

## Carta a nuestros lectores

**E**n el tercer trimestre del año Europa captó la atención de la opinión pública internacional, por la oposición francesa -vía referéndum- a la Constitución Comunitaria y por los atentados terroristas en la ciudad de Londres. Desde el punto de vista de la libertad de prensa, interesaba a CHASQUI examinar críticamente el comportamiento de los medios de comunicación en la cobertura de estos eventos. Para lograrlo pidió la colaboración de periodistas y especialistas residentes en esos países y sus artículos desarrollan el tema de portada.

Peter Schenkel, con su característica franqueza, nos da su opinión sobre la libertad de prensa en los Estados Unidos.

La ecuatoriana María Helena Barrera añade sustancia factual al ensayo de la opinión de Schenkel, al analizar desde Nueva York la controversia en la que se ha visto envuelto el diario *The New York Times*, que ha dado pie a un nuevo planteamiento cuestionador sobre la libertad de prensa. El análisis abarca otros escándalos que han conmovido a los medios estadounidenses y sugiere que debería entrarse en un proceso de autoregulación y autodepuración, que estimule la práctica irrestricta de la libertad y el respeto a la opinión de los demás.

Continuando con la serie que comenzamos en nuestro número anterior, Leonardo Witt nos habla sobre el futuro del periodismo ciudadano.

Otros temas que Chasqui aborda ahora son la experiencia argentina del vocero judicial, la televisión interactiva y la interacción persona-computador, la violencia de género y la publicidad sexista en los medios y un compendio histórico sobre los satélites de comunicación, plataforma tecnológica que permite la actual explosión de las comunicaciones.

Joan Costa nos detalla su experiencia sobre la comunicación integrada y la dirección de comunicaciones, especializaciones que vinculan propaganda, publicidad, relaciones públicas, comunicación institucional y comunicación organizacional.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

N° 91 Septiembre 2005

### Director

Edgar P. Jaramillo S.

### Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

### Consejo Editorial

Violeta Bazante Lolo Echeverría  
Héctor Espín Juan M. Rodríguez  
Francisco Vivanco

### Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Antonio Parra Gil,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Consuelo Yáñez Cossio,  
Ministerio de Educación y Cultura  
Héctor Chávez Villao,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos,  
Organización de Estados Americanos  
Gustavo López Ospina,  
Consejero Regional de la UNESCO  
Héctor Espín, UNP  
Rodrigo Pineda, AER

### Asistente de edición

Jorge Aguirre

### Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

### Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

### Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas  
de Comunicación y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

y de la

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe  
en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Tel.: (593-2) 2506149 - 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: [chasqui@ciespal.net](mailto:chasqui@ciespal.net)

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

weblog: [www.revistachasqui.blogspot.com](http://www.revistachasqui.blogspot.com)

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados  
son responsabilidad exclusiva de sus autores  
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,  
sin autorización previa de Chasqui.

## C O N T E N I D O

### Portada

#### 4| Europa entre el terror y el Referéndum

Jairo Lugo Ocando y Agnès Granchet-Valentin

### Opinión

#### 18| ¿Libertad de prensa en los Estados Unidos?

Peter Schenkel

### Ensayos

#### 22| Argentina: Experiencias de los Voceros Judiciales

Damián Pertile

#### 28| Periodismo del futuro

Leonardo Witt y Franciso Seoane

#### PRENSA

#### 36| Crisis y autocensura: Problemas en The New York Times

María Helena Barrera-Agarwal

#### TELEVISIÓN

#### 44| Optimismo e innovación: Televisión interactiva

Jenny Bustamante Newball

#### 50| Violencia de género y publicidad sexista

Elena Blanco

#### COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

#### 56| De la comunicación integrada al Director de Comunicación

Joan Costa

#### INFORMÁTICA

#### 64| Satélites de comunicación

Francisco Sacristán Romero

#### 72| Interacción persona-computador: Sálvese quien pueda

Francisco Ficarra

#### LENGUAJE

#### 80| Errores comunes en el lenguaje periodístico:

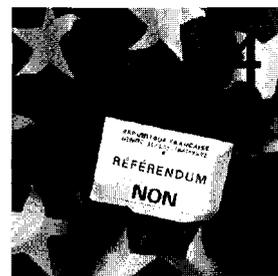
Homenaje a Cervantes: Sancho Panza, reportero

