

Internet, y la sociedad global estará observando de cerca la política brasileña para garantizar unos juegos seguros y pacíficos.

Lo importante es pacificar

Aunque un estudio sobre los Juegos Olímpicos de 2016 en este momento todavía está sujeto a cierta especulación, los indicios de que tanto las autoridades de Río de Janeiro como el gobierno federal brasileño realizarán un esfuerzo extraordinario para llevar a cabo un evento exitoso y memorable son claramente visibles. Con motivos diferentes pero complementarios, estos dos actores quieren influenciar fuertemente la percepción que el mundo tiene de Brasil, presentándolo al exterior como un país estable, avanzado y atractivo para turistas e inversionistas. De hecho, los avances indudables del país han sido poco apreciados en el hemisferio norte y, si bien los mismos juegos puede que no sean un factor adicional en este proceso de desarrollo, por lo menos son una gran oportunidad para corregir los más pertinaces estereotipos del país del fútbol y del carnaval.

Sin embargo, el problema de la violencia y de la seguridad interna, tanto en Río como en todo Brasil, tiene cierto potencial de manchar la percepción de los juegos. Por otro lado, si Brasil realmente logrará disminuir su nivel de violencia antes de 2016, aprovechándose de los Juegos para incentivar un combate sostenible al crimen organizado y una verdadera inclusión económica de las fracciones más desaventajadas de su sociedad, el país con esto ya habría ganado algo mucho más importante que una medalla de oro.

Christian Rohe es estudiante de Ciencias Económicas en la Universidad de Münster en Alemania y ha vivido un año en Río de Janeiro. Correo electrónico: christianrohe@web.de.

Sarah Lindner

La imagen de la Unión Europea en la prensa ecuatoriana

Introducción

En los últimos años la Unión Europea (UE) ha crecido mucho y actualmente cuenta con veintisiete países miembros. El mercado común es un modelo positivo que viene desarrollándose constantemente desde los últimos diez años y posicionándose incluso como uno de los mercados con el producto bruto interno más alto del mundo. Este aspecto otorga a la UE una imagen exterior muy positiva, pero cabe preguntarse si ocurre lo mismo en otros aspectos de la Unión, como por ejemplo, lo social, cultural y político. Hasta la actualidad no se han podido medir estos parámetros con especificidad por falta de datos.

Los mismos ciudadanos europeos, así como los medios de comunicación, valoran a la UE de manera diferente. Algunos manifiestan su euforia y felicidad por la existencia de una organización como la UE debido al libre mercado de servicios y productos, a la libre elección de los centros de trabajos y lugares de vivienda y, especialmente, a la movilidad de sus pobladores. Otros, por el contrario, no están de acuerdo con las disposiciones y acuerdos que se toman en Bruselas porque consideran que restringen la capacidad de los países de tomar sus propias decisiones.

Las imágenes que irradia la UE dentro y fuera de sus fronteras son diferentes. Por esto, es interesante no solamente considerar la opinión de los países miembros, sino también mirar más allá. Frente a esta perspectiva, cabe realizarse las siguientes preguntas: ¿qué imagen tiene la UE fuera

de sus fronteras europeas?, ¿cuáles temas y factores sobre la UE son los más importantes?, ¿cómo se caracteriza y valora a la UE?

La imagen que se percibe de la UE en América Latina es de diferente índole. Lo que la UE logró en cuanto a la unificación de varios países europeos es visto con muy buenos ojos. Incluso en América Latina se habla de cómo unificar a los países suramericanos (ALCA, Mercosur, CAN, etc.) para enfrentar la fuerza de la economía estadounidense y se discute la posibilidad de una unificación supranacional de diferentes estados para tener mejores condiciones políticas y comerciales, especialmente dirigidas a fraguar mejores condiciones de comercio con los Estados Unidos de América.

