



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Estrategias de comunicación del
Parlamento Europeo y su relación con los
periodistas españoles**

Daniel Mangas Diez

Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea,
de América y Periodismo**

Curso: 2023-24

Estrategias de comunicación del Parlamento Europeo y su relación con los periodistas españoles

AUTOR: Daniel Mangas Diez

RESUMEN

Este estudio se centra en conocer las estrategias de comunicación del Parlamento Europeo, así como examinar las relaciones que mantienen los periodistas españoles con el gabinete de comunicación de esta institución. El método de trabajo ha sido el de la entrevista semiestructurada, se han realizado 15 entrevistas a periodistas de distintos medios de comunicación con línea editorial diferente, y 3 entrevistas a miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo. Los resultados indican que los periodistas tienen dificultades para abarcar toda la información que generan diariamente en el Parlamento Europeo y el resto de instituciones europeas. Además, los periodistas coinciden en que existe falta de interés de la población española sobre las informaciones relativas a la Unión Europea. En cuanto a los miembros del gabinete de comunicación entrevistados coinciden en señalar los esfuerzos que lleva a cabo el Parlamento Europeo para diversificar la información y llegar a la web 2.0.

PALABRAS CLAVE

Parlamento Europeo – Corresponsales – Comunicación Organizacional - Gabinete de comunicación – Información Internacional

Communication strategies of the European Parliament and its relationship with Spanish journalists

AUTHOR: Daniel Mangas Diez

ABSTRACT

This study focuses on knowing the communication strategies of the European Parliament, as well as examining the relationships that Spanish journalists maintain with the communication office of this institution. The working method has been that of the semi-structured interview, 15 interviews have been carried out with journalists from different media outlets with different editorial lines, and 3 interviews with members of the communication office of the European Parliament. The results indicate that journalists have difficulties in covering all the information they generate daily in the European Parliament and the rest of the European institutions. Furthermore, journalists agree that there is a lack of interest among the Spanish population in information related to the European Union. As for the members of the communication cabinet interviewed, they agree in pointing out the efforts carried out by the European Parliament to diversify information and reach web 2.0.

KEY WORDS

European Parliament – Correspondents - Organizational Communication - Communication cabinet - International Information

ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1. Justificación del tema de estudio	5
1.2. Objetivos y preguntas de investigación.....	5
1.3. Estructura del trabajo	7
2. España en la Unión Europea. La evolución de la comunicación del Parlamento Europeo	8
2.1. Inclusión de España en la Unión Europea y estructura del Parlamento	8
2.2. La evolución de la política de comunicación del Parlamento Europeo.	10
2.3. Investigaciones previas sobre la comunicación del Parlamento Europeo ...	13
3. Metodología de la investigación	16
3.1. Proceso y selección metodológica.....	16
3.2. Perfil de los entrevistados.....	16
3.3. Desglose de preguntas de los cuestionarios.....	19
4. Resultados	21
4.1. Resultados de la labor de los periodistas en el Parlamento Europeo	21
4.1.1. La cobertura noticiosa del Parlamento Europeo	21
4.1.2. Las dificultades de cubrir mediáticamente el Parlamento Europeo	22
4.1.3. El interés de la audiencia española en las informaciones del Parlamento Europeo.	23
4.1.4. La irrupción de la web 2.0 en el trabajo de los corresponsales	24
4.1.5. Mejoras en la comunicación entre Parlamento Europeo y periodistas .	25
4.2. Resultados de los miembros del gabinete de comunicación.....	26
4.2.1. Estrategias de comunicación del Parlamento Europeo	26
4.2.2. La irrupción de la web 2.0 en la comunicación del Parlamento.....	27
4.2.3. El interés de la audiencia española en las informaciones del Parlamento Europeo.....	28
4.2.4. Valoración de la cobertura mediática española del Parlamento	29
4.2.5. El futuro de la comunicación del Parlamento Europeo	30
5. Conclusiones	31
6. Referencias bibliográficas	33
7. Anexos	37
7.1. Entrevista a Jauma Duch Guillot.....	37
7.2. Entrevista a Lluís Tovar	41

1. Introducción

1.1. Justificación del tema de estudio

El tema que ocupa este Trabajo de Fin de Grado titulado “Estrategias de comunicación del Parlamento Europeo y su relación con los periodistas españoles” aborda la actual política de comunicación del Parlamento Europeo, así como las relaciones que mantienen los periodistas españoles con los diferentes miembros del gabinete de comunicación.

