

# MICROS ABIERTOS A **EUROPA**

GURE GAAK



ESTEFANÍA  
**JIMÉNEZ**

PROFESORA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD. UPV/EHU.

Las regiones han sido definidas tradicionalmente como demarcaciones territoriales determinadas por características históricas, geográficas o administrativas, ubicadas en un nivel inmediatamente inferior al que ocupan los estados. Las regiones, con mayores o menores grados de autonomía, pero factores elementales en la gestión de la UE, constituyen elementos clave a la hora de acercar las instituciones europeas a la ciudadanía. Ese es el espacio de Euskadi como nación europea, como una de las 75 que conforman la “Europa de las regiones”. Y es ahí donde entran en acción los medios de comunicación, actores principales en cuanto a construcción de identidad y demarcación de la agenda.

La relación entre los sistemas mediáticos y la idea de Europa, en ocasiones difícil de trasladar, puede ser abordada desde diferentes puntos de vista. ¿Cómo elaborar la idea de la Unión Europea, compleja, abstracta, dura, difícil de describir en ocasiones? ¿No hay una inherente contradicción entre los referentes locales o regionales y los intentos por construir un imaginario europeo común? ¿Cuál es el rol de los medios de comunicación en este contexto? ¿No se hace complejo informar sobre cuestiones relacionadas con Europa sin abandonar los referentes propios, tan necesarios para cohesionar la sociedad de la que forman parte? ¿Puede confiarse en los medios más cercanos la tarea de la construcción de una Europa de las regiones? ¿Qué se les puede exigir, hasta dónde llega su responsabilidad... teniendo en cuenta que los medios no siempre dan pasos atrás cuando se trata de abordar debates identitarios? De puro heterogéneo,

**De puro heterogéneo, el tratamiento mediático que han recibido iniciativas como la Vía Catalana podría llegar a interpretarse incluso en clave humorística. Eso, si no reflejara, bien a las claras, que lejos de ser notarios asépticos de la realidad, los medios pueden actuar como poderosos agentes políticos que interpretan los hechos siguiendo particulares directrices editoriales**

el tratamiento mediático que han recibido iniciativas como la Vía Catalana podría llegar a interpretarse incluso en clave humorística. Eso, si no reflejara, bien a las claras, que lejos de ser notarios asépticos de la realidad, los medios pueden actuar como poderosos agentes políticos que interpretan los hechos siguiendo particulares directrices editoriales.

¿Hasta qué punto es determinante el enfoque elegido por los medios de comunicación regionales cuando informan sobre cuestiones de índole europea? ¿Es el concepto de una “Europa de las regiones” empleado para reforzar, o

justo lo contrario, para debilitar el marco interpretativo desde el cual abordar fenómenos o inquietudes nacionalistas? Sin duda se trata de preguntas abiertas para las que parece difícil hallar respuestas contundentes, inmediatas o universales. Sí son, sin embargo, objeto de la reflexión colectiva y poliédrica que tuve la oportunidad de organizar y moderar en calidad de Basque Visiting Fellow dentro de un programa de movilidad promovido por el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco. El seminario “Europe of regions. The role of

media” fue acogido por el European Studies Center, St Antony’s College, de la Universidad de Oxford, durante una estancia de investigación que se desarrolló en 2013.

Las líneas que prosiguen no son un acta detallada y sistemática de las intervenciones de los participantes en el seminario. Nada más lejos de mi intención. Se trata aquí de recoger a vuelapluma un catálogo breve de ideas y pensamientos que ponen sobre la mesa la compleja relación entre los medios y

la demasiado a menudo abstracta idea de una Europa al servicio de la ciudadanía.

En este momento parece oportuno poner sobre el tapete el papel que juegan nuestros medios de comunicación más cercanos en el proceso de construcción de la identidad colectiva, especialmente en casos como el vasco, en el que la ciudadanía se ve expuesta a impactos mediáticos y marcos de referencia coexistentes. En Euskadi la ciudadanía tiene contacto con medios vascos, públicos y privados; sistemas comunicativos locales, anecdóticos en algunas comarcas, francamente vigorosos en otras; y, por supuesto, el todopoderoso ecosistema de ámbito estatal, fundamentalmente articulado alrededor de la televisión estatal: para bien o para mal, este sigue siendo en nuestro entorno el medio de comunicación más consumido y con mayor penetración. Y las tasas de consumo televisivo y las preferencias programáticas, aunque con ciertos matices, no son sustancialmente diferentes en los contextos vasco y español.

