COMUNICACIÓN 6

AUTOCRÍTICA DE LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN EUROPEA

FRANCISCO CABEZUELO LORENZO
Universidad Complutense de Madrid

Solía decir que había dos tipos de escritores. Uno es el tipo que cava bajo la tierra en busca de la verdad. Está abajo en el hoyo echando la tierra hacia arriba. Pero encima de él hay otro hombre devolviendo la tierra abajo. Él también es periodista. Entre ambos siempre hay un duelo. La lucha de fuerza del tercer poder del Estado por el dominio que nunca acaba. Tienes periodistas que quieren informar y descubrir. Tienes otros que ejecutan los recados del poder y contribuyen a ocultar lo que realmente está ocurriendo.

Henning MANKELL: La falsa pista. Ed. Tusquets, 2001.

INTRODUCCIÓN

Una vez más, la Unión Europea (UE) se encuentra en un momento decisivo de su Historia. Tras las constantes ampliaciones, algunas especialmente significativas como la última incorporación de los países del Este de Europa y el Mediterráneo, la instauración del euro como moneda única en 15 países y la aprobación del Tratado por el que se establece una Constitución para Europa, las Instituciones Comunitarias, que siempre han sido conscientes de que los periodistas y los medios de comunicación juegan un papel esencial en

la transmisión de los valores europeístas, y en especial la nueva Comisión del presidente Durao Barroso, están decididas a emprender una nueva política de información y comunicación. Los periodistas deben enfrentarse a este nuevo reto de transformación de la realidad europea y sus políticas con profesionalidad, fortaleciendo sus valores éticos y la dimensión deontológica de su trabajo, buscando la verdad y la primacía del derecho de la información frente a posibles intentos de propaganda institucional o falta de transparencia.

Esta comunicación pretende analizar, desde el respeto a las diferentes concepciones de Europa y sus pueblos, el papel del periodista como comunicador social y profesional de la información en el proceso de integración europea desde la autocrítica de la actividad periodística, tanto la desarrollada por el periodista institucional dependiente de los gabinetes de comunicación institucionales de la UE como los redactores, corresponsales y enviados especiales de agencias de noticias y medios de comunicación encargados de escribir sobre temas europeos.

Frente a estos nuevos interrogantes de futuro, en los inicios de este siglo XXI, en un mundo cada vez más interdependiente, cada día es más necesario que los periodistas sepan dar respuesta a la demanda de los ciudadanos europeos que, necesitados de una información de calidad, demandan, tanto a los medios de comunicación como a las Administraciones, más y mejor información sobre temas de debate en la opinión pública, particularmente en aspectos tan trascendentales. Aunque éste no es el caso de la Política Europea y sus retos de futuro, dado que son por ahora cuestiones poco valoradas por la ciudadanía, esta circunstancia es todo un reto para los periodistas españoles, que deben ser conscientes de la importancia histórica de la aprobación de la futura Constitución Europea y su correspondiente referéndum.

Además, cada día son más las informaciones sobre la UE recogidas por los medios de comunicación, ya sea por su trascendencia o por el aumento de la producción de las mismas por fuentes institucionales. Desde el mundo de la Comunicación y el Periodismo, desde el mundo académico donde se forman hoy los futuros comunicadores y líderes de opinión del mañana, es preciso dar una respuesta a esta nueva situación que se presenta como todo un reto con formación de calidad.

Dado que detrás de la UE, se esconde toda una compleja maquinaria de comunicación institucional, movida por profesionales de la Comunicación y el Periodismo, encargada de promover los valores comunitarios como el fomento de la cooperación entre los pueblos de Europa, alentando la unidad

y conservando al mismo tiempo la diversidad, y garantizando que las decisiones se tomen teniendo en cuenta la opinión pública europea. Hoy, desde el ámbito de la Comunicación y el Periodismo, es preciso que el periodista sepa informar de esta nueva realidad del Viejo Continente, por lo que es necesario que la Universidad forme a nuevos profesionales y expertos en temas europeos, particularmente a periodistas especializados con principios, valores éticos y conscientes de la dimensión deontológica de su trabajo.

Hay que recordar que los periodistas, profesionales de la información y comunicación, responsables de generar información sobre el proceso de integración europea tienen, por su propia condición y naturaleza, algunas particularidades respecto a lo que podría denominarse periodismo o información generalistas; pero, al mismo tiempo, comparten con el resto de profesionales de la comunicación un componente ético y una dimensión deontológica imprescindible para que se pueda hablar de información de calidad.

A la hora de elaborar un riguroso análisis crítico de los fallos en materia de información y comunicación en el proceso de integración europea, encontramos dos partes: la parte de la comunicación institucional y gabinetes de comunicación de la UE y sus errores criticables, por un lado, y, por otro, la actividad de los redactores, profesionales y corresponsales de medios de comunicación que no son en ocasiones conscientes de su gran responsabilidad en la transmisión de informaciones sobre algo tan trascendental como es la reunificación de Europa.