Las decisiones que se adoptan en el Parlamento Europeo cada vez tienen más calado legislativo en España. Según un estudio de la Oficina del Parlamento Europeo en España (2023), el 53% de las leyes que se han aprobado en España durante la última legislatura (2019-2024), provienen de directrices y decisiones europeas. Además, la trascendencia que tienen las decisiones del Parlamento Europeo se ha visto reflejada en un ligero aumento del interés de los ciudadanos y en la cobertura mediática que tiene esta institución en España.

La comunicación del Parlamento Europeo, como se señala en el marco teórico, cuenta con escasos estudios al respecto, menos aun tratando la incorporación de las redes sociales. Por ello, la relevancia adquirida por el Parlamento Europeo durante los últimos años, unido a la celebración de elecciones europeas durante el transcurso de este trabajo, hacen que el objeto de estudio de esta investigación sea de interés por su novedad y responda a la actualidad informativa.

1.2. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo principal que persigue este estudio consiste en conocer las relaciones que existen entre los periodistas españoles y los diferentes miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo. De este modo, se pretende identificar el modo en el que los periodistas seleccionan la información que publican acerca del Parlamento Europeo y que llega hasta la ciudadanía.

Este objetivo general se subdivide en una serie de objetivos secundarios que se centran en aspectos concretos de la investigación. Estos objetivos son los siguientes:

OS1. Detectar las estrategias de comunicación que utiliza el Parlamento Europeo

OS2. Establecer las dificultades que tienen los periodistas a la hora de cubrir las informaciones del Parlamento Europeo

OS3. Determinar el grado de interés de la ciudadanía española en las informaciones sobre el Parlamento Europeo

OS4. Identificar los temas relacionados con el Parlamento Europeo que suscitan mayor y menor interés a la ciudadanía española

OS5. Abordar el cambio que ha supuesto la web 2.0 en la comunicación institucional del Parlamento Europeo y en el trabajo de los periodistas

La comunicación institucional del Parlamento Europeo es un campo de estudio que cuenta con un número reducido de investigaciones al respecto. Además, este trabajo es pionero a la hora de analizar las relaciones que existen entre los periodistas españoles y el gabinete de comunicación del Parlamento Europeo.

Por este motivo, el estudio presenta preguntas de investigación en lugar de hipótesis. De esta manera, se permite la realización de una investigación más abierta, sin contar con las restricciones que supondrían unas hipótesis predeterminadas.

Las preguntas de investigación del trabajo de cara a los resultados de los periodistas son las siguientes:

1. ¿Cómo es la relación que tienen los periodistas con los miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo?
2. ¿Cuáles son los desafíos que atraviesan los periodistas españoles que informan sobre el Parlamento Europeo?
3. ¿Cuáles son los temas relacionados con el Parlamento Europeo que más interesan a la audiencia española?

4. ¿Cómo valoran los periodistas la cobertura noticiosa que tiene esta institución en los medios españoles?
5. ¿Qué cambio han supuesto las redes sociales en el trabajo de los periodistas que cubren el Parlamento Europeo?
6. ¿Qué mejoras podría tener el Parlamento Europeo a la hora de comunicar y relacionarse con los periodistas?

Las preguntas de investigación del trabajo de cara a los resultados de los miembros del gabinete de comunicación son las siguientes:

1. ¿Cómo es la relación que existe entre los miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo y los periodistas españoles?
2. ¿Cómo valora el gabinete de comunicación la presencia de noticias sobre el Parlamento Europeo en los medios de comunicación españoles?
3. ¿Qué cambio han supuesto las redes sociales en la comunicación del Parlamento Europeo?
4. ¿Qué mejoras podría tener la comunicación del Parlamento Europeo?