Juan Manuel Rodríguez

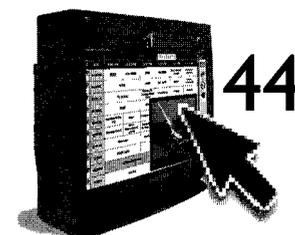
#### 82| Periscopio Tecnológico

#### 86| Bibliografía sobre Comunicación

#### 92| Actividades del CIESPAL



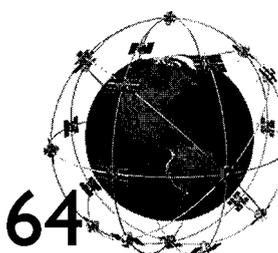
28



44



56



64

**CIESPAL**

# Europa entre el terror y el Referéndum



**L**a Unión Europea, que nuclea la mayor parte de países del viejo continente, afrontó en el último periodo dos acontecimientos que conmovieron al mundo por igual: el NO del pueblo francés al establecimiento de una Constitución única del conglomerado de países y los atentados sangrientos contra el sistema de transporte en Londres.

*Inmediatamente después de ocurrir los dos hechos, Chasqui encargó a residentes en Inglaterra y Francia el análisis de lo acontecido desde la óptica del fenómeno comunicacional que, como en toda actividad humana, siempre se ve implicado. Agradecemos a quienes, pese a lo limitado del tiempo, aceptaron colaborar con la revista latinoamericana de comunicación del CIESPAL.*

---

Atentado en Londres:

# Propaganda y autocensura

Jairo Lugo Ocando

Con 50 muertos y unos 700 heridos durante los atentados en Londres del pasado 7 de julio, uno esperaría una cobertura muy gráfica y completa de los sucesos. Después de todo, tanto quienes perpetraron estas acciones como las explosiones en sí están grabados en circuito cerrado con lujo de detalles. Por si fuera poco, las imágenes dantescas y oscuras de cuerpos desmembrados en los túneles del subterráneo recorrieron varias veces el mundo a minutos de la masacre. La censura que con anterioridad se imponía en el pasado a la cobertura de hechos de esta naturaleza parecería ahora imposible en un mundo satelital y digital.

Sin embargo, para quienes vivimos en el Reino Unido, la desinformación fue la norma del día. Los medios radioeléctricos e impresos locales nos dejaron en la misma oscuridad y silencio que dominaron los túneles del subterráneo de Londres en esa fatídica fecha. No valió que el servicio Sky, de Rupert Murdoch, ofreciera más canales que las víctimas o que el otro servicio gratuito de televisión digital permitiera cambiar 70 canales sin repetir ninguno.

Decidí entonces poner la BBC, tanto la televisión como la emisora de radio. Al fin y al cabo, me dije para mis adentros, yo pago unos 200 dólares al año para subsidiar un servicio independiente y de altura.

Jairo Lugo Ocando, venezolano, profesor titular de la Universidad de Stirling (Reino Unido) e investigador asociado del Stirling Media Research Institute (SMRI).  
Correo-e: jairo.lugo@stir.ac.uk



Cobertura rápida a nivel mundial

Pero para mi frustración, la BBC daba los acontecimientos a cuenta gotas. Primero dos muertos, luego eran cuatro, finalmente ocho.

Agotadas las vías locales, llamé a mi amigo Gustavo, en Colombia, donde los muertos se ven explícitamente después de las loterías.

- ¿Que se dice allá Gustavo?

- Pues que hay más de 30 muertos.

- ¡Treinta! No puede ser, si aquí la BBC solo ha dado parte de ocho.

- Pues yo estoy viendo los túneles y creo que van a ser mucho mas de treinta.

A la final, mi amigo Gustavo, viviendo en el tercer mundo con una televisión comercial cuya línea informativa esta bajo constante tutelaje por el gobierno, estaba mejor informado que yo pagando 200 dólares al año por una televisora y radio de servicio público en el primer mundo. Esta paradoja tiene sin embargo una explicación lógica que se remonta a la historia y política de la corporación.

### Autocensura en la BBC

La tendencia de la BBC de limitar y controlar la información en momentos de crisis no es nueva y se remonta a la primera huelga general de 1926, cuando los sindicatos de prensa se sumaron al paro de mineros provocando el cierre de los periódicos. Solo el servicio de radio de la BBC siguió transmitiendo noticias proclives al gobierno. Hoy se reconoce que su rol fue fundamental en salvar al gobierno de entonces y terminar con la disputa.

Bien conocido es también el estudio hecho por el Glasgow Media Group, que dirige el profesor Greg Philo, sobre la cobertura de la BBC durante la guerra de las Malvinas y donde se podía ver que, lejos de una cobertura independiente y objetiva, la BBC había demostrado estar profundamente sesgada. En el estudio *War and Peace News* (1985), se concluye que, en momentos de crisis, la BBC se comporta como cualquier canal comercial.