1. Críticas a la comunicación institucional de la Unión Europea

A pesar de que la Unión Europea es la institución supranacional con bases democráticas más grande del mundo y cuenta con un Parlamento elegido por sufragio directo cada cinco años, la primera crítica que se suele hacer en este sentido es su “déficit democrático”, ya que aunque la UE cuenta en su seno con varias instituciones -cada de ellas con una función específica- sólo el Parlamento Europeo se elige popularmente por sufragio de forma directa frente a otras instituciones como la Comisión, la otra gran institución comunitaria. Aun teniendo en cuenta las posibles críticas negativas a las políticas de información y comunicación de la UE, es de justicia destacar que tras poco más de medio siglo de vida, esta nueva Europa unida ha logrado incrementar la estabilidad, la paz y la prosperidad en el Viejo Continente, al

tiempo que ha servido para incrementar el nivel de vida de sus gentes o construir un mercado único a escala europea, lanzar el euro. Pero, ¿qué políticas y estrategias de comunicación se han usado para esto? ¿Cómo es posible divulgar la idea y los beneficios de una Europa unida a gentes de orígenes diversos? ¿Cómo unir, cómo comunicar en la diversidad? La UE busca una unidad en la diversidad, pero ¿cómo? Europa es un continente con muchas tradiciones y lenguas diferentes, pero también con valores compartidos en todo el continente. Para lograr estos objetivos, la UE se ha basado en un instrumento esencial: la comunicación.

Ya en los años cincuenta, la Declaración Schuman apostaba por trabajar con los medios de comunicación social para traducir a la opinión pública las decisiones que comenzaban por aquel entonces a gestarse en una Europa que debía resurgir de sus cenizas tras la II Guerra Mundial. En 1952, Jean Monnet, otro lo de los padres fundadores de la actual Unión Europea, llevaba a la práctica la idea de Robert Schuman y ponía sobre la mesa el proyecto de una política informativa destinada a explicar a los ciudadanos europeos, y especialmente a los periodistas, profesionales de la comunicación.

Desde sus orígenes, el proyecto europeo ha contado con toda una maquinaria de información y comunicación, movida por profesionales del Periodismo, la Opinión Pública y los "mass media", a la que se le ha encargado la misión de promover los valores comunitarios como el fomento de la cooperación entre los pueblos de Europa, alentando la unidad y conservando al mismo tiempo la diversidad, y garantizando que las decisiones se tomen teniendo en cuenta la opinión pública europea. Con el fin de alcanzar estos objetivos, la UE cuenta con varias instituciones, cada de ellas con una función específica y con sus respectivos gabinetes de comunicación y prensa. Destacan los equipos de profesionales de la comunicación destacados en las principales instituciones comunitarias como el Parlamento, la Comisión, el Consejo y el Tribunal de Justicia.

2. La transparencia informativa y el acceso a la información

Como norma general, las Instituciones Comunitarias, en teoría, para toda estrategia de comunicación e información usan como pilar básico herramientas simples basadas en dar un excelente trato a todos los medios de comunicación a través de "la transparencia", facilitando información, decenas y decenas de informaciones, hasta llegar a veces a la saturación. La claridad en

la exposición de ideas –algo no siempre logrado-, el fácil acceso a toda la documentación y el principio de "transparencia", determinan los principios teóricos en los que se basan las Instituciones de la UE para establecer sus Políticas de Información y Comunicación.

Entre las medidas orientadas a lograr esa transparencia destaca la declaración relativa al derecho de acceso a la información anexa al Tratado de la UE que marca las bases de las estrategias de comunicación en Europa. Ésta establece que "la transparencia del proceso de decisión refuerza el carácter democrático de las instituciones, así como la confianza del público en la Administración". Este es el principio y la base de la política de información y comunicación de la UE: "la transparencia".

De acuerdo con este principio, los años previos a 1993 se pidió a la Comisión Europea que presentara al Consejo un informe sobre medidas destinadas a mejorar el acceso del público a la información de que disponen las instituciones, con vistas a que todas ellas compartieran una misma política de comunicación o cultura institucional basada en la "transparencia". De esta forma, Europa logró, finalmente, una declaración en la que se subraya la importancia de la transparencia y la importancia de que la información llegue al público. Los objetivos, al establecer el derecho de petición, se basan en el deseo de ofrecer al ciudadano europeo y a toda persona residente en la Unión Europea, un medio sencillo que permita dirigirse a las instituciones de la UE para formular solicitudes o reclamaciones.