¿Cómo abordan la información sobre Europa los medios más cercanos, aquellos cuyo marco referencial no está en Madrid, aquellos que recogen, amplifican y contribuyen a definir la identidad y la idiosincrasia vasca, local? ¿Cómo hacerlo en un momento en el que además de a los vaivenes y decisiones económicas, la idea de Europa aparece repetidamente vinculada al recuestionamiento del encaje en la UE de regiones como Escocia, Catalunya -recientemente "amenazada" con la salida de la UE si declarara su independencia-, y obviamente, el País Vasco?

**La difusión que realizan los medios de comunicación sobre una visión de los hechos concreta ofrece una representación de la realidad que es igualmente concreta y se ajusta a intereses específicos. Esto tiene que ver con la selección de temas, pero también con los marcos interpretativos, la selección de fuentes y la jerarquización de los contenidos**

**Sólo siendo conscientes del peso específico que tiene un enfoque concreto y vasco al informar sobre las decisiones tomadas en el seno de la UE para Euskadi se promueven enfoques propios. Pero para ello, además de determinación, hay que contar con recursos económicos y una estructura de producción que permita mantener infraestructuras y personal allí, y un contexto local que, aquí, sepa valorar e interpretar adecuadamente el alcance de las decisiones que se toman a kilómetros de distancia**

La difusión que realizan los medios de comunicación sobre una visión de los hechos concreta ofrece una representación de la realidad que es igualmente concreta y se ajusta a intereses específicos. Esto tiene que ver con la selección de temas, pero también con los marcos interpretativos, la selección de fuentes y la jerarquización de los contenidos. Hace ya mucho tiempo que la socióloga estadounidense Gaye Tuchman (1983:13) hizo pivotar su reflexión respecto a la capacidad de los discursos mediáticos para encuadrar la realidad sobre una muy acertada y clásica metáfora:

“La noticia es una ventana al mundo (...) tiende a decirnos qué queremos saber, qué necesitamos saber y qué deberíamos saber (...) Pero, como todo marco que delinea un mundo, depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio. La escena que se despliega depende también de dónde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia delante con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana”.

Enmarcar un tema, Euskadi en Europa, Europa para Euskadi, pasa por “seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y darles más relevancia en un texto comunicativo” (Entman, 1993:52), promoviendo una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral o, entre otros elementos, una recomendación de cómo abordar la cuestión. Todo ello entronca con

las teorías de la agenda setting y el framing, poderosos si bien poliédricos cimientos en los cuales se sustenta gran parte de la producción científica actual sobre medios de comunicación.

La teoría del framing, o encuadre informativo, conecta así con uno de los eternos debates asociados a los contenidos mediáticos: la posibilidad de transmitir la realidad tal y como es, y al mismo tiempo, la imposibilidad de hacerlo y los elementos que determinan esa imposibilidad, desde supuestos intereses ideológicos o actitudes profesionales, hasta recursos materiales o condicionantes relacionados con el propio ejercicio del periodismo. Sólo siendo conscientes del peso específico que tiene un enfoque concreto y vasco al informar sobre las decisiones tomadas en el seno de la UE para Euskadi se promueven enfoques propios. Pero para ello, además de determinación, hay que contar con recursos económicos y una estructura de producción que permita mantener infraestructuras y personal allí, y un contexto local que, aquí, sepa valorar e interpretar adecuadamente el alcance de las decisiones que se toman a kilómetros de distancia.

Sin abandonar la teoría del framing, Igartua *et al.* (2004) recuerdan que un mayor énfasis mediático sobre un determinado tema o asunto tiende a provocar en la opinión pública una mayor *preocupación* sobre el tema. Esta conclusión, que puede aplicarse a la presencia creciente, decreciente, variable, cíclica, de informaciones relacionadas con la inmigración, la violencia machista, o los riesgos derivados de la energía nuclear, por ejemplo, ha de reconsiderarse de manera particular cuando se trata de valorar la importancia atribuida por la ciudadanía a las instituciones europeas. Porque, en efecto, nadie se atrevería a día de hoy a afirmar que el devenir de nuestra vida política puede desarrollarse al margen de las lí-

neas de actuación dibujadas por las instituciones de la UE. El desplazamiento de los focos de poder, en nuestro caso más de mil kilómetros al norte, perceptible y en esa lógica hace tiempo que reaccionaron los medios: la delegación territorial de EITB en Bruselas lleva tiempo siendo una de las más activas de la corporación, y grupos de comunicación de índole privada como el Grupo Noticias cuentan con correspondencia en la ciudad desde su comienzo, dando

por hecho el valor estratégico de la información con origen en la sede central de la UE. De hecho, si hace unos años la pregunta a plantearse al respecto pudiera haber sido *por qué*, a día de hoy se ha sustituido, como indicaba Olatz Simón en su intervención en el seminario que previamente mencionábamos, por un *¿cómo no?*. ¿Cómo no considerar la actualidad europea una de las patas del relato informativo, de lo que la ciudadanía vasca *ha de conocer*?

