la información comunitaria aparece reflejado en el siguiente gráfico, donde la institución protagonista en ambos diarios es el Banco Central Europeo. En definitiva, las instituciones europeas con mayor protagonismo son las que están especialmente vinculadas a los asuntos económicos:

BCE, Comisión Europea y FMI, los tres pilares de la Troika, muy presente en los textos sobre la crisis en Grecia. De nuevo, resulta muy interesante la notable presencia del Bundesbank en la información comunitaria, lo que vuelve a subrayar el liderazgo alemán en el proyecto europeo.

Gráfico 13. Instituciones protagonistas en la información comunitaria

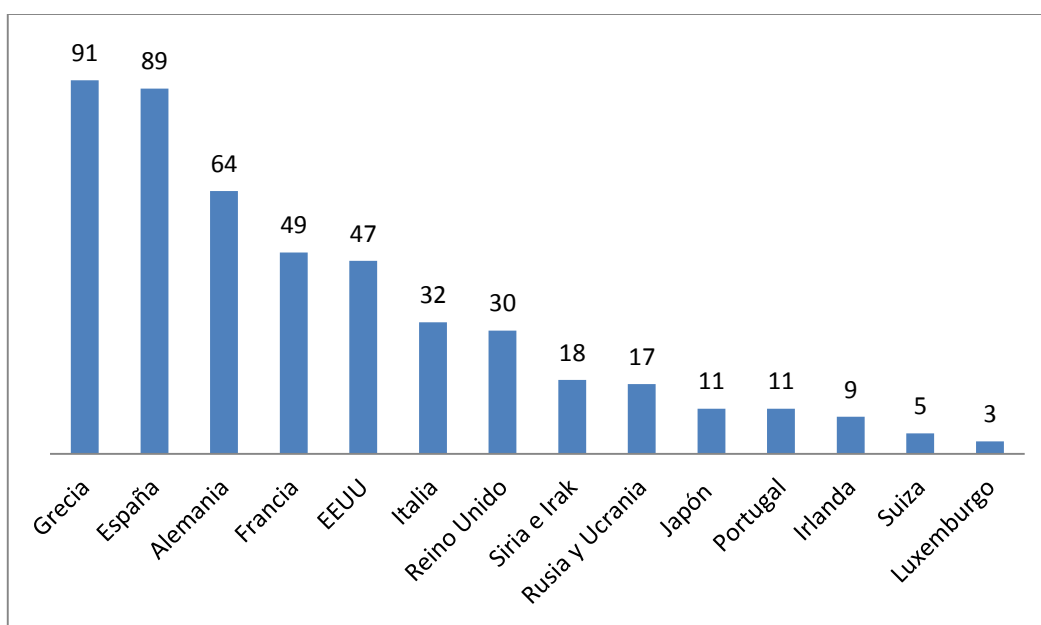


Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

En cuanto a los países más destacados en los asuntos comunitarios, como no podía ser de otra forma, Grecia ocupa el primer lugar, seguida de España y Alemania. Por otro lado, cabe subrayar el importante peso de Estados Unidos en la información comunitaria. En la mayoría de estos casos, la presencia de EEUU en los temas de la UE se debe a aspectos económicos. Por ejemplo, vinculados a la nueva política expansiva que lanzó en enero el BCE (*Quantitative Easing*), lo que llevó a muchas comparaciones respecto a las medidas empleadas por la Reserva Federal en EEUU y por las autoridades niponas en Japón.

Siria e Irak también cuentan con una presencia importante en el contexto de los atentados en París a la sede de la revista satírica *Charlie Hebdo*, con todo lo que esto acarreó respecto a la amenaza yihadista en suelo europeo.

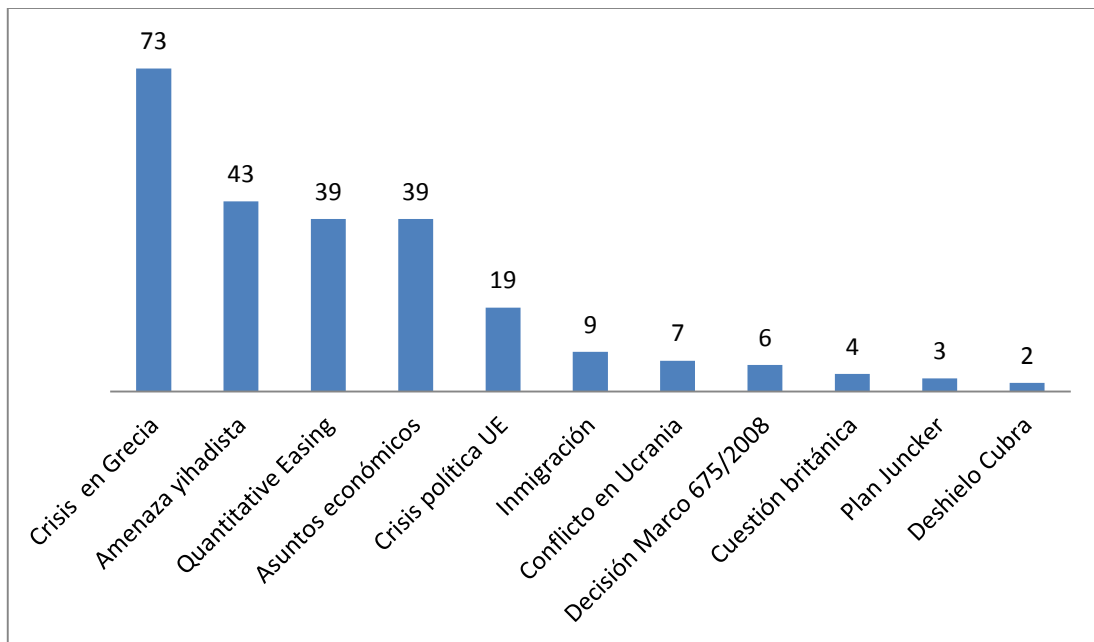
Gráfico 14. Países protagonistas en la información comunitaria



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por último, respecto a los asuntos de interés protagonistas en la información comunitaria, ambos periódicos coinciden en destacar, en primer lugar, los acontecimientos políticos y económicos acontecidos en Grecia. En segundo lugar, el terrorismo yihadista en el contexto de los atentados a la sede de la revista satírica *Charlie Hebdo* en París, con todo lo que este asunto trajo consigo: brote de islamofobia, reunión de los líderes europeos, planteamiento de nuevas medidas de seguridad como el registro PNR (*Passenger Name Record*), cuestionamiento del espacio Schengen, defensa de los valores europeos etc. En tercer lugar, otro asunto de interés prioritario ha sido el programa de compra masiva de bonos soberanos por parte del BCE (*QE*), una medida acogida con euforia y esperanza de que estas nuevas políticas acelerasen la recuperación económica de la zona euro. Otros asuntos de gran presencia han sido la inmigración, distintos asuntos económicos o el futuro del proyecto europeo.

Gráfico 15. Temas protagonistas en la información comunitaria



Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

Por otro lado, cabe hacer una mención especial al uso de las imágenes bajo las cuales pueden esconderse mensajes con doble sentido. A continuación exponemos una breve recopilación de algunas fotografías, ilustraciones y viñetas que nos invitan a pensar sobre la crisis política y económica en la UE, sobre la supremacía (casi yugo) germana, sobre la inquietud ante los desafíos de Syriza y otros temas que han copado las páginas de actualidad durante el mes de enero.



LUIS PAREJO



Una imagen del símbolo del euro junto a la sede del Banco Central Europeo en Fráncfort. / C.P. (EUTERS)

Cuestionamiento del proyecto europeo



Crítica de El País al PNR (Passenger Name Record), el macrofichero de pasajeros de líneas aéreas, como medida para luchar contra el terrorismo yihadista.





Satíricas viñetas de El Mundo en cuanto a las políticas de austeridad y la hegemonía germana en la UE.



El primer ministro griego, Antonis Samaras, junto a Mariano Rajoy, ayer en Atenas. AFP



Antonis Samaras, líder de Nueva Democracia, en una comparecencia en Atenas tras saberse el resultado. / REUTERS

Posibles paralelismos entre Grecia y España

La derrota de “las caras conocidas”



Un partidario de Die Linke alza un cartel pronosticando el cambio en Europa tras el triunfo en Grecia de Syriza. MATT DAVENY / GETTY IMAGES

Auge de los partidos anti-establishment, con un tono amenazante hacia la UE.