El propósito de este artículo es reportar sobre la imagen de la UE en Ecuador. En lo que respecta a la parte económica, Ecuador es un país que, por sus mismas condiciones comerciales de venta de banano, langostino, rosas y frutas, depende fuertemente del mercado de comercio de los Estados Unidos. En lo político, Ecuador ha votado por un presidente de izquierda cuya agenda de gobierno consiste en obtener más independencia económica, política y social. Por otra parte, este país también comparte la idea de reunirse con otros países latinos con gobiernos de izquierda. Dentro de este parámetro, la UE es uno de los modelos más observados. Frente a esta gran expectativa, los medios de comunicación en Ecuador cumplen una función muy importante en transmitir e informar sobre las ideas de la Unión Europea.

Para el análisis de la imagen de la UE en el Ecuador se seleccionaron los tres diarios más grandes de este País: *El Universo*, *Hoy* y *El Comercio*, en los cuales se publican continuamente artículos sobre el tema. La parte teórica del estudio reúne

conocimientos de psicología social, de la teoría de la actitud, de la teoría de autoimagen y de la imagen externa y, finalmente, la teoría del valor de las noticias. La teoría de los factores de noticias puede explicar por qué los medios de comunicación eligen algunos acontecimientos como “importantes” y otros no. Ya en 1922, Walter Lippmann dio cuenta de los factores de noticias, cuando notó que los periodistas perciben las noticias con diferente atención. De este modo, con la ayuda de los factores de noticias se puede determinar la importancia de un acontecimiento. Algunos acontecimientos son relevante para muchos (relevancia como factor), otros pasan muy cerca (cercanía), otros cuentan con el factor de personalidad, sorpresa, negatividad, etc. Cuantos más factores de noticias tiene un acontecimiento, la probabilidad de que se informe sobre él será mayor.

La información sobre la Unión Europea

Para la mayoría de los ciudadanos de los estados miembros de la UE varios aspectos relacionados con la UE son difíciles de comprender. Esta responsabilidad la asumen los medios de comunicación, quienes tienen la función de explicar claramente y demostrar en qué medida las leyes y normas son importantes para cada uno de ellos. En general, todos los países europeos tienen sus propios corresponsales en Bruselas, pero Alemania es el país que más corresponsales tiene en comparación con los otros países europeos. Aunque el mayor cuerpo de prensa del mundo se encuentra ubicado en Bruselas, y los periodistas tienen ahí acceso directo a las instituciones políticas y sus agentes, sin embargo éstos no están suficientemente informados sobre las decisiones de la UE. La poca información emitida a los perio-

distas conlleva en muchos casos consecuencias negativas. Tal es el caso que se reflejó en el Tratado constitucional de la UE en el 2005, el cual, puede argumentarse, fracasó básicamente por la falta de información.

Muchos estudios muestran que Europa carece de un debate europeo que informe sobre la cultura, la política, la economía y otros temas europeos. Esto representa un límite a la información transnacional. Dentro de la UE la iniciativa en la elección de los temas a dar a conocer es extraña, compleja y abstracta. La UE todavía debe crear un “público europeo”, capaz de formar una opinión pública europea, la cual todavía no existe porque los medios de comunicación basados en Europa apenas están siendo desarrollados. Normalmente, el desarrollo de las democracias occidentales ha estado vinculado con el desarrollo de los medios de comunicación. Pero en el caso de la UE, el crecimiento se ha dado aisladamente, sin un acompañamiento paralelo en los medios de comunicación. A diferencia de los Estados Unidos, en Europa no hay un centro de coordinación de los medios de comunicación, sino tres niveles: la Comisión Europea, el Consejo de Ministros y el Parlamento Europeo.

Por todo esto, los periodistas de la UE se mueven en dos polos diferentes, es decir, entre los que reciben muy poca y los que reciben demasiada información. Según un programa interdisciplinario de investigación en once países, financiado por la Comisión Europea, sólo los portavoces oficiales de la Comisión Europea pueden brindar entrevistas e informaciones a los periodistas, motivo por el cual los periodistas no pueden transmitir los debates y controversias internos.