Por otro lado, la declaración del Consejo Europeo celebrado en Birmingham el 16 de octubre de 1992 lanzó un llamamiento para "una Comunidad más abierta para garantizar un debate público mejor informado sobre sus actividades". El objetivo de esta comunicación era permitir que se entablara la discusión sobre la contribución de las instituciones comunitarias a esta mayor apertura. Se dirige específicamente a los sectores del público que, en razón de sus actividades profesionales o académicas, siguen más de cerca los asuntos europeos. Las bases y fundamentos de la comunicación de las instituciones comunitarias, basadas siempre en la "transparencia", establecen también unos principios sobre la claridad y facilidad de acceso o participación en la preparación de las decisiones y propuestas de las instituciones. Las instituciones europeas, sobre todo el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, afirman que son conscientes de que existe un considerable interés por parte de los ciudadanos de la Comunidad en obtener documentos en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea. Según la Comisión, en este contexto,

debe recordarse que, con arreglo a las normas que determinan las lenguas que deben utilizarse así como su ejecución, los documentos que un Estado miembro o una persona sujeta a la jurisdicción de un Estado miembro envían a las instituciones de la Comunidad puedan estar redactados en la lengua oficial de dicho Estado.

Por su parte, los medios de difusión y, en general, todos los expertos, coincidieron en señalar que el problema de la UE no es de falta de producción de información, sino lo contrario, el exceso. Hay un exceso de información, probablemente no adaptada a las necesidades de los ciudadanos, por su carácter excesivamente general. Al mismo tiempo, los analistas se dan cuenta de la importancia de la televisión, medio de amplio espectro por antonomasia, que dificulta el que se pueda "focalizar" hacia sectores concretos la información europea.

Quizá por eso cobró fuerza el debate sobre una información descentralizada más adaptada a las necesidades y expectativas de los destinatarios que debe utilizar, además, "enlaces" nacionales, regionales, locales... Redes y enlaces que permiten que la información circule en ambos sentidos desde las instituciones hacia el ciudadano y a la inversa. Un papel clave en esta voluntad de "estar a la escucha" lo desempeñan las oficinas de información de las instituciones europeas, Parlamento y Comisión, en los Estados miembros de la Unión Europea. El máximo exponente de esta nueva política fue la de la introducción del euro, codesarrollada por los Estados nacionales. Así se inauguró una nueva cooperación entre los Estados miembros y las instituciones europeas, marcada positivamente por un espíritu de colaboración de diferentes entes "condenados a entenderse". Hay, además otros elementos, como la existencia de un sistema institucional "desequilibrado" o la filosofía de los avances "por pequeños pasos", como los denomina Fernando Carbajo, en especial la "progresividad", que también han tenido una gran incidencia a la hora de informar sobre el proceso de integración interregional europea.

3. Política de información y comunicación de la UE

En 1960, nació el primer servicio común de información, impulsado por el Parlamento Europeo, que debería permitir a las instituciones "expresarse con una sola voz", tal como reza en el informe realizado en nombre de la Comisión Política del Parlamento Europeo sobre la política de información

de las Comunidades Europeas, realizado por el eurodiputado Wilhelmus J. Schuijt, el 7 de febrero de 1972, con el objetivo de preparar "a la opinión pública para las elecciones por sufragio universal directo". Ese mismo año también se creó en cada institución comunitaria un Servicio del Portavoz.

La política informativa de la Unión Europea tuvo como objetivo, desde sus inicios, la "formación de una opinión pública europea independiente". La información no debe limitarse a dar a conocer las decisiones de la Comisión Europea o el Parlamento y su legislación, sino a favorecer el nacimiento de "una nueva conciencia, de un nuevo modelo de conducta y pensamiento tanto frente a los problemas internos como a los del resto del mundo", afirma el mismo documento de 1972. Se quiere establecer un paralelismo entre política de información y la concepción política general de la Unión Europea. Al mismo tiempo, se intenta evitar conflictos entre los intereses de la Comunidad y los Estados miembros. Para los analistas, se crea así también un derecho colectivo e individual del ciudadano europeo a la información. De hecho, con el informe de W. J. Schuijt, se afirma que "el futuro de la democracia parlamentaria en la Comunidad Europea depende de una información en profundidad".

Otro aspecto importante en estos momentos es la ausencia de símbolos de identificación en una Europa con mecanismos de decisión excesivamente complejos. La falta de competencias claras y la ausencia de una sede única han tenido un efecto negativo muy importante a la hora de consolidar informativamente las instituciones, especialmente, el Parlamento Europeo. Desde sus orígenes, los seis Estados fundadores se fijaron con el objetivo de conceder la misma importancia a la información interna que a la destinada a terceros países. Los primeros sondeos de opinión en los años sesenta, realizados de modo esporádico, demostraban que "ocho de cada diez ciudadanos de los países miembros sabían que existía la Comunidad Europea".