Muerte y destrucción: secuelas del terror

## *No es nueva la tendencia de la BBC de limitar y controlar la información en momentos de crisis*

En realidad, la BBC actúa guiada por los principios que rigen a las grandes cadenas noticiosas y de entretenimiento. Estos principios fueron enunciados por los académicos Noam Chomsky y Edward S. Herman en su libro *Manufacturing Consent* (1988), cuando describen los filtros que los medios en los Estados Unidos tienen cuando construyen sus agendas. En una reciente conferencia en Edimburgo, el profesor Noam Chomsky nos comentaba al grupo de asistentes que el filtro del comunismo había sido sustituido ahora por el del fundamentalismo islámico.

En este sentido, el rol de la BBC al cubrir los hechos terroristas atribuidos a fundamentalistas islámicos no es distinto al que siempre han demostrado los medios comerciales, y que a lo largo de los años se ha visto reforzado en el Reino Unido por disposiciones legales emanadas tanto del parlamento como del ejecutivo británico.

Por ejemplo, en 1988, bajo el gobierno de Margaret Thatcher, el Secretario del Interior, Douglas Hurd, introdujo una disposición que prohibía a las televisoras y estaciones de radio transmitir la voz de líderes terroristas o de sus simpatizantes. La idea, según Thatcher, era *privar al terrorismo de su oxígeno, que es la propaganda*. Esta censura nunca pasó ni fue discutida por el parlamento, ya que en el Reino Unido no existe la tradición sobre la libertad de expresión que existe en otros países como los Estados Unidos donde es una disposición constitucional.



La comunidad mundial respaldó a Blair

La BBC entonces produjo una de las decisiones bizarras y salomónicas más famosas de la historia televisiva británica, al permitir que la imagen de los afectados se transmitiera, pero doblando sus voces con actores. Así, por ejemplo, Gerry Adams, líder del Sinn Fein y asociado con el Ejército Republicano Irlandés (IRA), aparecía en las pantallas de la BBC pero con un actor con la voz idéntica que repetía al micrófono lo que previamente había sido grabado por Adams. De más está decir que en 1994, cuando la prohibición cesó, el pobre actor que hacía la voz de Adams perdió su empleo y según se sabe sigue aún cobrando paro forzoso.

La decisión del gobierno Británico de entonces obedeció a una serie de recomendaciones de expertos sobre el tema que aconsejaban censurar la información durante este tipo de hechos. Gerard Chaliand, en su libro *Terrorismo: De la Lucha Popular al Espectáculo de Medios* (1985), sostiene que en aras de derrotar a los grupos terroristas hay que luchar en dos frentes: uno el militar y el otro el de los medios. Para ello, agrega Chaliand, hay que desarrollar una teoría de contrainsurgencia para la radio y televisión. Chaliand publicó su libro el mismo año en que la CNN salió al aire y con él, la inmediatez de la guerra en los receptores se hizo una realidad y su control, una necesidad.



La noticia dio la vuelta al mundo



**Ken Livingstone, el alcalde de Londres**

*Nadie se atribuyó los hechos del 11 de Septiembre en Nueva York, porque querían que este espectáculo tuviese muchos significados e interpretaciones, comentó Nacos en una entrevista reciente.*

Por su parte, Martin Edmonds, director del Centro para los Estudios de la Defensa y Seguridad Internacional, en Henley-on-Thames apunta que *esto es una guerra, y como tal todos son objetivos militares y a la vez armas de lucha*. Edmonds, quien es además director de la revista *Defense Análisis*, sostiene que es iluso pensar que los gobiernos o los grupos armados no harán uso de los medios como armas o como objetivos militares.

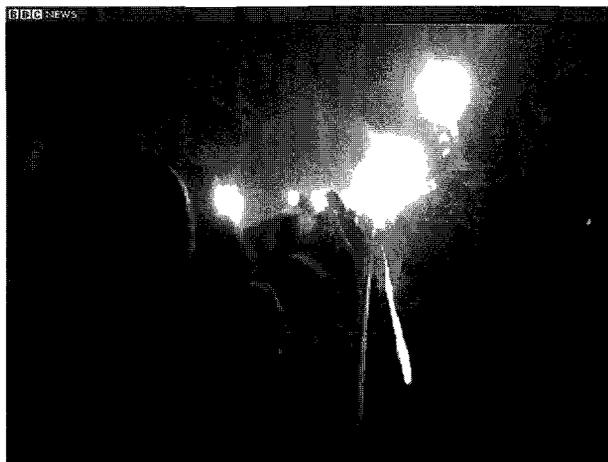
Prueba de ello es que la decisión de la BBC de limitar la cobertura de atentados no ha pasado desapercibida para los grupos armados. El denominado IRA-verdadero, un brazo disidente del IRA, detonó un vehículo con 20 libras de explosivos a las puertas de los estudios del World Service de la BBC en Londres en marzo del 2001. La intención era obvia, obligar a la BBC a transmitir la explosión.