Sin embargo, la proliferación de información no implica que la ciudadanía esté suficientemente informada sobre la actualidad europea. La naturaleza de los programas televisivos, el modo de cubrir las informaciones del ámbito político, acentúan siempre los elementos conflictivos. El recurso a los detalles, la amplificación de las anécdotas o el apuntalamiento de estereotipos son elementos narrativos tan presentes en la información sobre la Unión Europa -en todo tipo de informaciones políticas, por otra parte; en todo tipo de información, si me apuran-

como necesarios para captar la atención del público y simplificar el mensaje. Y los y las periodistas los emplean de un modo que me atrevería a calificar de automático, naturalizado, inserto en sus rutinas profesionales: se trata de contar historias y para ello hay que recurrir a clichés y simplificaciones que reduzcan la complejidad y hagan aprehensible y *relatable* una realidad compleja. No hay historia sin protagonistas, ni protagonistas sin asignación de roles.

**Sin embargo, la proliferación de información no implica que la ciudadanía esté suficientemente informada sobre la actualidad europea. La naturaleza de los programas televisivos, el modo de cubrir las informaciones del ámbito político, acentúan siempre los elementos conflictivos. El recurso a los detalles, la amplificación de las anécdotas o el apuntalamiento de estereotipos son elementos narrativos tan presentes en la información sobre la Unión Europa -en todo tipo de informaciones políticas, por otra parte; en todo tipo de información, si me apuran- como necesarios para captar la atención del público y simplificar el mensaje**

Retrocedamos unas décadas. En los años 70, en un contexto entonces en el que, por cierto, la competencia por la siempre limitada atención del público no era tan descarnada como en la actualidad, se bautizó como *videomalestar* una corriente de investigación que afirmaba que el modo de informar sobre la actualidad política contribuía a alimentar el cinismo del público. De hecho, Paul Weaver (1972) aseguraba que los formatos informativos fomentan el desinterés, si no el rechazo, hacia las instituciones. Él se refería a las nacionales. ¿Qué no cabe pensar respecto a instituciones percibidas por gran parte de la ciudadanía europea, además, como lejanas y oscuras?

Con el tiempo, por supuesto, aparecen voces discordantes que matizan esta afirmación. No podemos sino asentir cuando Pippa Norris, a la cabeza de la Teoría del Círculo Virtuoso (Norris, 2000), afirma que quienes se exponen de forma consistente a informativos y campañas electorales, las personas más documentadas en términos políticos, son quienes más confían en el sistema político y las más participativas. El proceso de comunicación política, por tanto, reforzaría el activismo de los activos. Mientras tanto, sin embargo, quienes se exponen a programas sensacionalistas suelen presentar cotas altas de desafección y cinismo. Y con honestidad, ¿qué porcentaje de la población vasca actual puede considerarse “activa” en materia de política europea? ¿Quiénes, aun pretendiendo informarse, son capaces de mantenerse al margen de un discurso informativo en el que prima el escándalo a base de titulares, la interpretación forzosamente maniquea, la reducción a tópicos? ¿Qué lugar ocupa la información, y más aún la información europea de carácter no estrictamente económico, cuando ha de competir por la

**Cualquier noticia relacionada con la Unión Europea -y un rápido vistazo a un periódico o la escucha activa de un boletín radiofónico confirmará que no son pocas las que recibimos cada día- mueve a la preocupación, alimentando un estado de opinión según el cual las decisiones de las instituciones europeas se toman al margen de los intereses reales de la ciudadanía**

**Es común atribuir a Henry Kissinger una célebre cita: “¿A quién llamo si quiero hablar con Europa?” No hay relato sin protagonista, no hay comunidad sin líder, no hay respuesta sin interlocutor. La UE no tiene un rostro que pueda medirse de igual a igual con, pongamos un ejemplo, Barack Obama. Los periodistas no tienen a quién preguntar**

atención de la ciudadanía contra la fotografía tramposa, el vídeo gracioso sacado de Youtube, el suceso, el anuncio de 2.000 despidos?