Desde principios de los años setenta, la claridad en el lenguaje y la transparencia en la información son una preocupación para evitar que sólo los iniciados puedan acceder a la información. Una voluntad claramente expresada es la de descentralizar al máximo la acción de información para adaptarla a las condiciones particulares de los diferentes Estados miembros. Un sector considerado prioritario es el de la educación, como acordaron los ministros del ramo en noviembre de 1971.

Empiezan también a manifestarse algunos de los síntomas que "aquejan" al tratamiento de la información sobre la política comunitaria: excesivo loca-

lismo en el Consejo, entrevistas de los medios sólo con los ministros de su país y acciones de este tipo por parte del interés de los "media" hacen que la información sobre el proceso de unidad europea se convierta "en un puzzle", según Carbajo, quien denuncia que "no haya luz y taquígrafos" en esos momentos, sobre todo en las celebraciones de los Consejos Europeos, con lo que se olvida dar a los problemas "una dimensión comunitaria". "Se produce una semejanza entre la información comunitaria y la del tiempo: fuera de las fronteras nacionales no hay clima y además no tiene incidencia en nuestro país", recuerda el director de la Oficina del PE para España. Europa no hablará con una sola voz en el mundo mientras la información sólo se vea desde la óptica nacional, es la primera conclusión que podemos sacar de este acercamiento al desarrollo histórico de la información europea. Además, la estructura de los medios de información es exclusivamente nacional. Faltan medios europeos: periódicos, grupos, agencias de noticias-información, televisiones y revistas de ámbito totalmente europeo que supere los nacionalismos y localismos.

Por otra parte, hay una gran evolución del presupuesto comunitario, pero no del destinado específicamente a la comunicación y a las actividades informativas del Parlamento y la Comisión. Entre 1962 y 1965, en plena fase de consolidación de la construcción comunitaria, se realiza un gran avance que se estanca y perdura entre 1966 y 1968. La mayor participación de los representantes en las discusiones presupuestarias puede explicar este descenso que se traduce en aumento a partir del momento en que, tras la creación por decisión de 21 de abril de 1970 de los recursos propios del Parlamento Europeo, puede intervenir en los presupuestos de comunicación e información.

En 1971, la Dirección General de Prensa e Información y el grupo de portavoces disponía ya de 215 funcionarios y 71 agentes, incluyendo las oficinas exteriores, no la española, que por aquel momento no existía ya que España no había ingresado en la Comunidad Europea. Si hacemos una comparación con países como Alemania, vemos que, por entonces, más de 1.000 funcionarios y agentes efectuaban funciones similares en la RFA. El gasto por habitante era 0,93 unidades de cuenta en la RFA, unas 1,3 unidades de cuenta en el Reino Unido y 0,013 unidades de cuenta como media europea en 1971. Más de una multinacional norteamericana tenía mucho más presupuesto que la Comunidad Europea entonces.

Según el informe sobre la política informativa de la Comunidad Europea de la Comisión de las Comunidades Europeas y el Parlamento Europeo (documento 1.596/80, del 4 de diciembre de 1980) cuyo ponente fue Wolf-

gang Schall, en ese mismo año 1980 la entonces Comisión de Juventud, Cultura, Educación, Información y Deportes preparó un nuevo informe sobre política informativa y su funcionamiento en las instituciones europeas. La decisión coincide con las elecciones directas al Parlamento Europeo.

Ese mismo año, la Comisión Europea entró en una nueva fase tras la elección por primera vez en su historia, concretamente en el año 1979. La primera contestación o respuesta es la reacción de la Comisión Europea, la cual consiste en tomar la bandera de la construcción europea para no quedar relegada por la Eurocámara. Así, la Comisión aparece como símbolo y representante del proyecto de construcción europea por lo que el Parlamento Europeo queda relegado a un margen. De esta manera, se activa primero la política informativa de la Comisión Europea. Su objetivo básico es la difusión de la información, sobre todo a través de los llamados "multiplicadores" (medios de comunicación) y también es la responsable de la proyección exterior de la imagen de la Comunidad Europea.

Respecto al primer aspecto, la política informativa no siempre ha tenido la comprensión ni todas las facilidades necesarias en los Estados miembros. Esta situación propició que la Comisión no cumpliera con lo que debía ser también uno de sus objetivos: la elaboración de una política de información global para el conjunto de las instituciones comunitarias y el proyecto de Unión Europea. Este objetivo está hoy de nuevo puesto en primera página del debate de los expertos sobre la comunicación de la Unión Europea y el papel de los Estados miembros y las instituciones para poner en marcha una política informativa y de comunicación global para toda Europa.