## Terrorismo noticioso

Con los atentados del 7 de julio del presente año, la BBC ha radicalizado su política de limitar y controlar la información, evitando crear alarma o transmitir en vivo los sucesos, bajo el pretexto de la decencia y buen gusto. En los estudios de la BBC, con el paradójico nombre de Bush House se edita cuidadosamente lo que saldrá al aire y se especula con las reacciones que cada imagen puede provocar.

Estas prácticas son el resultado de un cuidadoso plan para limitar los daños de imagen provocados por posibles atentados terroristas que se viene instrumentando desde hace tres años. Meses antes, los periodistas británicos de los grandes medios noticiosos habían sido notificados ya por el Home Office, de la posibilidad de un atentado como éste. Cuando el despacho de seguridad les pidió a todos *prudencia* en la cobertura de los posibles hechos terroristas, para todos estaba claro que ello se traduciría en autocensura.

Junto a los talleres para corresponsales de guerra que se dictaron entre el 2001 y el 2004 en vísperas de las invasiones a Afganistán e Irak, se organizaron también varias reuniones sobre cómo se debía reaccionar a posibles atentados terroristas. *Las autoridades sabían que esto iba a pasar, la pregunta era cuando. Por lo que prepararon a los periodistas y a los medios para un eventual atentado como el ocurrido*, comenta el periodista y corresponsal de guerra Tim Ripley.



**Terror en el tubo**

## *Existe un código voluntario de autocensura suscrito entre las autoridades y los medios*

Ripley, quien ha publicado media docena de libros sobre conflictos y guerras en las que el Reino Unido ha participado, señala que en el gremio periodístico se sabía que algo así iba a suceder y también 'cuales botones se debían presionar exactamente llegado el momento'.

Este acuerdo entre medios y autoridades sin embargo no es tácito, sino bastante tangible y concreto. El mismo opera con el nombre código DA-Notice System y es administrado por el Comité Asesor para la Defensa Nacional en materia de Prensa, Radio y Televisión (DPBAC), una entidad creada por el gobierno, en la cual se reúnen regularmente las autoridades de seguridad que lidian con actividades terroristas con editores y periodistas de los mas importantes medios.

DA-Notice System es un código de autocensura, el cual es suscrito de manera voluntaria entre las autoridades encargadas de las acciones contra el terrorismo y los medios de comunicación. Todas las cadenas británicas de noticias, incluyendo la BBC, han suscrito el acuerdo y prometido respetar los límites impuestos por las autoridades en momentos como los del pasado 7 de julio. Paradójicamente, la última reunión de este comité tuvo lugar en Londres el 11 de mayo pasado, a menos de un mes de los atentados.

Nada, sin embargo, justifica que una corporación de radio y televisión de servicio público se preste a la manipulación y la censura de la misma manera en que redes comerciales privadas o medios gubernamentales lo hacen. Después de todo, los contribuyentes británicos pagan un impuesto especial para que se les provea de un servicio independiente de noticias.

En un artículo del diario italiano *Corriere della Sera*, el profesor e investigador italiano Giovanni Sartori criticó la cobertura que la BBC les ha dado a los atentados de Londres, por no mostrar las imágenes de las víctimas y por el uso selectivo de ciertos términos.

Sartori había sido un admirador de la BBC en el pasado y en una entrevista a Radio El Espectador de Uruguay, en 1998, llegó a decir que *la competencia de la BBC con las cadenas privadas ha tenido un resultado óptimo. La BBC mantiene niveles de calidad muy superiores y funciona imponiendo un estándar. Debe haber una televisión pública absolutamente independiente del poder. La BBC lo ha logrado y, afortunadamente, prueba que es posible.*



Modernos sistemas de ayuda a los heridos



El terror conmovió a la sociedad londinense

Sartori expresa ahora, sin embargo, su preocupación por lo que considera 'una manipulación en la que la BBC se ejercita desde hace tiempo. Para la red difusora británica, los terroristas irlandeses son 'criminales', los palestinos son 'militantes', los islámicos de Londres del otro día son 'bombers'. Sartori explica que lejos de simplificar demasiado, los medios, en este caso, sofistican y mistifican.