Hay que reconocer que las circunstancias tampoco juegan demasiado a favor de la idea de una Unión Europea en la que confiar, de la que depender y a la que contemplar como un marco de acción de referencia. La crisis del euro, la crisis económica en su conjunto, ha transformado profundamente a la UE, ha debilitado las instituciones comunitarias y ha reforzado brechas que parecen difíciles de restañar. El euroescepticismo ha sido considerado tradicionalmente como una enfermedad británica pero a día de hoy parece haberse extendido a todo el continente. La UE registra unos niveles de desafección inéditos desde 1973, es decir, nunca vistos en las cuatro décadas que el Eurobarómetro lleva cuantificando las

preocupaciones de la ciudadanía europea. Según su último informe, publicado este verano a partir de un estudio de campo elaborado en mayo, el 75% de los y las españolas afirma no confiar en las instituciones europeas y sólo uno de cada cinco otorga legitimidad a la Unión Europea como la institución más adecuada para impulsar medidas efectivas contra la crisis económica y financiera. Ampliando el foco al conjunto de la ciudadanía europea, sólo el 30% tiene una imagen positiva de la UE, lo cual implica 22 puntos menos respecto al Eurobarómetro de 2007, antes de que se instalara, como una sombra espesa e ineludible, la crisis económica. Ciertamente es que el proyecto europeo nunca gozó de adhesiones universales: en 2007 el 15% de la población lo observaba con antipatía; hoy, el porcentaje de euroescépticos se duplica. Y a ellos, súmenle el amplio margen de encuestados que ni sabe, ni contesta, ni tiene del todo clara cuál debe ser su opinión respecto a una cuestión tan omnipresente como arcana.



La confianza en el proyecto europeo, por tanto, ha disminuido de forma perceptible. En los últimos años se ha convertido en algo común afirmar que las grandes decisiones las toman instituciones que no rinden cuentas, y no los gobiernos más cercanos. Cualquier noticia relacionada con la Unión Europea -y un rápido vistazo a un periódico o la escucha activa de un boletín radiofónico confirmará que no son pocas las que recibimos cada día- mueve a la preocupación, alimentando un estado de opinión según el cual las decisiones de las instituciones europeas se toman al margen de los intereses reales de la ciudadanía. La burocracia europea ha pasado a ocuparse de campos más allá de las normas de seguridad alimentaria, iniciativas bonistas en pro de la erradicación de la violencia en el deporte o cualquier otra actividad que igualmente podría haber sido auspiciada por una agencia bienpensante de la ONU. Ahora, también es percibida como un agente con capacidad para controlar pensiones, impuestos o legislación laboral, cuestiones

Europa?” No hay relato sin protagonista, no hay comunidad sin líder, no hay respuesta sin interlocutor. La UE no tiene un rostro que pueda medirse de igual a igual con, pongamos un ejemplo, Barack Obama. Los periodistas no tienen a quién preguntar. O quizá sí, ¿pero quien responda será percibida como la cara de Europa?

A nivel comunicativo Europa es todo y es nadie. Quizá se deba a que los líderes europeos nunca hayan apostado por elegir para presidir la Comisión Europea a políticos de un perfil suficientemente alto como para hacerles sombra. Pero ni Durao Barroso ni Margaret Ashton parecen, a día de hoy, representar la esencia de un proyecto europeo que debería ser igual de válido para los vascos y vascas que para un ciudadano húngaro. El desdibujamiento de líderes, cargos y atribuciones es tal que Van Rompuy se confunde con Martin Schulz y Christine Lagarde con Ángela Merkel. Porque -y aquí entran en juego otros tres elementos más para

**Fallan, igualmente, los referentes comunes que podrían hacer sentir a la ciudadanía partícipe de un constructo simbólico compartido**

que hasta hace poco eran responsabilidad exclusiva de los estados y en el mejor de los casos, de las regiones. La gestión de las ayudas al sector naval -Europa, la Comisión Europea tomando decisiones que comprometen la viabilidad de la industria vasca- y la derogación de la doctrina Parot -Europa, la Gran Sala del Tribunal Europeo de Derechos Humanos enmendando la plana al Tribunal Supremo español- son dos ejemplos de decisiones de gran trascendencia para Euskadi que han sido tomadas lejos de nuestro radio de acción y, que para bien o para mal, no podemos sino acatar.

Este escenario de desafección, lugar común pero ineludible conclusión a extraer, evidencia la existencia de una serie de problemas comunicativos en la UE. El más clave de ellos probablemente sea la inexistencia de una identidad común que permita poner una cara a lo que a día de hoy son 27 voces. Es común atribuir a Henry Kissinger una célebre cita: “¿A quién llamo si quiero hablar con

la confusión- el andamiaje institucional europeo no se conoce lo suficiente; la frontera entre los actores de la política y las élites económicas se hace difusa en la medida en la que hay tierra de por medio; y los líderes europeos no siempre coinciden con los líderes de Europa.