4. El periodista como transmisor de los valores comunitarios ante la opinión pública

Aunque parezcan lejanos esos tiempos de 1979 y las primeras elecciones directas y el de otras campañas de comunicación, como la de la adhesión de España y Portugal en 1986, la introducción del euro, o las que cada cinco años nos recuerdan nuestra cita con las urnas para elegir a los miembros del Parlamento Europeo, el fin principal de las campañas de la UE sigue siendo el explicar esta compleja realidad europea.

De todas formas, y a pesar de los esfuerzos, el ciudadano medio europeo sigue sin comprender la complejidad institucional de la Unión Europea y su

Política. Pero, éste no es el mayor problema, ya que puede solucionarse con campañas efectivas de información y divulgación en el ámbito educativo y académico, por un lado, y con la ayuda de los medios de comunicación de masas por otro. El mayor problema es la identidad con la realidad europea. ¿Cómo lograr que un ciudadano de un país cualquiera de la UE se sienta identificado con esta nueva realidad política?

Al parecer, el grado de identidad con el proyecto europeo por parte de los ciudadanos es coyuntural. Depende del momento de bonanza o no, aunque sí es cierto, que como norma general, la falta de sentimiento europeo es evidente en el caso de muchos nacionales de países miembros, incluido el caso de España, lo que convierte el problema en algo estructural. Así lo muestran varios estudios, entre ellos algunas encuestas bastante recientes del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), del Instituto de Cuestiones de Política Internacional y Políticas Exterior (Incipe) y el Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos.

Según una de estas investigaciones, la imagen, percepción y opinión de los españoles respecto a Europa ha ido cambiando junto con los acontecimientos históricos más recientes, desde nuestra entrada en la entonces Comunidad Económica Europea, en 1986, hasta hoy. Se ha pasado "de la ingenuidad de los primeros momentos" y del "escepticismo característico de la mayor parte de la década de los noventa" para llegar a la situación actual en la que afirma que "nunca como ahora los españoles han estado tan satisfechos de su condición de ciudadanos miembros de la Unión Europea", con los factores de todo tipo que eso incluye. La entrada y uso del euro parece haber sido un elemento clave de esa identificación del español con Europa, lo que hizo que Europa dejara de verse "como una entidad abstracta de beneficios o perjuicios difusos. Tras el euro, la adopción de una Constitución común para todos los europeos supondría otro nuevo gran paso en ese proceso de identificación europea de los españoles.

Según la encuesta del CIS, el 25,3 por ciento de los españoles encuestados citaron la falta de sentimiento europeo como la principal causa de abstención. Las respuestas que siguieron fueron el cansancio electoral (21,4 por ciento), la falta de interés (20,2), la falta de información (15,1) y la falta de credibilidad de los políticos (15). Más específicamente, entre los españoles que admitieron no haber votado, el 21,6 por cierto asegura estar harto de la Política y de las elecciones.

El desencanto de los españoles se evidencia en muchas de las respues-

tas a la encuesta del CIS. Así, el 67,4 por ciento admitió que la campaña de las elecciones europeas le interesó todavía menos que la campaña de las generales.

Este mismo estudio del CIS concluyó, además, que los debates entre los diferentes candidatos apenas suscitaron interés. El 63,1 por ciento de los españoles encuestados no vio el primer debate entre los dos candidatos de los principales partidos, Josep Borrell (PSOE) y Jaime Mayor Oreja (PP), porcentaje que subió hasta el 72,4 en el segundo debate y al 79,9 en el caso del debate a seis retransmitido por Televisión Española (TVE) en horario de prime-time. Incluso el 84,3 por ciento asegura que la campaña le ha servido poco o nada para decidir su voto.

Pero, si los datos sobre las pasadas elecciones al Parlamento Europeo eran nada positivas para el movimiento paneuropeo, mucho menos los son los datos de las últimas encuestas con vista al inminente reto de la aprobación en referéndum en España del Tratado por el que se establece una Constitución para Europa.

Según una encuesta publicada por el diario *El Mundo* el 12 de octubre de 2004, elaborada por la empresa encuestadora Sigma Dos, más del 40 por ciento de los españoles no sabe o no contesta sobre su voto ante este referéndum, lo que nos puede hacer sospechar por adelantado que habrá una amplia abstención ante esta cita con las urnas. A pocos meses de esta cita con la democracia, sólo el 36,5 por ciento de los españoles asegura que votará sí, frente a un 3,2 que asegura que votará no, y algo más de un 5 por ciento que afirma que votará en blanco.

5. Últimos esfuerzos europeos en materia de comunicación

Ante estos nuevos retos en materia de comunicación, no son sólo responsables los gobiernos nacionales, las propias instituciones comunitarias también deben colaborar en la difusión de los valores europeos. En estas intenciones podría profundizar la nueva Comisión Europea presidida por el ex primer ministro portugués José Manuel Durao Barroso, quien ha designado a la sueca Margot Wallström como nueva Comisaria de Relaciones Institucionales y Comunicación. La propia Wallström abogó en su discurso del 30 de septiembre ante el Parlamento Europeo en Bruselas por “crear una cultura de la cooperación”, “compartir con la propiedad del proyecto europeo”,

"escuchar las voces de los ciudadanos europeos", "conectar con la gente y escucharles", "ayudar a construir una infraestructura democrática".