Una mujer, ante un cartel de Syriza. / YANNIS KOLESIDIS (EFE)

*La victoria, la euforia, casi locura,
que desata Syriza.*



La canciller alemana, Angela Merkel, y el presidente del Banco Central Europeo, Mario Draghi, en Cannes. REUTERS

Los bajos tipos de interés de Draghi hacen daño en Alemania



El presidente de la Comisión Europea, Jean-Claude Juncker, durante una rueda de prensa. REUTERS



Correlación de poder Alemania-BCE

Una Unión Europea que no oye los reclamos y las peticiones de sus miembros

Una Unión que ahoga y presiona a sus miembros

6.2.1 Cotejo entre los intereses informativos de Bruselas y los medios de comunicación analizados

Tras haber estudiado estos dos importantes aspectos de la comunicación en la Unión Europea: por un lado, la política de comunicación de la UE y por otro, la información comunitaria en los diarios *El País* y *El Mundo*; ahora nos detenemos, brevemente, en el paso intermedio entre uno y otro foco informativo, en el nexo de unión entre Bruselas y los medios de comunicación. ¿Qué tipo de información, cuánta y cómo llega desde las instituciones comunitarias a los medios de comunicación? ¿Realmente se corresponden las publicaciones de la UE con lo que aparece en los medios? Es decir, a través de los comunicados y notas de prensa que emite Bruselas, comprobaremos si el interés informativo de la UE y los medios de comunicación analizados coinciden.

Durante el periodo de tiempo investigado (enero de 2015), las comunicaciones emitidas desde el Parlamento hacia los medios de comunicación han sido muy escasas. En concreto, tres han sido los temas que han preocupado a la sala de prensa del Europarlamento: la lucha contra el terrorismo, una nueva directiva que limita el coste de los pagos con tarjeta bancaria y la XXIª edición del concurso Euroscola.

En el contexto de los atentados a la sede de *Charlie Hebdo* en París, el Parlamento ha querido explicar en qué punto de la lucha antiterrorista se encuentran las instituciones europeas, haciendo especial hincapié en el discutido *PNR (Passenger Name Record)*. En estas delicadas circunstancias, con la amenaza yihadista en suelo europeo, éste ha sido uno de los asuntos estrellas en los diarios *El País* y *El Mundo*. Por lo que, en este caso, los intereses de la sala de prensa del Parlamento Europeo y los criterios informativos de estos medios de comunicación sí se corresponden.

Sin embargo, otros temas de interés que el Europarlamento ha recogido en sus notas de prensa: una futura nueva directiva que limita el coste de los pagos con tarjeta bancaria y la XXIª edición del concurso Euroscola, no aparecen en las informaciones comunitarias analizadas. La cobertura del concurso Euroscola, organizado por el Parlamento, puede suponer un tema muy ameno y didáctico para el público juvenil, de corte cultural y social que se sale de los habituales patrones económicos y políticos. Por lo que, sin duda, sería un buen asunto que explotar y con el que intentar construir una sólida conciencia europea en los más pequeños. En cuanto a la futura directiva que limita el coste de los pagos con tarjeta bancaria, a pesar de tratarse de un tipo de información que nos afecta directamente, de contenido económico pero con un enfoque muy micro, tampoco ha encontrado sitio en las páginas de los periódicos analizados.

Otras instituciones con una gran actividad en la cobertura de sus comunicados de prensa son el Consejo Europeo y el Consejo de la UE. Durante el periodo de tiempo analizado varios han sido los temas que han preocupado a la sala de prensa de ambos órganos europeos: el nombramiento de nuevos miembros en el Comité de las Regiones y otras delegaciones, nuevas medidas en la lucha contra el cambio climático, asuntos de cooperación entre la UE y Armenia, otros aspectos sobre el movimiento insurgente de Boko Haram, conclusiones del Consejo sobre Túnez, así como sobre la República

Democrática del Congo (RDC) y las Fuerzas Democráticas para la Liberación de Ruanda (FDLR), asesoramiento a las fuerzas armadas en la República Centroafricana y también a las fuerzas de seguridad interior de Malí. Además, nuevamente, aparece entre estas notas de prensa la directiva sobre los límites de las comisiones percibidas por operaciones de pago con una tarjeta. En definitiva, un gran número de informaciones de corte muy variado, distinto a los estrictos temas económicos que sólo son accesibles para una élite. Un amplio contenido informativo que no aparece en los medios de comunicación analizados. La preocupación de la UE sobre Ucrania es el único asunto que aparece reflejado tanto en estos comunicados institucionales como en los diarios analizados, aunque sólo sea vagamente.

Por último, una de las instituciones claves: la Comisión Europea, ha producido una gran cantidad de comunicaciones y notas de prensa hacia los medios de comunicación durante el periodo de análisis de esta investigación. Los temas que han preocupado al departamento de prensa del Ejecutivo comunitario han sido muy distintos y variados, pero, una vez más, la mayoría no aparecen en los medios de comunicación. No obstante, cabe destacar que se trata de la institución europea que más casa con los intereses informativos de los diarios analizados.

Algunos de los asuntos abordados por la Comisión Europea y que no han aparecido en *El País* o *El Mundo* han sido: los esfuerzos de investigación de la UE en primera línea de la lucha contra el ébola, la respuesta de la Unión sobre el quinto aniversario del terremoto de Haití, aspectos sobre la protección de datos, una nueva lista de pesticidas, importantes cuestiones sobre el Pacto de Estabilidad y Crecimiento, también sobre el Fondo Europeo de Inversiones Estratégicas, datos económicos muy concretos sobre la tasa de desempleo de la UE, la inflación de la zona euro, los precios de la producción industrial, el volumen del comercio al por menor, la tasa de inversión de negocios, tasa de ahorro de los hogares, déficit público, turismo, distintas inversiones y ayudas económicas concedidas por el Ejecutivo comunitario, entre otros muchos temas.

Aunque algunos de ellos puedan resultar interesantes, más cercanos y humanos, desaparecen frente a los genéricos asuntos comunitarios sobre política y economía.

Por otro lado, la visita de la Comisión Juncker a Riga con motivo del comienzo de la Presidencia de Letonia en el Consejo de la UE, la transición al euro en Lituania, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TTIP), aspectos sobre la asistencia humanitaria a Siria, el apoyo de la Comisión a Ucrania o la investigación del Ejecutivo comunitario sobre la fusión de Orange y Jazztel en España, han sido algunos de los asuntos que sí han estado reflejados tanto en las notas de prensa de la Comisión Europea como en los medios de comunicación analizados, aunque, una vez más, sin profundizar. Asimismo, la preocupación sobre la inmigración y el ataque terrorista a las instalaciones del semanario francés *Charlie Hebdo* han sido dos de los temas más destacados por estos dos focos informativos: la Comisión y los dos diarios analizados.

La sobrecarga de trabajo en las redacciones, la exigencia de la inmediatez, la falta de recursos humanos y técnicos, pueden ser sólo algunos de los muchos motivos que

explican la falta de estas informaciones emitidas desde Bruselas en los medios de comunicación. Probablemente, muchos de estos asuntos no se ajustan a los criterios informativos periodísticos o se corresponden con un contenido demasiado burocrático que, ni siquiera con el esfuerzo divulgativo del periodista, encuentran un hueco en las páginas de estos medios. Sin embargo, no cabe duda de que se están desaprovechando muchos contenidos que pueden ofrecer una imagen más cercana, más humana, más personal y fresca sobre las instituciones europeas, alejada de la estricta figura de una institución burocrática monopolizada por los asuntos económicos y políticos.

7. CONCLUSIONES

A continuación se detallan algunas de las principales conclusiones a las que ha conducido esta investigación sobre la Unión Europea y la comunicación.

En primer lugar, cabe destacar la necesidad sobresaliente y la importancia manifiesta de una sólida política comunicativa que sostenga los pilares de la propia Unión. Sólo a través de unas concretas estrategias de comunicación, las instituciones comunitarias podrán avanzar en el proyecto europeo, integrando como máximos responsables tanto a líderes políticos, como a los medios de comunicación y a los ciudadanos.

En segundo lugar, un aspecto clave en la política de comunicación de la UE es la transparencia. La Unión Europea es una institución compleja, con distintos Estados miembros y por tanto distintos intereses. Por ello también con múltiples instituciones, múltiples líderes políticos y por tanto múltiples objetivos. Ante esta innata dificultad, resulta fundamental que la UE practique una política de transparencia si no quiere añadir más complejidad a su ya de por sí complicado funcionamiento. Si la Unión practicara un comportamiento opaco, sin cuidar la transparencia de sus instituciones, su futuro estaría condenado.