Fallan, igualmente, los referentes comunes que podrían hacer sentir a la ciudadanía partícipe de un constructo simbólico compartido. Una comunidad no se genera de la noche a la mañana, pero tampoco puede dejarse en manos de los hipotéticos frutos de programas como el Erasmus. Hasta que se acabaron los fondos la UE fue percibida como la proveedora de dinero lejana y generosa que permitía sacar adelante infraestructuras o apoyar sectores económicos en reconversión. También los medios se apoyaron en ese discurso, guiados por el presupuesto de que, desde un punto de vista práctico, lo que interesaba al público era saber cómo se distribuían los fondos provenientes de la PAC.

La UE ha sido considerada como generadora o alentadora de identidad compartida, la que nos distingue del resto de mundo y nos acerca al resto de europeos, mucho más raramente. Probablemente haya quien piense que este no sea el mejor de los contextos para seguir invirtiendo en iniciativas culturales compartidas o actividades de intercambio realmente efectivo. Pero en el camino de la construcción simbólica de lo europeo, a falta de un sistema de radiotelevisión realmente referencial -a nivel de generación de contenidos compartidos, la Unión Europea de Radiodifusión no va más allá del Festival de Eurovisión-, o de una historia con suficientes elementos en común, el trabajo por conseguir referentes comunes sigue siendo imprescindible. Y acaso, necesario cuando movimientos como los rescates económicos han ahondado en brechas preexistentes entre el norte y el sur, y la prevalencia de los estereotipos, tan peligrosos y a la vez tan habituales al abordar la actualidad europea.

**En este contexto, quizá también sea el momento para que los medios de comunicación vinculados a las regiones hagan una apuesta decidida por contribuir a la pedagogía de Europa fortaleciendo redes entre regiones, quizá imprecisas pero factibles. A la creación de conciencia europea a partir de secciones, contenidos, programas que pongan en valor el papel de las regiones en el seno de la UE. A superar las barreras estatales para generar conocimiento sobre la realidad, la industria, la cultura de Flandes, de Tirol, de Alsacia...**

contribuir a la pedagogía de Europa fortaleciendo redes entre regiones, quizá imprecisas pero factibles. A la creación de conciencia europea a partir de secciones, contenidos, programas que pongan en valor el papel de las regiones en el seno de la UE. A superar las barreras estatales para generar conocimiento sobre la realidad, la industria, la cultura de Flandes, de Tirol, de Alsacia... A pensar en la UE no sólo como un agente de poder económico y judicial sino como una realidad social compuesta por pueblos, naciones, estados y comunidades entre las cuales Euskadi, en nuestro caso, debería tener mucho que ganar. Porque tiene una identidad propia que debería jugar a su favor.

Las próximas elecciones europeas son un reto para comprobar hasta qué punto la desafección a la que nos referíamos incide en la participación electoral, o en qué modo los agentes políticos buscan su hueco en un contexto en el que el poder ya no reside en los estados-nación. Pero también constituyen una oportu-

De los medios habría que esperar ejercicios de responsabilidad al respecto, como la sensibilidad necesaria para superar temáticas económicas, monetarias y reenfoque también en clave identitaria y social. En este contexto, quizá también sea el momento para que los medios de comunicación vinculados a las regiones hagan una apuesta decidida por

nidad interesante para que los medios regionales, con su capacidad para co-generar la agenda y para construir identidad común, además de hablar de Bruselas y Estrasburgo como focos de poder, también transmitan a la ciudadanía que lo europeo va más allá, puede y debe convivir con lo vasco y esta convivencia puede resultarnos provechosa.

#### BIBLIOGRAFÍA:

European Commission (2013). *Standard Eurobarometer 79*. ([http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb79/eb79\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_en.htm))

Igartua, J.J. y Humanes, M<sup>a</sup> Luisa (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid, Síntesis.

Seiter, E. (1986). "Stereotypes and the media: a re-evaluation". *Journal of Communication*, 1986, 36(4), 14-26.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. México, Gustavo Gili.

Norris, P. (2000). "A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies". New York: Cambridge University Press.

Weaver, P. (1972). "Is Television News Biased?" *Public Interest*, 26, 57-74.

Pew Research (2013). *Global Attitudes Project. The New Sick Man of Europe: the European Union*.

(<http://www.pewglobal.org/2013/05/13/the-new-sick-man-of-europe-the-european-union/>)