La BBC, por ejemplo, ha emitido una guía para sus periodistas, donde no se les llama terroristas a los que pusieron las bombas en Londres sino 'hombres bomba'. La guía señala además que las imágenes sobre atentados terroristas deben pasar por estricto control editorial antes de ser emitidas y aprobadas por el 'editor con mayor jerarquía en el momento en la sala de redacción'.

### Más allá de la censura

Pero el problema de la BBC va más allá de censurar ciertas informaciones o transmitir imágenes a cuenta gotas. La presentación de noticias fuera de contexto y la falta de vinculación causa-efecto no solo son vicios de las televisoras comerciales sino también de la BBC. 'Este es sin lugar a dudas,

el problema fundamental de los medios en general y de la BBC en lo particular al momento de cubrir noticias relacionadas con el Medio Oriente, Islam y atentados terroristas', apunta Greg Philo del Glasgow Media Group.

Philo, quien recientemente condujo un estudio de cómo la BBC cubría el conflicto Israelí-Palestino, apunta que la descontextualización permite un discurso que presenta a un enemigo deshumanizado que nos odia de manera irracional. *"El palestino que se suicida con un coche bomba no es un hombre que lo ha perdido todo y que ha visto su casa y familia destruidas por los F-16 comprados por Israel con la ayuda militar norteamericana, sino un loco que odia por odiar y que quiere destruir nuestro modo de vida"*, agrega Philo.

Este mismo análisis se puede aplicar a la cobertura de la BBC de los atentados terroristas en Londres. Solo un par de comentaristas se atrevieron a señalar la vinculación entre la participación del Reino Unido en Irak y Afganistán y los atacantes suicidas. Entre estas voces está la del periodista australiano John Pilger, quien escribió en la revista *New Statesman* 'que de no haberse empeñado Tony Blair en ir a una guerra ilegal e ilegítima en Irak, casi con seguridad las 50 personas muertas en Londres estarían aún con vida'.

Este tipo de análisis, sin embargo, no sucedió en los espacios de la BBC, que no solo fue cuidadosa de editar imágenes y sonido, sino también ideas. Las comunidades musulmanas, por ejemplo, no fueron presentadas como lo que en realidad son, grupos heterogéneos y muy diversos, sino como una caricatura en blanco y negro donde los musulmanes o son moderados y apoyan al gobierno, o son un grupo de fanáticos extremistas dispuestos a volarse a sí mismos y a todos a sus alrededores.

Para ser sinceros, la BBC no fue la única en caer en estos vicios, los otros canales se comportaron igual y hasta peor. El problema para mí en lo personal, como periodista, catedrático y contribuyente a la corona de este país, es que ninguno de esos canales recibe de mí un impuesto para comportarse de manera diferente. ☉

---

# ¿Fracasó la comunicación política en Francia?

Agnès Granchet Valentin ■

Francia es uno de los países fundadores y líderes de la Unión Europea. La *convención*, anterior a la elaboración de la *Constitución* europea, fue presidida por Valéry Giscard d'Estaing, antiguo Presidente de la República Francesa.

Sin embargo, casi el 55 por ciento de los electores franceses votó NO en el referéndum del 29 de mayo de 2005 que buscaba la ratificación del *Tratado estableciendo una Constitución para Europa*.

Realizados en las semanas anteriores al escrutinio, los sondeos de opinión habían previsto este resultado. El éxito del NO parece, sin embargo, haber sido una sorpresa, hasta para sus partidarios.

■ Agnès Granchet Valentin, francesa, Doctora en Derecho. ATER en la Universidad Panthéon-Assas (Paris 2), Instituto Francés de Prensa. Correo-e: valentin@noos.fr  
Traducción del original inédito para Chasqui, por el periodista Eric Samson, corresponsal en Ecuador de Radio Francia.  
■ Correo-e: esamson@ecnet.ec



El NO a la Constitución Europea ganó en Francia



Reuniones permanentes de las cúpulas de los gobiernos

Sin entrar en el debate sobre la naturaleza, los objetivos de la organización europea y el contenido del proyecto de Tratado, uno puede preguntarse si el NO al referéndum no es en parte la consecuencia de una mala comunicación política.