1.3. Estructura del trabajo

La estructura del trabajo se presenta en cuatro partes diferenciadas. La primera, el marco teórico, comprende un repaso desde la entrada de España en el marco europeo, hasta llegar al momento actual. Además, ahonda en la estructura y evolución que ha tenido la política de comunicación del Parlamento Europeo. En la segunda parte del trabajo se plantea la metodología de la investigación, la entrevista semiestructurada. La tercera parte presenta en dos apartados los resultados obtenidos en las entrevistas, por un lado, los resultados de los periodistas y corresponsales, y, por otro lado, los resultados de los miembros del gabinete de comunicación. Finalmente, la cuarta parte está dedicada a las conclusiones de este estudio.

2. España en la Unión Europea. La evolución de la comunicación del Parlamento Europeo

2.1. Inclusión de España en la Unión Europea y la estructura del Parlamento Europeo

El pueblo español aprueba en las urnas el 15 de junio de 1977 la constitución del primer gobierno democrático de la monarquía. El gobierno, presidido por Adolfo Suárez solicitó formalmente su adhesión a la Comunidad Económica Europea el 26 de julio de 1977. Tras ocho años de negociaciones, España logró su objetivo con la firma del Tratado de Adhesión de Madrid el 12 de junio de 1985. No obstante, la integración no se hizo efectiva hasta el 1 de enero de 1986, cuando España pasó a ser miembro de pleno derecho junto a Portugal (López, 2000).

El origen del Parlamento Europeo proviene de la Asamblea Común de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA). Esta asamblea común representaba a las tres Comunidades Europeas supranacionales que había en Europa por aquel entonces. El 19 de marzo de 1958 se celebró la sesión constituyente de la Asamblea Parlamentaria Europea con un total de 142 miembros. En el año 1987 entró en vigor el Acta Única Europea mediante la cual se reconoció el nombre de Parlamento Europeo (Comisión Europea, 2014).

La primera sesión del Parlamento Europeo contó con 142 europarlamentarios de los seis países fundadores: Alemania Occidental, Francia, Italia, Países Bajos, Bélgica y Luxemburgo. La primera ampliación de las Comunidades Europeas supuso el ingreso de Dinamarca, Irlanda y Reino Unido en 1973. Por su parte, Grecia es el siguiente país en entrar en 1981, seguido de España y Portugal en 1986. La caída del muro de Berlín provoca la reunificación alemana y la entrada de Alemania Oriental en 1990. La cuarta ampliación se vivió en 1995 con Austria, Finlandia y Suecia. Asimismo, la mayor ampliación hasta la fecha se produce en el año 2004 con diez nuevos miembros: Chipre, Malta, Chequia, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania y Polonia. Bulgaria y Rumanía se incorporaron a la Unión Europea en 2007. El último país en entrar en el Parlamento Europeo es Croacia en 2013. En 2016, los británicos decidieron a través de un referéndum su salida de la Unión Europea. Esta salida se consumó

el 1 de febrero de 2020. En la actualidad están representados en el Parlamento Europeo los 27 Estados miembros de la Unión Europea (Mestres i Camps, 2019).

El Parlamento Europeo ha ido alcanzando competencias con el paso de los años. El Tratado de la Unión Europea de 1992 establece por primera vez la función colegisladora del Parlamento Europeo. En 1997, el Tratado de Ámsterdam pone en pie de igualdad esta función colegisladora con el Consejo. Las competencias en materia legislativa aumentaron con el Tratado de Niza de 2001. Por su parte, el Tratado de Lisboa de 2009 aumenta aún más su poder legislativo y le otorga la capacidad de aprobar los presupuestos de la Unión Europea junto al Consejo (Hallal, 2019).