Asimismo, como tercer apunte y directamente vinculado a esta complejidad, es necesario que las instituciones comunitarias unifiquen su mensaje. Las instituciones europeas deben colaborar conjuntamente en la selección, la coordinación y la construcción de un mensaje compartido que permita al ciudadano entender a la Unión Europea como un todo, en términos de unidad y homogeneidad, donde, a pesar de las diferencias, todo el bloque comunitario conforme una misma realidad. Asimismo, el exceso de información procedente de los departamentos de comunicación de cada una de las instituciones europeas puede producir el efecto contrario al esperado: desinformación por sobreinformación. Por lo tanto, resulta primordial la búsqueda de unos objetivos concretos que se plasmen en un mensaje común compartido.

Por otro lado, como cuarta anotación destacable, a lo largo de esta investigación hemos comprobado cómo el mensaje de la UE ha ido evolucionando en distintos aspectos. Por ejemplo, en el cada vez mayor interés de la política comunicativa de la Unión Europea sobre la figura del ciudadano. Si las políticas de comunicación europeas no atienden a los destinatarios de estos mensajes, el esquema está roto, la institución está perdida. La Unión necesita acercarse a sus ciudadanos y que sus ciudadanos se acerquen a la

institución. Sólo así, conociendo los intereses y demandas de sus ciudadanos, generando debates críticos, fomentando la participación y la concienciación sobre los asuntos comunitarios, se podrá conquistar un verdadero sentimiento europeo de interés y representación sobre la UE.

En quinto lugar, el presente auge de Internet y las redes sociales, que parece no tener límites, debe ser aprovechado por la UE como altavoz para sus mensajes. De este modo, a través de los contenidos digitales, es posible romper con los obstáculos que aquejan a la información comunitaria, como por ejemplo la lejanía geográfica. No obstante, una vez más, hay que prestar especial atención a la necesidad de dosificar la cantidad de información que ofrecen desde las instituciones.

Asimismo, para que la estrategia de comunicar sobre los asuntos europeos alcance sus objetivos, la responsabilidad no sólo recae sobre las instituciones, sino también sobre los medios de comunicación como intermediarios de este mensaje. Es cierto que, tal y como hemos comprobado durante esta investigación, informar sobre la Unión Europea es difícil. Algunos conceptos son muy complejos y resulta complicado traducirlos a la audiencia, pero, precisamente, éste es nuestro trabajo como periodistas.

Por lo tanto, como sexta conclusión, la formación del periodista resulta decisiva para un correcto ejercicio periodístico en la cobertura de los asuntos comunitarios. Todas las barreras y dificultades que presenta informar a los ciudadanos sobre la UE (la complejidad y variedad de los temas, el lenguaje técnico y burocrático, la sobreinformación, la necesidad de dominar bien el inglés y el francés) se pueden superar con una adecuada formación periodística especializada en temas comunitarios.

Esta preparación en los asuntos comunitarios debe comenzar desde los niveles educativos más básicos, como la primera o la secundaria, para la construcción de mentes críticas y conocedoras de la UE como un ámbito más de su realidad cotidiana. Sobre todo, con especial interés para los estudiantes universitarios de Periodismo, futuros traductores de esta realidad europea para el resto de ciudadanos. Sólo a través de una correcta formación de los profesionales de la comunicación sobre los asuntos comunitarios es posible mejorar la calidad de la información de la UE. Por ejemplo, a través de una correcta divulgación de los temas comunitarios, una mayor profundización y contextualización de los asuntos europeos, un mayor seguimiento de la actualidad comunitaria superando la fragmentación, el fomento del interés de los ciudadanos a través de contenidos y formatos atractivos, un empleo más variado de los géneros periodísticos, un esfuerzo del profesional por reducir el número de tecnicismos y términos complejos, un abandono del abusivo recurso de las fuentes oficiales e institucionales, una superación de la nacionalización de los temas comunitarios para lograr la conjunción perfecta entre las dos esferas.

En definitiva, la construcción de una verdadera óptica europea, la consecución del proyecto europeo, sólo es posible a través de un mayor compromiso por parte de los distintos actores implicados en esta realidad comunicativa: instituciones, periodistas y ciudadanos.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRINO SAN CRITÓBAL, S. (2014). Política de información y comunicación de la Comisión Europea. En Sonia Andrino San Cristóbal, *Comunicar sobre Europa, desde Europa y para Europa. La política de comunicación europea entre 1990 y 2010. Euranet, la primera red de radios europeas*. Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones (33-148).

BERGANZA CONDE, R. (2005). La información sobre la Unión Europea como objeto de especialización periodística. En M^a Rosa Berganza Conde, *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias (115-167).

BREVA F. MEZQUITA P. y OMEDAS CASTELLÓN M. (1997). La Unión Europea y los medios de comunicación. *Comunicar*, vol. 9, pp. 140-143.

CABEZUELO LORENZO, F. (2004). La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea. Nuevo escenario histórico de la realidad española. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (411-425).

Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de *La estrategia de información y comunicación de la UE*. COM (2004) 196 final. Bruselas, 20 de abril de 2004.

DÍAZ NOSTY, B. (1994). *La Unión Europea en los medios de comunicación*. Madrid: Fundesco.

DÍAZ NOSTY, B. (1995). *La Unión Europea en los medios de comunicación*. Madrid: Fundesco.

DÍAZ NOSTY, B. (1997). *La Unión Europea en los medios de comunicación: 1996*. Madrid: Fundesco.

EL MUNDO (08.01.2013) Euronews cumple 20 años
<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/08/comunicacion/1357647002.html>
[15/06/2015]

EL PAÍS, Manual de Estilo. Título I: Principios. Sección I: Política editorial
blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pais.pdf [20/06/2015]

European Parliament. Directorate-General for Communication. Public Opinion Monitoring Unit (2014). Estudio post-electoral EE 2014. Elecciones Europeas de 2014. Síntesis analítica. http://www.europarl.es/es/parlamento_europeo/eurobarometro.html
[15/06/2015]

FONTAINEM, P. (2011). *Doce lecciones sobre Europa*. Oficina de Publicaciones Unión Europea.

GARCÍA GORDILLO, M^a M. (2004). La imagen de la Unión Europea en la prensa nacional. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (445-456).

GONZÁLEZ ESTEBAN, José L. (2004). El déficit informativo español y la *accuratio* sobre el proyecto europeo: el reto periodístico de la Constitución Europea. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (437-444).

GONZÁLEZ VERDESOTO, E. (2004). La Unión Europea en Internet: una clave para la proximidad y la transparencia. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (635-645).

J. Prutsch M. (2015). La política de comunicación http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.8.htm [15/06/2015]

Libro Blanco sobre una política europea de comunicación COM (2006) 35 final. Bruselas, 01.02.2006

MARTÍN DÍEZ, M^a A. (2004). Televisión pública española y comunicación europea. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (457-469).

MARTÍN SEGOVIA, E. (2003). La campaña del euro (1996-2002): la Unión monetaria europea como objeto de comunicación política y opinión pública. <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26791.pdf> [15/06/2015]

Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Declaración relativa al derecho de acceso a la información. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [10/06/2015]

Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Declaración relativa al derecho de acceso a la información. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [15/06/2015]

Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1993). Discurso del presidente Jacques Delors ante el Parlamento Europeo con motivo del debate de investidura de la nueva Comisión. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/52840> [15/06/2015]

Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas (1992). Tratado de la Unión Europea. Título IX. Artículo 128. http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_es.htm [15/06/2015]

PEREZ CURIEL, C. y GARCÍA GORDILLO, M. (2009). La especialización periodística en el nuevo marco europeo. La Unión Europea como contenido y fuente especializada en el ámbito mediático y web. En Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara: Editores del Henares.

SOTELO GONZÁLEZ, J. (2004). La información sobre la Unión Europea como objeto de especialización periodística. En Carlos Sanz Estables, Joaquín Sotelo González y Ángel Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara: Editores del Henares (427-436).

SOTELO GONZÁLEZ, J. (2009). El papel de los medios de comunicación en la formación de identidad europea. En Juan José Fernández Sanz, Carlos Sanz Establés y Luis Rubio Moraga (coords.), *Prensa y Periodismo Especializado IV*. Guadalajara: Editores del Henares (139-148).