¿No será que la política se ha transformado en gran parte en un asunto de comunicación? Con relación a Europa, los representantes de las instituciones europeas, los responsables políticos nacionales y los medios no parecen haberse preocupado de ella. Desde los inicios de la construcción europea, no supieron explicarla a los ciudadanos franceses. La campaña del referéndum no ha remediado esta situación. Hasta puede haberse acentuado la hostilidad de los electores, aunque estos probablemente no se han pronunciado exclusivamente sobre la pregunta hecha.

Vamos a examinar sucesivamente: la comunicación política relativa a Europa, en conjunto; y, de manera más específica, la comunicación política relativa al referéndum.

### La comunicación política relativa a Europa

Europa es mal conocida y entendida por sus ciudadanos, ya sea de sus objetivos, de la finalidad de la construcción europea, en su globalidad o, de manera más precisa, del contenido de la Constitución.

#### a) Fallas de comunicación relativas a la construcción europea

Las instituciones europeas probablemente no se han preocupado suficientemente de comunicar sobre su construcción, de hacer conocer sus objetivos, de hacerla entender y aceptar. Europa es percibida como una estructura lejana, burocrática y tecnocrática, y como una organización económica liberal, sin dimensión social, cultural y política.

La sobreabundancia de textos -creados por una administración (*eurocracia*) sin ninguna representatividad o legitimidad democrática- contribuye a la degradación de la imagen de Europa.

Europa, mal conocida, ante todo es considerada por muchos como no apta para traer soluciones a los problemas económicos y sociales, cuando no es acusada de haberlos provocado o de agravarlos. Nada de esto provoca adhesión. Los responsables políticos nacionales desarrollan a veces el mismo discurso y las mismas sospechas.

Los dirigentes políticos acusan frecuentemente a Europa de ser responsable de todas las dificultades y de limitar su margen de decisión. Explican su falta



Los españoles votaron por el SÍ a la Constitución

de resultados por la camisa de fuerza europea. En esas condiciones, es bien difícil pedir a los ciudadanos aprobar tal organización. Algunos electores, en particular los más ancianos, tienen sin duda la convicción de que la construcción europea contribuye a garantizar la paz. Sin embargo, otra fracción de la opinión pública es hostil a una Europa *liberal*, que atenta contra la soberanía nacional y responde al *modelo social francés*. Esa percepción esencialmente negativa explica la oposición declarada a la Constitución europea.

**b) Falta de comunicación sobre la Constitución europea**

Al igual que la construcción europea, que debía constituir una nueva etapa, la Constitución europea ha sido víctima de una mala comunicación.

En primer lugar, el término Constitución fue sin duda mal escogido, ya que el Tratado original no tenía como finalidad establecer un Estado Federal. Tomando en cuenta su contenido, este Tratado, juzgado por unos como demasiado atentatorio a las soberanías nacionales, y por otros como muy poco ambicioso, no podía suscitar sino hostilidad.

La Constitución ha sido elaborada por una Convención sin legitimidad democrática. A pesar de la creación de un foro abierto a los representantes de la sociedad civil, los ciudadanos han sido poco motivados al debate sobre el contenido del texto. No hubo información o explicación. Esto ha llevado a crear una brecha entre la élite política y el pueblo.

Lo largo y complejo del texto (que, más allá de sus 448 artículos, cuenta con 36 protocolos adjuntos y dos anexos) lo han convertido en incomprensible para la mayoría de los electores. Es revelador constatar que las críticas formuladas se han focalizado sobre el contenido de la tercera parte del documento, relativa a las políticas de la Unión, cuando su inserción en el texto no se imponía, según el mismo Valery Giscard d'Estaing. Esa parte se limita a retomar las disposiciones de

## *La Constitución ha sido elaborada por una Convención sin legitimidad democrática*



La juventud actual vivirá en la Europa unida

# CONSTITUCIÓN EUROPEA

REVISTA DE INFORMACIÓN SOBRE LA UNIÓN EUROPEA  
Nº 116 ESPECIAL NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2004



tratados anteriores. De todas maneras, esas disposiciones tenían la ventaja de mantener su validez, hasta en el caso de rechazo de la Constitución.

Una Constitución debe limitarse en expresar un ideal común y enunciar algunos principios fundamentales de naturaleza política, susceptibles de provocar adhesión y sobre los cuales los electores pronunciarse con un SÍ o un NO. Tal no era el caso de la Constitución europea. Convocados a votar un texto que incluía una cierta dimensión política y democrática, una parte de la opinión pública se ha sentido despojada de todo poder, frente a la complejidad de las disposiciones. Le pareció imposible responder con un simple SÍ o NO.