Los primeros eurodiputados españoles en el Parlamento Europeo fueron diputados y senadores de las Cortes Generales. En 1987 se celebraron las primeras elecciones europeas en España. Según señala la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, los españoles acudirán a las urnas cada cinco años para elegir a sus representantes en Bruselas y Estrasburgo. Las elecciones se celebran con circunscripción única y el número de eurodiputados es proporcional en relación con el conjunto de Europa. Por este motivo, el número de eurodiputados españoles varía en cada legislatura (Montero & Cordero, 2009).

En los primeros comicios europeos España eligió a 60 eurodiputados (BOE, núm 157, de 2 de julio de 1987). Esta cifra aumenta y disminuye a medida que se suceden las elecciones. Por ejemplo, tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea, España pasó de tener 54 representantes a 59 eurodiputados (Fernández Rozas, 2020).

En la actualidad, España cuenta con 61 eurodiputados tras las recientes elecciones, su mayor número hasta la fecha (BOE, núm 93, de 16 de abril de 2024). Un estudio del Real Instituto Elcano (2019), afirma que, aun así, esta cantidad infrarrepresenta a los 47 millones de españoles respecto a otros países con mayor población como Alemania.

Hoy en día, el Parlamento Europeo desempeña tres funciones principales: 1) aprobar la legislación comunitaria junto al Consejo, 2) decidir el presupuesto anual de la UE y 3) el control democrático del resto de instituciones de la Unión Europea, especialmente de la Comisión (Comisión Europea, 2014). Conforme al

artículo 14 del Tratado de la Unión Europea, el Parlamento Europeo tiene un máximo de 750 eurodiputados más el presidente. Asimismo, cada país no puede tener asignado un número inferior a 6 escaños o superior a 96, como recoge el principio de proporcionalidad decreciente (TUE/2016).

Actualmente, el Parlamento Europeo cuenta con 720 eurodiputados que representan a los diferentes Estados miembros. La sede está ubicada en Estrasburgo, donde se celebran las doce sesiones plenarias cada año. Las sesiones adicionales y las reuniones de las comisiones parlamentarias se desarrollan en Bruselas. La Secretaría del Parlamento y los servicios de apoyo están ubicados en Luxemburgo (San Miguel Osaba, 2013).

2.2. La evolución de la política de comunicación del Parlamento Europeo

La comunicación institucional es un elemento clave para las organizaciones sin ánimo de lucro, ya que está extendida la creencia de que “si no comunicas, no existes” (Burgueño, 2014). Josep Cornelissen define la comunicación institucional como “la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de los que la organización depende” (Cornelissen, 2008, p.220).

La Unión Europea no cuenta con una base jurídica específica sobre la política de comunicación en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). Por este motivo, toda acción en este ámbito de la Unión debe basarse en el artículo 352 (TFUE, 2016). Además, la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea recoge en el artículo 11 el derecho de toda la ciudadanía a estar informada acerca de los asuntos que ocurren en la Unión. Este artículo garantiza la libertad de recibir o comunicar información sin que haya injerencia de autoridades públicas, así como la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo. (Unión Europea, 2012, art. 11).

“El Parlamento Europeo impulsa desde hace años una política de información y comunicación que busca facilitar el contacto entre los ciudadanos y la institución comunitaria que directamente les representa. Esta acción ha chocado desde el principio con diversas dificultades, unas ligadas a la propia naturaleza de la institución, que sólo en años recientes ha alcanzado suficiente peso específico”, explica Jaume Dutch Guillot, director general de Comunicación del Parlamento Europeo, en *Pliegos de Yuste* (2008, p.45).

Reifs (2006) indica que, desde sus inicios en 1951, la Comunidad Europea ha mostrado un interés especial en acercar las instituciones a los ciudadanos. No obstante, los servicios de comunicación del Parlamento Europeo no comienzan a ser considerados importantes hasta las primeras elecciones europeas de 1979.