En lo que respecta a la prensa ecuatoriana, quiero decir, a los tres diarios *El Universo*, *El Comercio* y el *Hoy*, el méto-

do de estudio mencionado más arriba arrojó los siguientes resultados sobre los países miembros de la UE. Se han publicado muchos artículos sobre los países fundadores de la UE, como Alemania, Francia e Italia, los cuales son considerados “países con alto potencial”, mientras que se ha podido notar una alta ausencia de artículos con los factores de noticia de “cercanía”, tanto “geográfica” como “social”. Asimismo, el contenido de la mayoría de los artículos no tiene la meta de formar una opinión en los lectores, sino más bien sólo la de informar. Las agencias de noticias que operan en el Ecuador son de gran importancia en los medios de comunicación europea, especialmente la EFE de España, la AFP (Agence France Press) y la AP (Associated Press). Éstas sirven como base para la investigación y el conocimiento de los periodistas ecuatorianos, lo que equivale a decir que la prensa ecuatoriana inserta muchas veces en sus artículos simplemente una copia de información periodística ya realizada.

Al inicio de este trabajo se dijo que para muchos lectores (no solamente latinoamericanos, sino también para los mismos europeos) es difícil comprender el funcionamiento de la UE. Con mi análisis también he podido comprobar que muchos artículos están escritos en forma general, simple y poco explicativa.

Déficits periodístico sobre la cobertura informativa de la Unión Europea

Hay varios motivos que explican la poca información acerca de la UE en Ecuador. Uno de ellos es que los periodistas no están suficientemente informados sobre el tema y carecen de habilidades, o no saben cómo tomar decisiones referentes a qué informar. Por lo tanto, sólo se limitan a presentar acontecimientos y resultados, sin

explicarlos o interpretarlos. También se ha podido comprobar que los lectores muestran una gran ignorancia y apatía frente a los temas referentes a la UE.

Sin embargo, una clara visión de la UE también se ve impedida por varias razones que provienen de la misma Unión. En primer lugar, puede mencionarse la complicada forma de tomar decisiones políticas dentro de esta institución. Para poder aclarar todos los enigmas de la UE se requiere el apoyo de la ciencia, de la infraestructura noticiera, de los profesionales con experiencia y de mucho trabajo rutinario en Bruselas, así como también del trabajo de los periodistas y corresponsales de los países miembros. En segundo término, también los parlamentarios contribuyen a ampliar este instrumento desinformativo: para ellos lo más importante es lograr una presencia positiva en los medios de comunicación en sus países de origen, pues sólo este público decidirá su reelección. Por lo tanto, la información que proveen a otros estados miembros de la UE es escasa. Tercero, otro factor importante que ayuda a la desinformación sobre los asuntos de la UE se manifiesta en la actitud de los periodistas y la importancia que asumen como profesionales. Muchos corresponsales han sido contratados para informar en favor de la UE y en sus artículos solamente se limitan a brindar informaciones sin realizar una labor crítica o interpretativa sobre la UE. Esto no sólo es el caso de los corresponsales y de los periodistas alemanes, sino un aspecto generalizado entre los periodistas de otros países europeos. En Bruselas, los redactores contratados son muy pocos. En términos generales, existen los reporteros independientes, que a menudo trabajan con una fuerte presión de tiempo, o tienen muy pocas posibilidades de escribir un artículo bien documentado. Finalmente, la UE debería explicar más claramente a la

población cómo se realizan sus procesos de toma de decisiones. Sus informes no son de mucha ayuda, puesto que se hacen públicos posteriormente a las decisiones tomadas por la UE. Sin embargo, los periodistas tampoco investigan demasiado por iniciativa propia.

La Comisión Europea está en proceso de mejorar los mecanismos de información. La estrategia de comunicación de la UE se explica en tres puntos:

explicar mejor: el lenguaje debe ser simplificado y los beneficios de la política para la vida diaria deben ser destacados concretamente;

escuchar mejor: usar a los líderes de opinión, las partes interesadas de la sociedad civil y los parlamentarios, así como también, y de manera cuidadosa, a las encuestas, para saber lo que interesa al público;

actuar localmente y el acceso al público: el público debe ser contactado a través de los canales y medios de comunicación más populares en su propio idioma, cultura y tradición.