Por cierto, algunos que optaron por la negativa creyeron que su voto no cambiaría en nada la construcción europea, a la cual, el 57 por ciento de los electores que votaron NO se dicen favorables.

La campaña del referéndum no ha permitido desvirtuar o limitar ese sentido de incomprensión y oposición. Hasta quizás contribuyó a acentuarla.

## La comunicación política relativa al referéndum europeo

Como todas las elecciones, el referéndum europeo fue objeto, en Francia, de una campaña electoral *oficial*, organizada por el Estado, y de una campaña electoral *paralela*.

### a) La campaña electoral *oficial*

Para permitir a cada uno hacerse de una opinión, el texto de la Constitución y de sus anexos fue enviado a los electores. Su tamaño y tecnicidad no pudieron sino provocar un sentimiento de incomprensión y, por lo tanto, de rechazo.

Para garantizar la equidad entre las tomas de posición a favor del SÍ y del NO, la campaña electoral fue financiada por el Estado, en un límite de 800 mil euros por partido representado. Todas las organizaciones políticas tuvieron que compartir un tiempo de presencia en la televisión y en las radios públicas de 140 minutos.



Una Constitución  
para Europa

EUROPA  
QUINTA

De conformidad con la ley del 30 de septiembre de 1986, la *campana oficial* en los medios radiales y televisivos fue organizada y controlada por el Consejo Superior del Audiovisual (CSA), órgano de regulación del espectro audiovisual. El CSA, entre otras, tiene como misión establecer "las reglas sobre las condiciones de producción, de programación y difusión de las emisiones relativas a las campañas electorales".

Entre los distintos partidos políticos, el tiempo al aire hubiera podido ser compartido, en partes iguales, entre los partidarios del SÍ y del NO. Más allá de la división interna del Partido Socialista, que no fue tomado en cuenta, el hecho de que las principales formaciones políticas *oficiales* de la mayoría y de la oposición hayan sido favorables al SÍ, llevó a una sobre-representación de esa postura, tanto en la campaña oficial como en la campaña electoral *paralela*.

#### b) La campaña electoral *paralela*

Esta campaña estuvo marcada por varios elementos inéditos, cuya incidencia sobre los resultados del escrutinio es difícil de medir.

Se caracterizó por una fuerte movilización de la población, que mostró un real interés por lo que estaba en juego, y por un extenso debate, en particular



**Bandos irreconciliables del SÍ y del NO**

en Internet, con numerosos *blogs*, sitios y foros se dedicaron al referéndum. Esta ha sido la primera vez que Europa ha sido objeto de tantas controversias. Rara vez un tema político ha sido tan discutido, en los medios y en la ciudadanía.

La confianza inicial demasiado alta de los partidarios del SÍ y el sentido que éste no podía perder, pueden haber incitado a los electores deseosos de expresar su inconformidad, sobre este tema o cualquier otro, a votar NO. Los últimos sondeos publicados antes del escrutinio daban de hecho al NO como ganador, pero los electores podían creer en una manipulación de los sondeos o recordar que, en anteriores escrutinios, se habían equivocado y a veces fuertemente.

El debate ha sido en parte desvirtuado por el hecho de que, en razón de la complejidad del texto y de su naturaleza de compromiso, cada uno era susceptible de encontrar en él elementos contradictorios. El voto fue influenciado por elementos de política interior, sin nexo con el futuro europeo. Votar NO era, por una parte del electorado, una manera de manifestar su falta de confianza hacía los gobiernos y su política, hasta de rechazar la clase política en su totalidad.

***El voto  
fue influenciado  
por elementos  
de política interior***

## *Existe una brecha entra la élite política, intelectual y mediática y la opinión pública*

Fue una manera de expresar sus miedos relativos al futuro, a la situación económica nacional, al nivel elevado de desempleo, a la mundialización, las *de-localizaciones*. Un 46 por ciento de los electores que votaron NO consideraba que el Tratado hubiera agravado la tasa de desempleo y el 40 por ciento quería expresar su fastidio hacía la situación actual.

### **Los medios votaron por el SÍ**

El apoyo, casi unánime, de los medios escritos y audiovisuales a favor del SÍ, constituye otra característica de la campaña *paralela*, susceptible, paradójicamente, de explicar los resultados del escrutinio. Esto revela la existencia de una brecha entre la elite política, intelectual y mediática, y la opinión pública. Esta unanimidad, que ha provocado el nacimiento de una verdadera propaganda política a favor del SÍ o de una *dictadura del SÍ*, puede haber provocado una reacción de rechazo.