Otro punto de inflexión fue la victoria del no en el referéndum celebrado en Dinamarca en 1992 para ratificar el Tratado de Maastricht, así como la celebración de una segunda vuelta en Francia para conseguir el apoyo necesario. Desde entonces, la Unión Europea elabora documentos donde se recopilan las orientaciones principales de la política de comunicación de las instituciones europeas. Entre los informes realizados se encuentran el ‘Informe Declerq’ (1993), el ‘Informe Pinheiro’ (1993), el ‘Informe Oostlander’ (1993), el ‘Informe Bangeman’ (1994), así como los Libros Verdes y el Libro Blanco (2006) (Domínguez, 2015).

Los servicios de prensa del Parlamento Europeo comienzan a recibir más presupuesto a partir de 1983. De esta manera, se desarrollan los servicios de comunicación en las sedes de Bruselas y Estrasburgo (Vera, 2021). Por otro lado, el servicio de Prensa y Comunicación se crea en la legislatura de 1999 a 2004 bajo la Comisión de Romano Prodi. El papel de este nuevo servicio está ligado al contacto directo con los periodistas y las representaciones en los Estados miembros (Domínguez, 2015).

Vera (2021) indica en su investigación que los servicios de comunicación del Parlamento Europeo han evolucionado con el paso de los años para adaptarse a las transformaciones digitales. Por ello, a raíz del surgimiento de Internet, el Parlamento Europeo desarrolla su propio sitio web en 1996. Según el Parlamento

Europeo (2024), esta página web se lanza en 11 idiomas, siendo la página más políglota del momento. En la actualidad está disponible en 24 lenguas.

La digitalización y la web 2.0 ofrece al Parlamento Europeo la posibilidad de abrir nuevos canales para facilitar la comunicación institucional. De esta manera, el Parlamento Europeo está presente en diferentes redes sociales con el propósito de acercarse a los ciudadanos y compartir el trabajo que realiza la institución (Silva, 2011). Hoy en día, el Parlamento Europeo cuenta con perfiles en Facebook, Twitter, Flickr, LinkedIn, YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, Reddit y TikTok.

Asimismo, el equipo de comunicación del Parlamento Europeo cuenta con un importante número de profesionales encargados de diferentes ámbitos y cuestiones de la institución. La guía para periodistas que publicó la Oficina del Parlamento Europeo en España 2023-2024 contiene el nombre, contacto y función de cada uno de los miembros de este equipo.

Según la web del Parlamento Europeo, el servicio de prensa se divide en los siguientes apartados:

1. La Unidad de Portavocía, encargada de responder aquellas consultas de los medios de comunicación que no estén relacionadas con la función legislativa del Parlamento. El portavoz es el español, Jaume Duch Guillot, que también ocupa el cargo de director general de Comunicación. Esta sección la completan la portavoz adjunta, Delphine Colard, y tres agregados de prensa.
2. Los responsables de prensa en Bruselas y Estrasburgo, especializados en un determinado ámbito político y lengua. Su función es proporcionar información detallada acerca de la actividad parlamentaria. Entre las cuestiones específicas que abordan se encuentran Asuntos Exteriores, Derechos Humanos, Comercio Internacional, Desarrollo etc.
3. La presidencia del Parlamento Europeo, que cuenta con su propio equipo de comunicación compuesto por siete responsables de prensa. Entre ellos se encuentra Javier Jiménez Arbelo, encargado de las relaciones con los medios de comunicación españoles y portugueses.

Además, cada Estado miembro cuenta con al menos una Oficina del Parlamento Europeo dentro de sus fronteras. España tiene una oficina en Madrid y otra en Barcelona. Los responsables de prensa de estas oficinas son el primer punto de contacto con los periodistas y medios de comunicación de cada país.

También, cada grupo político del Parlamento Europeo cuenta con sus propios encargados de prensa y cada partido político español con representación en el hemisiciclo tiene un responsable de comunicación.

Una encuesta realizada por el Consejo de Europa a 862 corresponsales acreditados señala que el 22% de ellos considera de especial importancia contar con encargados de prensa del Parlamento Europeo como fuente a la hora de realizar noticias acerca de esta institución.