La presentación de informes podría ser mejorada además por la cooperación transnacional entre periodistas. Esto crearía más transparencia y mejoraría la calidad de los informes. Los periodistas podrían presentarse con una posición más influyente en el grupo.

Conclusión

A través de la “teoría del valor de noticia” se puede determinar que los parámetros más importantes de la información sobre la UE son: la *relevancia*, las *naciones de la élite política o económica* y la *proximidad* o *cercanía*. Se puede, asimismo, demostrar que los periodistas subra-

yan y destacan una vez más la importancia de los parámetros de *negatividad* y de *novedad* de los acontecimientos. A pesar de que en este estudio aún no se ha podido demostrar el nivel de personalización de la UE, ni la importancia que cumplen los dirigentes políticos y los representantes oficiales en los artículos periodísticos sobre la UE, se ha podido confirmar, sin embargo, en muchos aspectos, la influencia de la teoría del valor de la noticia.

La mayoría de los artículos sobre la UE se refieren a las políticas económicas entre la UE y Ecuador, pero también abarcan otros temas, como la migración y los migrantes. El resultado del análisis muestra que hay un alto índice de interés hacia las políticas migratorias y especialmente hacia los migrantes ecuatorianos, ya que en los artículos emitidos por la prensa europea los migrantes ecuatorianos desempeñan un papel bastante influyente. Por su propio interés, la UE debería mantener la credibilidad hacia el exterior, no sólo en el ámbito económico, sino también en los aspectos referentes a los derechos humanos, temas que deberían ser incluidos en sus políticas migratorias. Solo así podría evitarse una degradación de su imagen en el exterior.

Usando el recurso de *personificación* se podrían estructurar y explicar temas difíciles a través de una persona. Sería posible realizar artículos más estructurados, más transparentes y más sencillos. Pero esto no sucede en la práctica real: en la prensa ecuatoriana se eluden todos estos elementos. Lo que predomina, en cambio, es una tendencia simplificadora de todo tipo de información y una confianza total en los editores de las agencias de noticias. Los factores antes mencionados desvalorizan la calidad informativa de los diarios y emiten una sola visión de la UE. De modo que cualquier información emitida por los medios de comunicación

ecuatorianos debe ser leída muy críticamente.

La difusión y la calidad de las noticias sobre la UE podría ser notablemente mejorada. Normalmente, la prensa está acostumbrada a brindar informaciones cortas, en lugar de ofrecer información con antecedentes históricos, sociales, políticos, u ofrecer entrevistas largas sobre temas específicos (por ejemplo, sobre la cooperación económica entre la UE y el Ecuador). Este tipo de información podría contribuir a establecer una mejor imagen de la UE en este país. La UE debería presentarse con mucha más fuerza como comunicadora y podría transmitir una gama variada de información: con imágenes memorables, fotografías o gráficos, con una determinada personificación y una proximidad social (por ejemplo, a través de migrantes ecuatorianos). Internet como potencial distribuidor de imágenes, textos y contactos podría ser una alternativa favorable.

El trabajo que he presentado en estas páginas será completado en el futuro con un estudio de la imagen de la UE en tres niveles diferentes: la comparación de esta imagen en distintos países de América Latina, su análisis en otros medios de comunicación (radio, televisión, Internet) y, finalmente, la investigación y el análisis no solamente de la imagen en la prensa, sino también de las "imágenes de la mente".

*Sarah Lindner (M. A.) estudió en Halle (Saale), La Habana y Hamburgo y se especializó en las características de los medios de comunicación. Ha hecho sus investigaciones en diferentes áreas en el Ecuador. Actualmente, trabaja como editora y autora para la televisión –Norddeutscher Rundfunk (NDR), en Hamburgo–. Más información sobre la imagen de la Unión Europea en Ecuador puede obtenerse en su nuevo libro *Das Bild der EU in Ecuador* (LIT Verlag) y en su página web: <www.sarah-lindner.de>.*