

Encuadre de la corrupción en la Unión Europea. Lobbies y estrategias de comunicación en el *Qatargate*

Mientras los ojos del mundo se posaban en el desarrollo del mundial de fútbol masculino de Qatar del 2022, la policía belga destapaba una trama de corrupción que terminó con varios eurodiputados encarcelados. El país organizador del evento deportivo más importante del año se vio involucrado en una investigación sobre sobornos a diputados de la Unión Europea, lo cual, además, descubrió prácticas similares de otros países extracomunitarios. El acontecimiento se filtró en el sistema mediático, donde se otorgó espacio al tema dando pie a una interacción entre diversos actores políticos, económicos y sociales. Asimismo, esta presencia en el mundo posible mediático propició la construcción de ciertas percepciones respecto del caso, a partir de estrategias de comunicación de los actores políticos y el encuadre mediático sobre el lobby en la Unión Europea.

En este escenario, el estudio tiene como objetivos identificar las estrategias discursivas y visuales de los diversos actores políticos involucrados en el escándalo de corrupción en el seno de la Unión Europea conocido como *Qatargate*; por otro lado, reconocer los encuadres predominantes que propone el discurso mediático en medios europeos; y finalmente, establecer similitudes y diferencias entre los enfoques de los diversos actores políticos en el espacio público. Desde el análisis de contenido mixto se establece la presencia/ausencia de categorías de análisis propias de los estudios del encuadre mediático. Los medios donde se observan estos procesos son *El País* y *ABC* de España, *Le Monde* de Francia y la agencia ANSA de Italia.

Los resultados indican que la presencia de actores institucionales, como ser voceros europarlamentarios, es significativa. Por otro lado, las organizaciones no gubernamentales dedicadas a fomentar la transparencia en la Unión Europea también forman parte del discurso mediático en al menos dos de estos medios, *El País* de España y *Le Monde* de Francia. El uso de otras fuentes de parte de los medios seleccionados y de la agencia italiana se manifiesta de manera homogénea, y se concluye que destaca la voz emanada del Parlamento. En cuanto al discurso visual de los medios, *ABC* de España y ANSA de Italia se destacan por utilizar las imágenes de los eurodiputados implicados, así como de sus abogados defensores, mientras que los otros dos medios tienden a publicar imágenes ilustrativas del parlamento o la bandera de la UE.

Se concluye que las estrategias de comunicación de los lobbies tienden a filtrarse en el discurso mediático generando influencia en el encuadre que realizan los medios sobre ellos. Finalmente, el encuadre de la corrupción es representado como un caso anómalo en el territorio de la Unión Europea en la palabra de la mayoría de los actores informativos, a excepción del discurso de las ONG, que forman parte del mundo posible mediático. Teniendo presente las fuentes informativas en las noticias, se evidencia el control de la narrativa sobre el tema por parte de la UE.

Enlace: <https://comunicacionypensamiento.org/ponencia/encuadre-de-la-corrupcion-en-la-union-europea-lobbies-y-estrategias-de-comunicacion-en-el-qatargate/>