9. ANEXO

9.1 Tabla empleada para el análisis de los textos de la UE en los diarios de *El País* y *El Mundo*

Nº de ficha	
Periódico	
Fecha de publicación	
Autor (tipo de autor)	
Título	
Subtítulo	
Tipo de titular	
Género	
Fuentes	
Página (número)	
Situación en la página	
Sección	
Sección anterior y posterior	
Elementos gráficos	
Lenguaje especializado	
Personajes relacionados	
Tema	
Pequeño resumen	
Valoración	

9.2 Ejemplos de tablas completas con los datos de dos análisis concretos: *El País* 15/01/2015 y *El Mundo* 20/01/2015

Nº de ficha	119
Periódico	El País
Fecha de publicación	15/01/2015
Autor (tipo de autor)	Ignacio Fariza / Bruselas
Título	La Eurocámara da un paso para investigar a Juncker
Subtítulo	Los grupos y el pleno decidirán si se crea una comisión sobre 'Luxleaks'
Tipo de titular	Informativo
Género	Noticia
Fuentes	-declaraciones del eurodiputado de ICV Ernest Urtasun -desde las filas socialistas, la jefa de la delegación española, Iratxe García
Página (número)	10
Situación en la página	Dos extensas columnas en el margen derecho, de salida. Acompañada por un breve despiece de información.
Sección	Internacional
Sección anterior y posterior	Portada- España
Elementos gráficos	Sí. Un cuadro de información: "Escándalo europeo"
Lenguaje especializado	Eurocámara-'Luxleaks'-comisión de investigación-acuerdos fiscales-Ejecutivo comunitario-la UE-conferencia de presidentes (junta de portavoces en la que están representados todos los grupos)-eurodiputados-evasión fiscal-moción de censura-Bruselas-la Comisión Juncker-Gabinete europeo-cambios impositivos-partidos ultras y eurófobos.
Personajes relacionados	Jean-Claude Juncker-Gobierno de Luxemburgo-el Gran Ducado-los grupos popular, liberal y socialdemócrata-los Verdes e Izquierda Unitaria-

	la CDU-PP o PSOE-el ultraderechista Frente Nacional, los nacionalistas británicos de UKP y el movimiento antipolítico italiano Cinco Estrellas-consorcio Internacional de Periodistas de Investigación-
Tema	Posible comisión de investigación sobre el presidente de la CE: Juncker.
Pequeño resumen	Jean-Claude Juncker está a un paso de vivir su particular vía crucis parlamentario: una comisión de investigación sobre los acuerdos fiscales firmados entre el Gobierno de Luxemburgo y centenares de multinacionales mientras él era primer ministro del Gran Ducado. El caso supone uno de los mayores escándalos de la historia reciente de la UE, con cerca de 400 pactos impositivos <i>ad hoc</i> entre grandes corporaciones y Luxemburgo, que permitían a las empresas pagar tipos inferior al 1% por sus beneficios. Los Verdes, sexto grupo por número de diputados en el PE, lograron en la tarde de ayer reunir las 188 firmas necesarias para trasladar a la conferencia de presidentes la petición de apertura de la comisión de investigación.
Valoración	Información breve, concreta, directa. Muy interesante, temática diferente a los marcados contenidos económicos. Lenguaje accesible, comprensible. Dificultad: baja, tirando a media. Algunos términos muy especializados, conceptos muy técnicos, dificultan la comprensión. La UE como total protagonista. Esta información proyecta una imagen negativa de ella, en concreto del presidente del Ejecutivo comunitario: Juncker.

Nº de ficha	158
Periódico	El Mundo
Fecha de publicación	20/01/2015
Autor (tipo de autor)	Pablo R.Suanzes / Bruselas. Corresponsal.
Título	Una alianza europea y árabe
Subtítulo	La Unión busca el apoyo de los países musulmanes para luchar contra el terrorismo
Tipo de titular	Informativo
Género	Noticia
Fuentes	-declaraciones de la Alta Representante de la Política Exterior de la UE, Federica Mogherini -declaraciones del ministro español de Asuntos Exteriores, José Manuel García Margallo.
Página (número)	29
Situación en la página	Información principal, ocupa la mayor parte de la página, con dos columnas. En medio una amplia fotonoticia (3 col.)
Sección	Amenaza Yihadista-Las Medidas-Mundo.
Sección anterior y posterior	Sevilla-Motor
Elementos gráficos	En medio de la información, entre columna y columna aparece una fotonoticia relacionada con el tema en cuestión: “BANDERA NEGRA EN GAZA. Las banderas del Estado Islámico (IS) ondearon ayer sobre Gaza al son de cánticos de apoyo a su líder, Abu Bakr al Bagdadi, informa Isabel Pérez. Alrededor de 450 manifestantes marcharon por el centro de la ciudad palestina para protestar contras las caricaturas de Mahoma”.
Lenguaje especializado	La Unión- la Unión Europea-la UE-Bruselas-registro de pasajeros de líneas aéreas-terrorismo-ministros de Asuntos Exteriores- Tribunal de Justicia de la UE-combatientes extranjeros-delegaciones de la UE en Oriente Próximo y el norte de África-reunión de <i>Vecindad Sur</i> ,

	<i>Vecindad Este</i> -Estado Islámico-miembros de la Unión Europea-Tribunal de la Haya.
Personajes relacionados	Alta Representante de la Política Exterior de la UE, Federica Mogherini-Turquía, Egipto, Yemen, Argelia y los países del Golfo-Hamás-expertos de EEUU, Japón, Canadá o Austria, además del mundo árabe y la ONU-ministro de AAEE, José Manuel García Margallo-Siria, Jordania, Libia-Rusia-Moscú y Kiev-presidente Putin-Crimea.
Tema	La UE busca apoyo en los países musulmanes para luchar contra el terrorismo yihadista.
Pequeño resumen	Mientras refuerza las medidas de seguridad, intenta poner en marcha un registro de pasajeros de líneas aéreas y trata de multiplicar el control en las fronteras exteriores, La UE ha empezado a buscar el apoyo de los países árabes y/o musulmanes en su batalla contra el terrorismo. También se ha hablado en Bruselas de Rusia, ahora se busca “descongelar” la situación, tanto entre Moscú y Kiev, como entre el equipo del presidente Putin y los miembros de la UE.
Valoración	Información cercana, más humana, más interesante. Muy diferente a la materia económica. Comprensible, accesible. La UE como protagonista.

9.3 Resultados del análisis de los diarios *El País* y *El Mundo*

EL PAÍS → 02/01/2015 – 31/01/2015 → 153 textos analizados

SECCIONES	
Internacional	55
Economía	46
Opinión	34
España	14
Sociedad	3
Andalucía	1

TIPO DE TEXTOS	
Informativos	104
Opinativos	49

GÉNEROS	
Noticias	77
Artículos de opinión	17
Editoriales	16
Columnas de opinión	15
Análisis	9
Reportajes	7
Entrevistas	5
Cartas al director	4
Tribunas	3

TIPOS DE TITULAR	
Interpretativos	66
Informativos	65
Opinativos	22

PROTAGONISMO UE	
Protagonista de la información	120
Elemento secundario	33

UBICACIÓN	
Portada	18
Contraportada	1
Páginas interiores	134

AUTORÍA	
Corresponsales	36
Redacción	35
Enviados Especiales	18
Agencias	3

TIPOS DE FUENTES	
Oficiales	239
No oficiales	20
Institucionales	128
No institucionales	131
Documentales	20

ATRIBUCIÓN FUENTES	
Atribución directa	259
Atribución indirecta	78

AUTORIDADES	
Mario Draghi	30
Jean-Claude Juncker	15
Federica Mogherini	6
Donald Tusk	4
Benoît Coeuré	4
Christine Lagarde	4
Jeroën Dijsselbloem	3
Pedro Cruz Villalón	3

LÍDERES EUROPEOS	
Alexis Tsipras (Syriza)	48
Angela Merkel	33
Pablo Iglesias (Podemos)	20
Andonis Samarás	13
Mariano Rajoy	10
Yogos Papandreu	8
Wolfgang Schauble	7
Vladimir Putin	7
David Cameron	6
Jens Weidman	5
Matteo Renzi	5
Yanis Varufakis	4
Luis de Guindos	4
François Hollande	3
Jorge Fernández Díaz	3
Miguel Arias Cañete	2
Manuel Valls	1
Manuel García Margallo	1
Cristóbal Montoro	1

INSTITUCIONES PROTAGONISTAS	
BCE	62
Comisión Europea	39
Parlamento Europeo	20
Troika	19

FMI	16
Bundesbank	13
Tribunal de Justicia	12
Consejo Europeo	10
Eurogrupo	8
BEI	5
LIBE	4
Consejo de Europa	2