La cooperación y coordinación con los gobiernos nacionales para difundir el espíritu europeo parece imprescindible, sobre todo después de las últimas críticas lanzadas por algunos expertos. Tres especialistas como Sebastián Kurpas, Christoph Meyer y Kyriakos Gialoglou, emitieron el pasado mes de septiembre un informe sobre los problemas derivados de lo que consideraban "problemas derivados de la deficiente política informativa de la UE", al tiempo que hablaban de déficit democrático y de comunicación. En su artículo publicado por el Centro de Estudios Políticos Europeos (CEPS), los expertos insistieron en la urgente necesidad de mejorar la política de comunicación hacia los ciudadanos, haciendo uso de las ventajas de las que disponen tanto las instituciones comunitarias como los gobiernos nacionales y regionales, además de los "mass media" y el mundo académico.

Este mismo informe denuncia que los ciudadanos carecen del conocimiento adecuado para formarse una opinión propia sobre las ventajas que ofrece la UE para mejorar sus aspiraciones y su vida en general. Además, critican a los líderes de la UE por no haber sabido transmitir el mensaje de que la integración europea es beneficiosa para los ciudadanos.

En este sentido, alertan de que los gobiernos nacionales tendrán ahora muchas dificultades para convencer a sus ciudadanos a la hora de ratificar el nuevo Tratado Constitucional para Europa, por lo que recomiendan a la Comisión Europea que promueva campañas de información y comunicación dirigidas a un amplio público y no hacia "los de siempre". Según los expertos, estas campañas, que deberían desarrollarse en estrecha colaboración con los gobiernos de los Estados miembros, tendrían que centrarse sobre todo en explicar el Tratado Constitucional y la estrategia de Lisboa.

6. Instrumentos profesionales para la calidad en la información europea

Al igual que el Periodismo generalista, los periodistas que trabajan en los medios de comunicación que informan sobre temas especializados, como son los de política comunitaria y asuntos europeos, comparten un elemento ético. Tanto el profesional que desarrolla su actividad en los gabinetes de comunicación institucionales europeos, como el redactor o corresponsal encargado

de estos temas, debe ser consciente de la dimensión deontológica de su trabajo.

Estos periodistas, tanto los de gabinetes como los que trabajan para medios, deben enfrentarse al reto que supone para ellos el llegar con su información a determinados tipos de audiencias. Como especialistas en la materia, no sirve sólo con que su trabajo llegue al gran público, por el contrario, su información debe ser de calidad para aquellos que demandan un producto más especializado, segmentado y concreto.

Con el fin de superar esta prueba satisfactoriamente, los periodistas especializados en temas europeos no pueden pasar por alto los aspectos éticos y la dimensión deontológico de su labor diaria. El reconocimiento de esta responsabilidad debe hacer que todos los periodistas se sometan a un conjunto de principios éticos materializados en un código deontológico común para todos los profesionales especializados en el campo de la información sobre la Unión Europea, un código de corresponsales acreditados en Bruselas, de redactores de secciones internacionales de agencias y medios, que reúna en un documento por ahora tan inexistente como necesario, las bases con las que el periodista se enfrente a las armas de la comunicación institucional de la UE que antes hemos descrito.

Dadas estas necesidades de trabajar con un código común y ante la ausencia de un documento especial para periodistas especializados en información comunitaria, algunos organismos internacionales como la UNESCO, el Consejo de Europa o la Federación Internacional de Prensa, han establecido estos códigos –así lo recuerdan autores como Díaz del Campo (2004)-. Un documento cercano que podría servir como base de trabajo es el texto elaborado por el Consejo de Europa en 1993 y su Código Europeo de Deontología del Periodismo, un documento general, pero interesante. Esta "generalidad" suele ser la característica en los códigos deontológicos que suelen regir por unas coordenadas sensiblemente distintas a las de la prensa especializada, necesitada de códigos propios más concretos.

Así, a las valoraciones y grandes principios universales y comúnmente aceptados como la defensa de la verdad, el respeto a las fuentes y/o protagonistas de las informaciones, deben añadirse nuevas fórmulas en el caso de los periodistas especializados en temas europeos. A la debida objetividad, imparcialidad y defensa de la libertad de expresión, respeto al derecho a la intimidad o a la vida privada, el periodista experto en temas europeos debe describir y detallar el proceso de integración europea hasta hacerlo fácil de enten-

der por todos y cada uno de los ciudadanos europeos receptores de su mensaje.

