

Europa, ya te vale, jo, tía

La desconfianza en la madurez política de la ciudadanía es, según el vídeo de la comisaria europea de Igualdad y Gestión de Crisis, total



La comisaria europea de Gestión de Crisis, Hadja Lahbib, en la presentación de la estrategia de preparación ante las crisis en Europa.

SACHA LEON (ZUMA PRESS / CONTACTOPHOTO)



NURIA LABARI

29 MAR 2025 - 05:30 CET



Hay un *trend* de internet, protagonizado siempre por mujeres y producido a menudo por revistas de moda, que se conoce como [Qué hay en mi bolso](#). La revista *Vogue* es la reina del formato y recientemente ha abierto los

bolsos de mujeres icónicas como [la influencer y física Alba Moreno](#), en cuyo bolso no faltan una calculadora, un trozo de meteorito o polvo de Marte; o el Loewe de Ariana Grande, que lleva *snacks* veganos, auriculares con cable (sus preferidos) y perfume de vainilla... Dua Lipa siempre lleva salsa picante en el suyo y Victoria Luengo un rizador de pestañas. Pues bien, esta semana la Comisión Europea ha decidido subirse al carro aspiracional de la moda para presentar su versión del trend adaptada a una crisis. Va en serio, Hadja Lahbib, la comisaria europea de Igualdad y Gestión de Crisis, ha protagonizado un vídeo titulado *¿Qué hay en mi bolso?* Edición supervivencia. La música, la estética y el tono respetan la cotidianidad despreocupada del formato, pero la comisaria nos habla de preparar un kit para sobrevivir a una crisis, ya saben, una agresioncita, un desastro natural, un ciberataquito de viernes noche, lo normal en Europa.



Cuando hablo de Comisión Europea con tono *influencer* no me refiero a una *tiktok*er que juegue con el nombre de una de las siete altas instituciones europeas en su cuenta. Qué va, me refiero al “ejecutivo comunitario”, al órgano que toma las decisiones ejecutivas y dirige la administración. Digo que la comisión que preside Ursula von der Leyen se ha marcado una producción que dialoga con el populismo de Trump y la sociedad distópica de *Fallout* o *Black Mirror*. Aunque seguro que no lo han

hecho a malas. Se trata, claro está, de no alarmar a la población, de quitarle hierro al espinoso asunto de una posible guerra... o emergencia climática, o epidemia. La Comisión ha debido pensar que si se pasaba en la gravedad o en el tono de la comunicación podría vaciar los supermercados de Europa de un día para otro. Si nos tomamos [lo del kit de supervivencia](#) demasiado en serio podríamos quedarnos otra vez sin papel higiénico o harina para bizcochos, como en la pandemia, y esa no es la idea. La idea es que todo el mundo sepa que podemos estar cerca de una guerra y que sigamos como si nada, pero gastando mucho más en defensa. Es decir, hay una desconfianza grande de que la gente sea capaz de discriminar el nivel de riesgo real, algo en lo que, por lo visto, las instituciones no piensan ayudarnos, pues la desconfianza en la madurez política de la ciudadanía es, según este vídeo, total.

MÁS INFORMACIÓN

Las reglas mafiosas del nuevo orden internacional

“Lo primero, mis gafas. Superimportantes si quieres ver lo que pasa... O no”. El vídeo empieza con una invitación a cerrar los ojos llegado el caso. Lo que sigue es la desconfianza en la gente no solo para discriminar el nivel de riesgo, sino para saber lo que podríamos necesitar en caso de emergencia, hasta el punto de que consideran crucial decirnos que tengamos agua y naipes. “Un poco de distracción no hace daño a nadie”. Me pregunto cómo estarán viendo los [supervivientes de la dana de Valencia](#) este vídeo, qué les parecerá la risa de Lahbib y sus barritas energéticas. Esta forma de comunicar tan simple y frívola carece de sentido y justificación en el actual contexto y es un insulto gratuito a la ciudadanía. Europa, ya te vale, jo, tía.

SOBRE LA FIRMA



Nuria Labari