PAÍSES PROTAGONISTAS	
Grecia	58
Alemania	45
España	43
EEUU	36
Francia	31
Italia	22
Reino Unido	22
Siria e Irak	15
Rusia	13
Japón	7
Irlanda	6
Portugal	5
Suiza	4
Luxemburgo	2

TEMAS DE INTERÉS	
Crisis política y económica en Grecia	44
<i>Quantitative Easing</i>	25
Amenaza yihadista	25
Asuntos económicos varios	22
Crisis política UE	11
Inmigración	4
Conflicto en Ucrania	5
Decisión Marco 675/2008	2
Plan Juncker	2
Euroescepticismo británico	2
Deshielo Cuba	1

EL MUNDO → 02/01/2015 – 31/01/2015 → 101 textos analizados

SECCIONES	
Economía	41
Mundo	27
Opinión	14
España	9
Sociedad	3
Andalucía	3
Motor	2
Bolsa	1
Ciencia	1

TIPOS DE TEXTOS	
Informativos	78
Opinativos	23

GÉNEROS	
Noticias	62
Editoriales	9
Entrevistas	7
Columnas de opinión	7
Reportajes	6
Artículos de opinión	4
Análisis	3
Tribunas	2
Crónicas	1

TIPOS DE TITULAR	
Interpretativos	44
Informativos	43
Opinativos	14

PROTAGONISMO UE	
Protagonista de la información	62
Elemento secundario	39

UBICACIÓN	
Portada	10
Contraportada	2
Páginas interiores	89

AUTORÍA	
Redacción	32
Especiales para	20

Corresponsales	14
Enviados Especiales	12
Agencias	2

TIPOS DE FUENTES	
Oficiales	170
No oficiales	28
Institucionales	95
No institucionales	103
Documentales	23

ATRIBUCIÓN FUENTES	
Atribución directa	198
Atribución indirecta	38

AUTORIDADES	
Mario Draghi	32
Jean-Claude Juncker	6
Jeroen Dijsselbloem	3
Christine Lagarde	3
Federica Mogherini	2

LÍDERES EUROPEOS	
Alexis Tsipras (Syriza)	37
Angela Merkel	17
Pablo Iglesias (Podemos)	15
Mariano Rajoy	9
Andonis Samarás	9
Matteo Renzi	5
François Hollande	3
Manuel Valls	2
Yanis Varufakis	2
David Cameron	2
Luis de Guindos	2
Cristóbal Montoro	1
Manuel García Margallo	1
Jorge Fernández Díaz	1

INSTITUCIONES PROTAGONISTAS	
BCE	43
Troika	15
Comisión Europea	17
FMI	13
Tribunal de Justicia	12
Bundesbank	8
Eurogrupo	6
Parlamento Europeo	6
Consejo Europeo	4

OLAF	2
BEI	3
Consejo de Europa	1

PAÍSES PROTAGONISTAS	
España	46
Grecia	33
Alemania	19
Francia	18
EEUU	11
Italia	10
Reino Unido	8
Portugal	6
Rusia	4
Japón	4
Irlanda	3
Siria e Irak	3
Suiza	1

TEMAS DE INTERÉS	
Crisis política y económica en Grecia	29
Asuntos económicos varios	17
<i>Quantitative Easing</i>	14
Amenaza yihadista	8
Crisis política UE	5
Inmigración	3
Euroescepticismo británico	2
Conflicto en Ucrania	2
Decisión Marco 675/2008	4
TTIP	1
Deshielo Cuba	1
Hepatitis C	1
Transgénicos	1

9.4 Contactos de interés

-Claudio Pérez, corresponsal de *El País* en Bruselas: claudio.perez@elpais.es

-Lucía Abellán, corresponsal de *El País* en Bruselas: LAbellan@elpais.es

-Pablo Rodríguez, corresponsal de *El Mundo* en Bruselas: Pablo.Rodriguez@elmundo.es

-Juana Lahousse-Juárez, directora de la Dirección General del Parlamento Europeo: juana.lahousse@ep.europa.eu

-Jaume Duch, portavoz del Parlamento Europeo: jaume.duch@europarl.europa.eu

-Miguel Puente Pattinson, jefe de prensa de la CE en España: Miguel.PUENTE-PATTISON@ec.europa.eu

-María Eugenia de la Rosa, responsable de la página web y las redes sociales de la Representación de la CE en España: maria-eugenia.delarosa@ec.europa.eu

9.5 Entrevista



Jefe de Prensa de la CE en España, Miguel Puente Pattison

P: En general, ¿cómo definiría la actual política de comunicación de la Unión Europea? ¿Cuáles son sus principales objetivos?

R: El objetivo principal son los ciudadanos: hay que implicarles en el debate sobre el futuro de Europa (¿quiénes somos? ¿A dónde vamos?). Deben tener un sentimiento de apropiación de la idea de la UE (“ownership”). Y hay que recordar que **comunicar Europa es una responsabilidad compartida de las Instituciones europeas y de los Estados miembros**. Debemos crear un “ámbito europeo de opinión”, que abarque los Estados miembros, las Instituciones europeas, Instituciones locales, Partidos políticos y organizaciones sociales. Por último hay que tener más claridad en las consultas públicas y en las propuestas políticas, **reforzar la comunicación a través de los canales locales**

(“Going Local”) y trabajar con los medios, sobre todo explorando las nuevas Tecnologías.

P: ¿Cómo valoraría los resultados de esta estrategia comunicativa? ¿Finalmente llega el mensaje deseado?

R: El resultado es mixto. En algunas áreas hemos conseguido avanzar y cumplir nuestros objetivos y en otras no. **Persiste un desconocimiento agudo de qué es la UE, qué hace, y cómo beneficia la vida cotidiana del ciudadano.** Las razones son múltiples: desafección hacia todo lo político, lejanía de las instituciones de la ciudadanía, tanto lejanía física como emocional, complejidad intrínseca del proceso decisional de la UE, que no es fácil de explicar ni de simplificar.

P: A través de esta política de comunicación ¿qué tipo de relación se establece entre la Unión y los ciudadanos? Y al mismo tiempo, ¿entre las instituciones comunitarias y los periodistas?

R: Para llegar mejor al ciudadano hay que **hacer más transparencia, más acciones locales, más y mejores consultas públicas, e insistir siempre en las tres Ds: Democracia, Diálogo y Debate. Y por supuesto hoy en día apoyarse en las nuevas tecnologías y en las redes sociales ya que éste es el ámbito donde operan las nuevas generaciones.**

En cuanto a prensa, existe una minoría o élite bien informada sobre la UE a través de la prensa escrita, pero el objetivo sería más allá de la prensa seria y centrarse en el audiovisual, los medios regionales, y la prensa online.

P: ¿Cuál diría que son las principales virtudes del plan de comunicación europeo? Y por otro lado, ¿cuáles sus deficiencias? ¿Qué se puede o debe mejorar?

R: Usamos **demasiada terminología compleja y tendemos a utilizar eurojerga** que no se entiende fuera de la burbuja de Bruselas. **La estructura institucional de la UE es poco intuitiva**, la gente está acostumbrada a la división ejecutivo-legislativo-judicial, que no encaja exactamente con la distribución de poderes dentro de la UE. Debemos mejorar en todos estos aspectos. **Hay que comunicar además en muchos idiomas, y eso es caro y dificulta la inmediatez y frescura.** Pero es absolutamente necesario dedicar recursos a la pluralidad lingüística.

P: ¿Cómo valoraría la cobertura informativa que realizan los medios de comunicación españoles sobre la Unión Europea? ¿Se trata de una cobertura amplia o marginal? ¿Ofrecen un tratamiento más positivo o más negativo?

R: España solía ser uno de los países de la UE en el que la cobertura por parte de los medios era la más positiva, pero la crisis económica ha creado los primeros signos de euroescepticismo (tanto en los medios de comunicación como entre el

público). Los medios de comunicación nacionales y regionales cada vez menos se pueden permitir corresponsales en Bruselas y por tanto dependen de la información proporcionada por las agencias de noticias y por los departamentos de prensa de la Representación (Madrid, Barcelona).

P: ¿Cuál cree que es la imagen que tiene la sociedad española sobre la Unión Europea? ¿Verdaderamente nos sentimos europeos?

R: Según el último Eurobarómetro EB 82, **los españoles siguen estando entre los que se sienten más europeos (71% frente a una media europea del 63%), aunque tres cuartas partes de los encuestados dice estar nada o poco informados sobre asuntos de la UE**. La situación económica y el desempleo se perciben como los problemas más importantes que enfrenta tanto en España (36% y 78%) y la UE (45% y 40%, respectivamente).