Para que esto sea así, el periodista que informa de aspectos relacionados con a Unión Europea, debe estar especializado en la materia, dada la complejidad de la maquinaria comunitaria. Al mismo tiempo, debe ser consciente de que trabaja para informar a un determinado colectivo interesado en los asuntos europeos, por lo que debe enmarcar su actividad en ese contexto; no obstante, al mismo tiempo, no puede olvidar que junto a ese lector que pide un acceso a información bien documentada, en profundidad y con rigor, se encuentra un ciudadano de a pie generalmente desinformado y desconocedor de las entrañas de la Política Europea. Por eso, su reto es doble y consiste en dar información en profundidad, pero con el suficiente tono didáctico y explicativo, de forma que toda su audiencia sea capaz de entender el mensaje.

Al tratarse de un caso de periodismo especializado, debemos recordar que un código ético para periodistas expertos en temas europeos, debe gozar de valores como el "rigor informativo" y la "profundidad", aspectos no muy comunes en los códigos de este tipo. En nuestro caso, se trata de dos elementos clave que se convierten en una exigencia deontológico a la hora de producir informaciones relacionadas con el proceso de integración comunitaria.

Otra de las autocríticas a tener en cuenta por el redactor especializado en temas europeos debe ser la diferenciación entre información, opinión, propaganda, publicidad y comunicación institucional. Como ya se ha visto, la maquinaria de comunicación de las instituciones europeas es un gigante, que puede sobrepasar la capacidad de asimilación del redactor por la saturación informativa. El periodista especializado en temas europeos debe saber distinguir con claridad entre la información elaborada por él mismo y sus compañeros de agencias informativas u otros medios, de aquella otra información que tiene como origen los gabinetes de prensa y comunicación de instituciones interesadas en ofrecer una determinada información publicada de un modo especial. El buen profesional no puede olvidar su necesidad de contrastar esas fuentes con otras. Además, en caso de que se haga uso de esta información, se debe citar la fuente de forma expresa para identificar su procedencia.

Igual que separa comunicación institucional de información, debe separar también información de opinión. A la hora de redactar, debe ser muy cui-

dadoso, separando bien las valoraciones y opiniones, entrecomillándolas o advirtiendo que son opinión procedente de una determinada fuente o de un protagonista concreto. En el caso de que el propio medio así lo desee y quiera manifestar una opinión sobre un tema europeo, debe destacarlo tipográficamente o de forma expresa.

Por supuesto, hay otros elementos comunes al periodista generalista que el especialista en temas europeos debe mantener. Aunque sean sólo citados de pasada, es preciso recordar cosas tan importantes como su responsabilidad frente a las informaciones generadas y firmadas, el deber de rectificar en caso de error o de reparar los daños a terceros, su servicio tanto al receptor (lector, espectador, oyente...) o su obligación de citar a las fuentes, compatible también con su derecho al secreto profesional.

En el caso de la información europea, otro aspecto a destacar sería el tema de las invitaciones, convocatorias, gratificaciones y regalos. Como ya se ha repetido, la comunicación de las instituciones comunitarias cuenta con un gran presupuesto y posibilidades. El periodista deber ser fiel a su medio y saber que las invitaciones a viajes, convocatorias, presentaciones, actos sociales, ruedas de prensa y otras actividades del estilo tienen como destinatario el medio de comunicación para el que trabaja. Al mismo tiempo, tiene que ser consciente de que no deben aceptarse sobresueldos, dineros extraordinarios, retribuciones y gratificaciones injustificables o regalos de valoración especial que superan la mera cortesía y buscan influir en los contenidos informativos elaborados por los periodistas.

Por último, no podemos olvidar otro aspecto relacionad con el buen quehacer informativo de temática europea y las nuevas tecnologías. Como se ha visto en los apartados dedicados a la crítica de la comunicación institucional europea, las instituciones comunitarias han encontrado en Internet una nueva herramienta de comunicación para difundir sus informaciones. El periodista especializado debe saber usar esta herramienta con un extremado acierto. El portal de la Unión Europea en Internet, *www.europa.eu.int*, es uno de los más importantes y más completos de toda la red. Muchos medios de comunicación que no cuentan con corresponsales en Bruselas o Estrasburgo usan la información que la UE distribuye a través de su página web y sus listas de correo electrónico. Aunque es cierto que la UE cuelga en Internet una gran cantidad de información disponible para su uso por parte de la prensa, ésta puede acarrear problemas para el periodista. Si bien es cierto que en términos de proximidad y transparencia, esta opción permite un fácil seguimiento aún sin tener un corresponsal o enviados

especiales en las sedes comunitarias (González Verduzco, 2004) el uso de esta información puede ser desaconsejable cuando no se cuenta con la formación adecuada, el *background* necesario o un deficiente conocimiento de las lenguas en que se publica. Además, a veces puede resultar demasiado lejana, compleja, impersonal, fría y difícil de explicar. Hay que recordar que la información que la UE vuelca en Internet a veces no puede ser consumida directamente por las audiencias y necesita de periodistas que trabajen como descodificadores, ya que a veces la Red no cumple eficazmente con su función multiplicadora de información tal y como sí cumplen los medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión y la prensa escrita.