Considerados como ignorantes y acusados de xenofobia, los partidarios del NO se sintieron despreciados y humillados. Hasta el Presidente de la República afirmó que votar NO sería "una tontería". El

sentimiento de no tener una verdadera posibilidad de escoger puede haber llevado, en reacción, a algunos electores a votar NO en el referéndum. Por sus abusos y excesos, "el bando del SÍ hubiera así alimentado a los partidarios del NO". Sin embargo, el 79 por ciento de los electores afirmó haber tomado su decisión mucho tiempo antes del escrutinio, el ocho por ciento solamente se decidió en los últimos días y el 13 por ciento dudó hasta el último momento.

En los medios audiovisuales, la campaña *paralela* se tradujo por un fuerte desequilibrio de los espacios a favor del SÍ. Encargado de asegurar "el respeto a la expresión pluralista de las corrientes de pensamiento y de opinión en los programas de los servicios de radio y televisión", el CSA había adoptado para todos los medios audiovisuales una recomendación, invitándolos al respeto del principio de equidad, pero sin obligación de una estricta igualdad entre los partidarios del SÍ y los del NO. El *Observatorio francés de los medios* estimó que los partidarios del SÍ obtuvieron el 73 por ciento de los espacios. Según el CSA, la repartición fue, al 20 de mayo del 2005, del 57 por ciento a favor del SÍ y 43 por ciento a favor del NO. En el conteo de los espacios favorables al SÍ, el CSA no tomó en cuenta las tres intervenciones del Presidente de la República. El hecho fue criticado pero, con el decreto



Hubo intensa participación popular en las campañas



La informática jugó un papel trascendental

del 13 de mayo del 2005, el Consejo de Estado confirmó las reglas determinadas por el CSA, al considerar que "en razón del lugar que, de conformidad con la tradición republicana, ocupa el jefe de Estado en la organización constitucional de los poderes públicos, el Presidente de la República no se expresa en nombre de un partido o de una agrupación política". Sin embargo, nadie puede asegurar que todo esto haya tenido alguna influencia sobre los resultados. Estos últimos, curiosamente, fueron inversamente proporcionales en relación a los espacios respectivos de los partidarios del SÍ y del NO.

El último elemento de la campaña, cuyos efectos son inciertos, tiene que ver con los sondeos de opinión. En los meses que precedieron al escrutinio, sus resultados fueron fluctuantes, pero esta vez, el voto fue conforme a los sondeos publicados en las últimas semanas. La victoria anunciada del NO pudo haber empujado a algunos a unirse a esa tendencia, a pesar de la propaganda de los medios a favor del SÍ.

Mayoritario en todas las edades hasta 60 años y en las personas sin título (72 por ciento), el NO ganó no solamente con los agricultores (70 por ciento),

los obreros (79 por ciento) y los empleados (67 por ciento) sino también en las profesiones intermedias (53 por ciento), constitutivas de la clase media.

### Resumiendo.....

El proyecto del *Tratado estableciendo una Constitución para Europa* hubiera podido ser sometido al voto del Parlamento. Su importancia y carácter simbólico, sin embargo, han llevado a los dirigentes de algunos países, quizás demasiado confiados en los resultados, a someterlo, como en Francia, a referéndum y a tomar el riesgo del fracaso.

¿Es el éxito del NO en Francia la consecuencia de una mala comunicación política? Es cierto que la campaña no logró conseguir la adhesión de los electores. Pero Europa estaba sufriendo de un *handicap* pesado. Desde su origen, las fallas de la comunicación política relativa a las instituciones europeas han creado, en la opinión pública, un sentido de incompreensión, hasta de hostilidad. Es una coalición de NO distinta, de horizontes políticos opuestos, que ganó en Francia el 29 de mayo del 2005, por razones que no solamente tienen que ver con el texto del Tratado sometido a referéndum. Muchos se han pronunciado sobre otra cosa que la pregunta hecha. Tenían la convicción que votar NO no comportaba riesgo y que podían permitirse manifestar así su descontento.

A la vista de los resultados del escrutinio, exactamente opuestos al predominio del SÍ en los medios durante toda la duración de la campaña, uno puede preguntarse si la comunicación política no ha provocado, por parte de los electores, un sentimiento de rechazo. Después de cada elección, los responsables políticos dicen haber "entendido el mensaje", pero no cambian nada, prueba de una "real incomunicación entre el país legal y el país real". En Francia, los políticos ya no piensan en otra cosa que en las próximas elecciones generales del 2007, que quizás han orientado el voto de algunos durante el referéndum sobre la Constitución europea. ●