P: A comienzos de año, la Unión Europea asistía a un nuevo terremoto político con nombre propio: Syriza. Ante los actuales desafíos políticos y económicos, ¿cuál cree que será el futuro de la UE?

R: A pesar de las dificultades, **la UE seguirá integrándose, haciéndose más sólida, y empezará a remontar el crecimiento económico**. Siempre ha habido escollos en el camino estos 70 años, y al final siempre se han superado de la siguiente forma: con **más integración y más solidaridad** entre los Estados miembros.

9.6 Glosario de términos especializados

Unión Europea:

-Europa / El Viejo Continente

-UE (Unión Europea) / La Unión

-Los Veintiocho / socios europeos / bloque comunitario: actualmente veintiocho Estados miembros, veintiocho socios europeos, conforman la UE.

-Bruselas: principal sede administrativa de la UE.

-Estrasburgo: también sede de instituciones y organismos de la UE. Así como del Consejo de Europa (organización internacional independiente a la UE)

-Fráncfort: ciudad alemana que alberga la sede del Banco Central Europeo.

-Eurozona o zona euro: conjunto de Estados miembros de la Unión Europea que han adoptado el euro como moneda oficial (diecinueve Estados), formando así una unión monetaria.

-Estados miembros: cada uno de los países soberanos que forman parte de la Unión Europea, a la que confieren algunas de sus competencias.

-Estados periféricos / países de la periferia del euro: Estados miembros en la periferia de la UE, situados alrededor del núcleo europeo (eje franco-alemán). Generalmente, han sido los más castigados por la crisis económica, y por tanto considerados el eslabón débil del proyecto europeo.

-Estado del Bienestar: modelo de organización estatal en el que el Estado provee de servicios básicos a los ciudadanos en cumplimiento de sus derechos sociales.

-Estado de derecho: aquel Estado que se rige por un sistema de leyes e instituciones ordenadas bajo una ley suprema. Por ejemplo, en España, la Constitución.

-Países acreedores: conjunto de países que han aportado dinero a la deuda de otro socio y por tanto exigen el pago de ella o el cumplimiento de alguna obligación a cambio de ese préstamo.

Instituciones y organismos:

-Banco Central Europeo (BCE) / Eurobanco: institución encargada de manejar la política monetaria de los diecinueve Estados miembros de la Eurozona. Máxima autoridad en la administración de la moneda comunitaria: el euro.

-Consejo de Gobierno del BCE: principal órgano rector del BCE. Está formado por los seis miembros del Comité Ejecutivo y los gobernadores de los diecinueve bancos centrales de la zona euro.

-Deutsche Bundesbank: banco central de la República Federal Alemana.

-Reserva Federal: banco central de los Estados Unidos.

-Comisión Europea / el Ejecutivo comunitario / el brazo ejecutivo de la UE: órgano ejecutivo de la UE. Institución responsable de elaborar propuestas de nueva legislación y de aplicar las decisiones del Parlamento Europeo y del Consejo de la UE.

-Consejo Europeo: institución encargada de definir las orientaciones y las prioridades políticas generales de la Unión Europea. Responsable de establecer la agenda política de la UE. Está integrado por los Jefes de Estado o de Gobierno de los Estados miembros, así como por su presidente y el presidente de la Comisión.

-Consejo de la UE: órgano encargado de adoptar la legislación europea y coordinar las políticas de la UE. Representa a los Gobiernos de los Estados miembros a través de los ministros de cada país en función del tema que se vaya a tratar.

-Parlamento Europeo / Europarlamento / Eurocámara: institución legislativa de la UE. Representa la soberanía popular de los ciudadanos europeos, quienes lo conforman cada cinco años a través del voto.

- Eurodiputados: miembros del Parlamento Europeo.
- Eurogrupo: organismo que congrega a los ministros de Economía y Finanzas de los Estados miembros que pertenecen a la Eurozona, al presidente del Banco Central Europeo, al comisario europeo de Asuntos Económicos y Monetarios, así como a su propio presidente.
- Ecofin (Consejo de Asuntos Económicos y Financieros): formación del Consejo de la Unión Europea, que está integrado por los Ministros de Economía y Finanzas de los veintiocho Estados miembros de la Unión.
- Europol (Oficina Europea de Policía): órgano encargado de llevar a cabo las operaciones de lucha contra la delincuencia en el seno de la Unión Europea.
- Eurobarómetro: sistema de encuestas y sondeos organizados de forma periódica por la Comisión Europea. Su objetivo es analizar la opinión pública en determinados temas relacionados con la Unión Europea.
- Eurostat (Oficina Europea de Estadística): oficina estadística de la Comisión Europea que emite datos sobre la UE y sus Estados miembros.
- Banco Europeo de Inversiones (BEI): organismo de la UE que concede financiación para proyectos que contribuyan al desarrollo y progreso de la Unión y sus Estados miembros.
- Oficina Europea de Lucha contra el Fraude (OLAF): entidad que protege los intereses financieros de la UE. Su función principal es la lucha contra el fraude, así como la corrupción y cualquier actividad que afecte a los fondos de la UE.
- Fondo Monetario Internacional (FMI): institución internacional que reúne a 188 países. Su sede se encuentra en Washington (Estados Unidos).
- Troika (CE, BCE y FMI) / *Hombres de negro*: grupo integrado por la Comisión Europea, el Banco Central Europeo y el Fondo Monetario Internacional, encargado de la aplicación y la supervisión de los programas de rescate a otros países.
- Tribunal de Justicia de la UE: institución encargada de interpretar la legislación de la UE para garantizar que se aplique de la misma manera en todos los Estados miembros. Además, resuelve los desencuentros entre los gobiernos nacionales y las instituciones europeas.
- Tribunal Europeo de Derechos Humanos / Tribunal de Estrasburgo: tribunal internacional, máxima autoridad judicial para la garantía de los derechos humanos y libertades fundamentales en toda Europa.
- Agencia Europea de Medicamentos: organismo desvinculado de la Unión Europea con sede en Londres. Su principal responsabilidad es la protección de la salud pública y animal, mediante la evaluación y supervisión de los medicamentos.

-Agencia Europea de Seguridad Alimentaria: autoridad de la UE encargada de alertar y detectar todos aquellos problemas que afecten a la seguridad alimentaria de los Estados miembros.

-Agencia de Defensa Europea (EDA): agencia de la UE que trabaja en el ámbito de la política europea de seguridad y defensa.

-Organización para la Cooperación y la Seguridad en Europa (OSCE): organismo de cooperación formado por cincuenta y siete Estados: todos los países de Europa (UE y Rusia), Asia Central, Mongolia, Canadá y Estados Unidos. Su sede se encuentra en Viena.

-LIBE (Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior): organismo responsable de la protección, dentro del territorio de la Unión Europea, de los derechos de los ciudadanos, los derechos humanos y los derechos fundamentales.

-Frontex: agencia europea que trabaja para mejorar la gestión de las fronteras exteriores de los Estados miembros de la Unión. Su sede se encuentra en Varsovia.

-Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea: documento, proclamado por el Parlamento Europeo, el Consejo de la Unión Europea y la Comisión Europea el 7 de diciembre de 2000 en Niza, y que contiene las disposiciones de derechos humanos.

-Consejo de Europa: organización internacional de cooperación, encargada de promover un espacio político y jurídico común en el continente europeo. Se trata de una institución independiente a la UE.

-ONU (Organización de las Naciones Unidas): la mayor organización internacional para la cooperación en asuntos como el derecho, la paz y la seguridad, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

-OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte): alianza militar intergubernamental que constituye un sistema de defensa colectiva. Los Estados miembros acuerdan defender a cualquiera de sus socios si son atacados por una facción externa.

-OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo): organización intergubernamental encargada de coordinar las políticas petroleras entre los países miembros, con el fin de garantizar unos precios justos y estables.

-Foro Económico Mundial de Davos: fundación con sede en Ginebra y que anualmente reúne en el Monte de Davos (Suiza) a los principales líderes políticos, empresariales e intelectuales para analizar los problemas que afectan al mundo actual.

Líderes y formaciones europeas:

-Mario Draghi, presidente del Banco Central Europeo.

-Jean-Claude Juncker / Comisión Juncker, presidente de la Comisión Europea.