Conclusiones

Sin duda alguna, tras todo lo expuesto, se extraen unas conclusiones casi obvias, algunas bastante negativas y otras que todavía dejan un hueco a la esperanza. Para concluir, habría que recalcar que, a pesar de los grandes esfuerzos en materia de comunicación, a veces sin resultados directos, la Unión Europea y el histórico proceso de reunificación del Viejo Continente se han convertido en un tema que sigue sin interesar demasiado a los ciudadanos de los Estados miembros.

Esta problemática podría estar basada por el hecho de que los europeos no están interesados en unas instituciones o en unas elecciones en las que su voto, por ejemplo, no les da opciones reales como para poder elegir al presidente de la Comisión Europea, y su incidencia real en las grandes decisiones que se toman a escala comunitaria.

La comunicación no puede convertirse en la solución única a estos problemas, pero sí está demostrado que es una de las herramientas imprescindibles para la ayudar a resolver problemas como el déficit democrático e informativo.

En este proceso de intermediación entre las instituciones comunitarias y los ciudadanos europeos, el papel fundamental lo desarrollan los medios de comunicación, por lo que la prensa cuenta con una responsabilidad ineludible en el proceso de construcción europea.

Por ese motivo, será necesario formar a los nuevos profesionales de la información y comunicación de tal manera que éstos sean conscientes del momento histórico que vive nuestro Continente y de la trascendencia de lo

que supondrá la aprobación, en su caso, del Tratado por el que se establece una Constitución para Europa, para que así lo puedan transmitir a la Opinión Pública Europea, receptora final de las diferentes campañas de comunicación de las Instituciones Comunitarias.

Finalmente, es necesario volver a repetir que el periodista experto en temas comunitarios debe ser reconocido como periodista especializado necesitado de un código deontológico especial, dado que la información sobre la UE es especial. Esto no le excluye de cumplir con los principios y valores básicos de la profesión periodística; por el contrario, a estos requisitos se le unen otros como el rigor, la profundidad en las informaciones, la necesidad de mantener un tono divulgativo, pero crítico a la vez, del histórico proceso de integración europea.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

BEL MALLEN, J. I. [coord.]: *Comunicar para crear valor*. Pamplona, Eunsa, 2004.

BONETE PERALES, E. [coord.]: *Éticas de la información y deontologías del periodismo.* Madrid, Ed. Tecnos.

CABEZUELO LORENZO, F.,: *La comunicación institucional en el marco de la Unión Europea, nuevo escenario histórico de la realidad española*, en *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara. Editores del Henares, 2004.

CARBAJO FERRERO, F.: *Hacia una política de información y comunicación para la Unión Europea*, en *Sociedad y Utopía*, núm. 2, Madrid, 1993, págs. 71-78.

DESANTES-GUARNER, J. M.: *Derecho a la Información: Materiales para un sistema de la comunicación.* Valencia, Ed. Fundación COSO, 2004.

DÍAZ DEL CAMPO LOZANO, J.: *Deontología del Periodismo Especializado: Análisis del 'Código Deontológico del Periodista Especializado y Técnico'*, en *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara. Editores del Henares, 2004.

GARCÍA GORDILLO, M.: *La imagen de la Unión Europea en la prensa nacional,* en *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara. Editores del Henares, 2004.

GONZÁLEZ ESTEBAN, J. L.: *El déficit informativo español y la accuratio sobre el proyecto europeo, en España y Polonia ante la UE*. Albacete. Ed. Librería Popular-Universidad de Castilla-La Mancha, 2003.

GONZÁLEZ VERDESOTO, E.: *La Unión Europea en Internet: una clave para la proximidad y la transparencia* en *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara. Editores del Henares, 2004.

LAITILLA, T.: *Journalistic codes of ethics in Europe,* en *European Journal of Communication.* Vol. 10, Núm. 4, 1995.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, M.: *Bases de la política de información y comunicación de la Comunidad Europea. Madrid. Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas,* 2004.

SOTELO GONZÁLEZ, J.: *La información sobre la Unión Europea como objeto de especialización periodística,* en *Prensa y Periodismo Especializado II*. Guadalajara. Editores del Henares, 2004.

VV. AA.: *Veracidad y objetividad. Desafíos éticos en la Sociedad de la Información*. Valencia. Ed. Fundación COSO, 2003.