- José Manuel Durao Barroso, ex presidente de la Comisión Europea (2004-2014).
- Donald Tusk, presidente del Consejo Europeo.
- Martin Schulz, presidente del Parlamento Europeo.
- Federica Mogherini, Alta Representante de Política Exterior y de Seguridad Común de la UE.
- Angela Merkel, canciller alemana.
- Mariano Rajoy, presidente español.
- Pedro Sánchez, secretario general del PSOE (Partido Socialista Obrero Español).
- David Cameron, primer ministro británico.
- Matteo Renzi, primer ministro italiano.
- François Hollande, presidente de la República Francesa.
- Manuel Valls, primer ministro de Francia.
- Marine Le Pen, presidenta del Frente Nacional.
- Alexis Tsipras (Syriza), primer ministro griego.
- Pablo Iglesias (Podemos), secretario general de Podemos.
- Antonis Samarás, líder de Nueva Democracia y ex primer ministro griego.
- Syriza: partido político griego de coalición de izquierdas.
- PASOK (Movimiento Socialista Panhelénico): partido socialdemócrata de Grecia.
- To Potámi: partido político griego de ideología socialdemócrata, afiliado a la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo.
- Amanecer Dorado: organización política griega de ideología neonazi y fascista.
- Ukip (Partido de la Independencia del Reino Unido): partido político británico de ideología neoliberal, ultraconservador y euroescéptico. Su principal postulado es el abandono de la UE por parte de Reino Unido.
- Pegida (Patriotas Europeos contra la Islamización de Occidente): movimiento político alemán contrario a la supuesta islamización del país.
- Thomas Piketty, profesor de la Escuela de Economía de París.
- Pedro Cruz Villalón, abogado general del Tribunal de Justicia de la UE.

-*Merkozy*: término que se refiere a la correlación de fuerzas entre Angela Merkel y Nicolas Sarkozy.

-*Tsipresia*: término que alude a los posibles paralelismos entre Alexis Tsipras y Pablo Iglesias.

-Partidos *antiestablishment*: formaciones antisistemas que se oponen a los principios sociales, políticos y económicos de una sociedad.

-Partidos populistas: de manera peyorativa hace referencia a las formaciones políticas que practican la demagogia, es decir, el empleo de halagos y falsas promesas que son populares pero difíciles de cumplir.

-Las palabras mágicas de Draghi: se refiere al discurso pronunciado por Mario Draghi, presidente del BCE, en julio de 2012 y que salvó al euro de la ruptura. "*Durante nuestro mandato, el BCE está dispuesto a hacer lo que haga falta para preservar el euro. Y créanme, será suficiente*", señaló Draghi.

Cuestiones económicas:

-Plan Juncker: toma nombre del presidente de la Comisión Europea, Jean-Claude Juncker. Se trata de un fondo de inversiones con el que el Ejecutivo comunitario pretende movilizar hasta 315.000 millones para inversiones en los tres próximos años.

-Programa de compra de deuda pública / programa de compra masiva de deuda soberana / programa de compra de bonos soberanos / Plan Draghi: se trata de la compra, por parte del BCE, de deuda pública y privada bajo una serie de condiciones.

-*Quantitative Easing (QE)* / relajación cuantitativa / programa de flexibilización cuantitativa: programa de estímulo económico, empleado por algunos bancos centrales (Japón y EEUU) para dotar el sistema de liquidez aumentando la cantidad de dinero en circulación.

-Estímulo monetario / expansión monetaria: medidas que buscan el aumento de la oferta de dinero.

-Programa de compra de deuda OMT (Outright Monetary Transaction): programa de compra de deuda que anunció el BCE en septiembre de 2012, en el peor momento de la crisis económica. No se llegó a materializar ya que su simple anuncio tumbó las primas de riesgo.

-Subastas de liquidez TLTRO (Targeted Longer-Term Refinancing Operations): subastas de liquidez a un plazo de cuatro años supeditadas a la concesión de créditos. El BCE busca con esta medida que el dinero llegue a la economía real (familias y empresas).

-MEDE (Mecanismo Europeo de Estabilidad): organismo intergubernamental creado por el Consejo Europeo en marzo de 2011. Su misión es preservar la estabilidad financiera en la Eurozona.

-Pacto de Estabilidad: acuerdo de los Estados miembros de la UE en relación con su política fiscal, con el objetivo de mantener unas finanzas públicas saneadas y de coordinar sus políticas presupuestarias.

-Memorandum of Understanding (MoU o Protocolo de Intenciones): documento que describe un acuerdo entre varias partes.

-Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas (FEIE): fondo destinado a impulsar el crecimiento económico y la competitividad de la UE.

-Fondos de Desarrollo Regional (FEDER): instrumento financiero de la Comisión Europea cuya finalidad es la concesión de ayudas para el desarrollo económico de las regiones más deprimidas de la Unión Europea.

-Fondo Social Europeo (FSE): herramienta de la UE para fomentar el empleo en los Estados miembros y promover una mayor cohesión económica y social.

-Fondos Estructurales comunitarios: fondos de la Unión Europea para financiar infraestructuras de transporte, proyectos de educación, salud y medio ambiente.

-Política económica: diferentes estrategias llevadas a cabo por los gobiernos para el buen desarrollo de la economía del país.

-Política fiscal: rama de la política económica que configura el presupuesto del Estado (impuestos y gasto público).

-Política monetaria: comprende las decisiones de las autoridades monetarias referidas al mercado de dinero. Cuando se aplican medidas para aumentar la cantidad de dinero, se le denomina política monetaria expansiva, y cuando se aplican para reducirla, política monetaria restrictiva.

-Unión monetaria: situación en la que dos o más países acuerdan compartir la misma moneda.

-Moneda única / moneda común europea / la divisa de la Eurozona / divisa común / el euro: moneda oficial de la Eurozona, compartida por diecinueve de los veintiocho Estados miembros de la UE.

-El mercado único: uno de los instrumentos de integración económica de la UE, que consiste en el establecimiento de un mercado común entre los Estados miembros.

-Unión Bancaria: complemento fundamental de la unión económica y monetaria (UEM) que obliga a los bancos de la zona euro a cumplir las mismas normas.

- Depreciación: variación en el tipo de cambio de una moneda, que supone una reducción en su valor respecto a otra moneda.
- Devaluación: cuando en un sistema de tipos de cambio fijos, la reducción en el valor de la moneda se produce como consecuencia de una decisión política y no por las fuerzas del mercado.
- Cotización: precio de una acción o de un valor que cotiza en bolsa o en un mercado económico.
- Paridad: valor que tiene una moneda respecto de otra.
- Quita: condonación de la deuda por parte del acreedor hacia el deudor.
- Insolvencia: cuando una persona física o empresa no pueda hacer frente al pago de sus deudas.
- Bancarrota: hundimiento económico o falta de recursos.
- Corralito*: en Argentina se denominó a la restricción de la libre disposición de dinero en efectivo de cuentas corrientes y cajas de ahorros impuesta por el gobierno de Fernando de la Rúa el 3 de diciembre de 2001, y que se prolongó por casi un año.
- Fuga de capitales: movimiento de capital de un país a otro, generalmente en busca de mayor seguridad.
- Prima de riesgo: la cuota que los inversores pagan al asumir el riesgo de comprar bonos de un país con menos fiabilidad económica que otro.
- Deuda pública: conjunto de deudas que mantiene un Estado. Constituye una forma de obtener financiación mediante emisiones de títulos de valores o bonos.
- Bonos soberanos: una de las formas de materializar los títulos de deuda, de renta fija o variable. Pueden ser emitidos por una institución pública o privada con el objetivo de obtener fondos en los mercados financieros.
- Déficit público: cuando los gastos realizados por el Estado superan a los ingresos.
- Superávit: lo contrario a déficit. Se refiere a la diferencia de los ingresos sobre los gastos. Por ejemplo, el superávit de un Estado se debe a que recauda más de lo que gasta.
- Gasto público: total de gastos realizados por la Administración para satisfacer las necesidades de los ciudadanos.
- Deflación: bajada generalizada y prolongada de los precios de bienes y servicios. Suele responder a una caída en la demanda y puede tener consecuencias muy negativas.
- Inflación: aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios.

-Hiperinflación: inflación muy elevada, fuera de control, en la que los precios aumentan rápidamente al mismo tiempo que la moneda pierde su valor real.

-Estancamiento económico: situación prolongada de una economía en la que existe un crecimiento cero.

-Gran Recesión: crisis económica mundial que comenzó en 2008 y que se originó en los Estados Unidos.

-Tipos de interés: el precio del pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante un tiempo.

-Tipos de créditos: préstamo de dinero que el banco otorga a su cliente, con el compromiso de que en el futuro, el cliente devolverá dicho préstamo con un interés adicional. Los tipos de créditos más comunes son: hipotecarios, de consumo, comerciales.

-Tipo de cambio: relación de equivalencia entre dos monedas de diferentes países que sirve de referencia para las transacciones comerciales.

-Renta variable: la inversión en activos que no garantizan la devolución del capital invertido ni la percepción de una determinada renta. Las acciones son el activo financiero de renta variable por excelencia.

-Renta fija: inversión en activos emitidos por entidades públicas y privadas a cambio de la obtención de una cierta rentabilidad. El concepto de renta fija hace alusión a que existen rendimientos predeterminados en el tiempo.

-Activos monetarios: activos financieros emitidos a corto plazo y que, por tanto, disponen de mucha liquidez. Por ejemplo, se consideran activos monetarios las letras del tesoro y los pagarés.

-Activos alternativos: activo o inversión financiera que no corresponde a las tradicionales (depósitos a la vista, acciones o bonos).

-Activos refugios: aquellos valores considerados refugio en momentos de incertidumbre y de elevada volatilidad en los mercados. Cuando el riesgo es demasiado grande se crean activos refugio como salvamento.

-Activos financieros: recurso o bien económico con el que se obtienen beneficios.

-Mercado de deuda: mercado al que acuden las entidades públicas y privadas que necesitan financiación y donde se negocian títulos de valores a corto y medio plazo. Pertenece a este mercado los bonos, pagarés y otros valores de deuda.

-Mercado interior de la UE: espacio sin fronteras interiores, que garantiza la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales.

- Mercado laboral: conjunto de relaciones entre empleadores y personas que buscan trabajo.
- Reforma laboral: iniciativa que modifica la legislación que regula las relaciones de trabajo con el objetivo de otorgarles una mayor flexibilidad.
- Crisis económica: la fase más depresiva de la evolución de un proceso económico recesivo.
- Crisis financiera: la parte financiera de toda crisis económica, involucra al sistema bancario y al sistema monetario, manifestándose con quiebras de bancos y con la reducción del crédito.
- Reformas estructurales: consiste en la modificación de una determinada estructura. Se trata, por lo tanto, de cambios importantes que alteran la esencia o los cimientos de algo.
- Programa de rescate: inyección de liquidez que se otorga a una entidad en proceso de quiebra.
- Programa de austeridad: medida económica que consiste en reducir el gasto en un porcentaje que permita recuperar el equilibrio perdido.
- Recortes: disminución del presupuesto o bajada de salario.
- Plan de liquidez / inyección de liquidez: ingresar más dinero en el mercado a través de las entidades bancarias, con el objetivo último de que luego éstas lo pongan en circulación a los ciudadanos.
- Ajuste fiscal: herramienta que utiliza el Gobierno en diferentes condiciones de la economía de un país, empleando el gasto público y los impuestos como variables de control para asegurar y mantener la estabilidad económica.
- Evasión fiscal: actividad ilícita y habitualmente contemplada como delito. Se trata de un acto ilegal que consiste en ocultar bienes o ingresos con el fin de pagar menos impuestos.
- Rentabilidad: beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios.
- Productividad: indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.
- Exportaciones: cualquier bien o servicio enviado desde un territorio hacia otro.
- Importaciones: el transporte de bienes y servicios del extranjero, los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en su mercado interior.

- Depósitos: producto que reportará una determinada rentabilidad respecto a los ahorros. Un cliente aporta una cantidad de dinero a la entidad bancaria, durante un período de tiempo y bajo unas condiciones estipuladas, para obtener a cambio un beneficio.
- Capitales: toda suma de dinero, que no ha sido consumido por su propietario, sino que ha sido ahorrada y trasladada a un mercado financiero con el fin de obtener una renta al capital.
- Crédito / actividad crediticia / programas de crédito: operación financiera donde un acreedor presta una cantidad determinada de dinero a otra persona (deudor). Este último se compromete a devolver la cantidad solicitada con los intereses y el tiempo acordados.
- Balanza de pagos: registro de todas las transacciones monetarias producidas entre un país y el resto del mundo.
- Calificación de grado de inversión: clasificación otorgada a un país por las agencias calificadoras de riesgo crediticio como son Fitch Ratings, Standard & Poor's y Moody's.
- Triple A: la máxima puntuación otorgada por las agencias de crédito.
- Bono basura: título de renta fija que tiene un alto riesgo de impago y que en contraprestación tiene que pagar un tipo de interés más alto.
- Grexit*: hace referencia a la posible salida de Grecia de la zona euro.
- Reestructuración de la deuda: proceso mediante el cual se modifican los términos de un compromiso financiero, usualmente el plazo y la tasa de interés.
- Barril *Brent*: tipo de petróleo que se extrae principalmente del Mar del Norte. Marca la referencia, el precio recomendado o estándar, en los mercados europeos. La producción petrolífera de Europa, África y Oriente Medio tiende a venderse al precio que marca el barril de crudo Brent.
- Euribor: tipo de interés al que las entidades financieras se prestan dinero las unas a las otras.
- Tratado de Libre Comercio (TTIP): El Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP) es un acuerdo comercial entre la Unión Europea y Estados Unidos que pretende equiparar las normativas a ambos lados del océano.
- Los mercados financieros: espacio en el que se realizan los intercambios financieros.
- Burbuja inmobiliaria: el avance de los precios de los bienes inmuebles muy por encima de los del resto de bienes y servicios.
- Pymes: la pequeña y mediana empresa. Se trata de una empresa con características distintivas, tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados.

-Producto Interior Bruto (PIB): magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país.

-Índice de Precios al Consumo (IPC): medida estadística que informa sobre la evolución de los precios de los bienes y servicios que consume la población.

-Ibex 35: principal índice de referencia de la bolsa española. Está formado por las treinta y cinco empresas con más liquidez que cotizan en el mercado español.

Cuestiones políticas:

-Tratado de Maastricht / Tratado de la Unión Europea: uno de los tratados fundacionales de la Unión Europea. Firmado en la ciudad holandesa de Maastricht el 7 de febrero de 1992, entró en vigor el 1 de noviembre de 1993.

-Eurófono / Euroescépticos: contrario al proyecto europeo, que no cree en la UE.

-Populismo: tendencia política que dice defender los intereses y aspiraciones del pueblo.

-Referéndum: procedimiento jurídico por el que se somete a votación popular una ley o un asunto de especial importancia para el Estado.

-Terrorismo yihadista: concepto que hace referencia a las ramas más violentas y radicales dentro del islam, caracterizadas por la brutal utilización del terrorismo en nombre de la yihad.

-*Lobos solitarios*: quien comente actos terroristas de forma individual, en solitario, fuera de cualquier estructura organizada.

-Al Qaeda: organización terrorista del fundamentalismo islámico.

-Estado Islámico (EI): grupo terrorista, de naturaleza yihadista suní, autoproclamado califato y asentado en un amplio territorio de Irak y Siria.

-*Charlie Hebdo*: semanario satírico francés conocido por las caricaturas sobre el profeta Mahoma que provocaron la indignación de la comunidad musulmana. El 7 de enero de 2015 dos encapuchados asesinaron a doce personas en su sede en París.

-Macrofichero de viajeros de avión / registro de pasajeros / Passenger Name Record (PNR): sistema que contiene todos los datos sobre la reserva de un vuelo. Debatido en el Parlamento Europeo en el contexto de actos de terrorismo yihadista en suelo europeo.

-Espacio *Schengen* / espacio de libre circulación: espacio creado en 1995 por el Acuerdo de Schengen para suprimir las fronteras comunes entre los países integrantes y establecer controles comunes en las fronteras exteriores de estos países.

-Libertad de movimiento / Libre circulación de personas: el derecho de las personas a circular y residir libremente dentro de la Unión Europea constituye la piedra angular de la ciudadanía de la Unión, establecida en el Tratado de Maastricht de 1992.

-Devoluciones en caliente: devolución de un extranjero que se realiza por las autoridades policiales sin respetar un procedimiento legal.

-Sistema de asilo: los sistemas nacionales de asilo sirven para determinar si las personas que solicitan asilo merecen protección internacional.

-Decisión Marco 675/2008: resolución judicial de los tribunales europeos que permite acumular las penas cumplidas en otros países comunitarios.

-Hepatitis C: enfermedad infecciosa que afecta principalmente al hígado y es causada por el virus de la hepatitis C.

-*Der Spiegel*: la mayor revista semanal de Europa y la más importante de Alemania.

-Globo sonda: afirmaciones, que pueden ser falsas, y que buscan la reacción, los argumentos adversos que suscite una medida para anticipar respuestas.