El equipo de prensa del Parlamento Europeo ofrece a los periodistas numerosos recursos para facilitar su trabajo. Entre estos se encuentran dossieres, notas informativas previas al pleno, agendas semanales y comunicados de prensa. Además, existe una página web donde se pueden consultar diferentes cuestiones acerca de las sesiones plenarias.

Asimismo, el Parlamento Europeo pone a disposición de los medios de comunicación un estudio de radio y otro de televisión, tanto en Bruselas como en Estrasburgo. Estos estudios están totalmente equipados para el desarrollo de debates, entrevistas o cualquier tipo de producto periodístico.

2.3. Investigaciones previas acerca de la comunicación del Parlamento Europeo

La comunicación del Parlamento Europeo ha sido objeto de estudio de diversas investigaciones. Vera Grossocordone (2021) analiza en su estudio el fortalecimiento entre los Estados miembros a través del departamento de comunicación del Parlamento Europeo. El análisis obtenido muestra que “los servicios de comunicación del Parlamento van en la dirección correcta y cada vez hacen esfuerzos mayores para transmitir su mensaje a un número más amplio de personas” (p.70).

Alexandra Domínguez (2015) plantea en su estudio una investigación sobre la comunicación de la Unión Europea e incluye un estudio de un caso práctico de las informaciones relativas a la UE en los diarios *El País* y *El Mundo*. De acuerdo con sus conclusiones, “para que la estrategia de comunicar sobre los asuntos europeos alcance sus objetivos, la responsabilidad no sólo recae sobre las instituciones, sino también sobre los medios de comunicación como intermediarios de este mensaje” (p.55).

Benedicto Solsona (2016) centra su tesis doctoral en la política de información y comunicación de la Unión Europea. Como expresa en la conclusión de la investigación, “el distanciamiento entre las instituciones de la UE y los ciudadanos ha sido atribuida por los líderes políticos y académicos a una brecha de comunicación, es decir, a la forma en que los asuntos de la UE se reflejan en los medios de comunicación, y a la aparente falta de intereses de las élites nacionales para transmitir la importancia de Europa” (p.12).

John Lloyd y Cristina Marconi (2014) destacan en su libro *Reporting the EU*, la dificultad que tienen las noticias acerca de la Unión Europea para ser atractivas a ojos de la audiencia. “El problema viene porque la Unión y sus instituciones, especialmente el Parlamento, carecen en gran medida de dramas, enfrentamientos, personajes conocidos y temas que constituyen gran parte de la cobertura política dentro de los Estados nación” (p.3).

Bo Laursen y Chiara Valentini (2014) centran su investigación en el trabajo que hace el equipo de prensa del Parlamento Europeo. Su estudio cuenta con varias entrevistas en profundidad a responsables de prensa del Parlamento Europeo. Los autores proporcionan nuevos conocimientos sobre el esfuerzo que realizan los encargados de prensa para aumentar la conciencia de los europeos acerca de esta institución comunitaria.

Roginsky (2014) evalúa el uso que hace el Parlamento Europeo de los nuevos espacios comunicativos que surgen como resultado del uso de Internet, más específicamente de las redes sociales. La investigación concluye que el Parlamento Europeo utiliza las redes sociales para “enfaticar la proximidad y cercanía con las personas, sin embargo, no modifica la comunicación de la

institución puesto que las redes sociales se suman sin cuestionar a otras herramientas de información” (p. 110).

En definitiva, las investigaciones previas en el ámbito de la comunicación del Parlamento Europeo proporcionan una base sólida para desarrollar esta investigación. Dichos estudios han abordado temas del ámbito comunicativo, así como las dificultades que tiene la información del Parlamento Europeo para llegar a los diferentes Estados miembros. No obstante, debido a la inexistencia de literatura previa en el ámbito de las relaciones que mantienen los periodistas españoles con los miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo, se hace necesaria una exploración en profundidad.

3. Metodología de la investigación

3.1. Proceso y selección metodológica

La metodología aplicada en este trabajo de investigación se sustenta en un cronograma con tres fases temporales, en total correlación unas con otras. De esta manera, los meses comprendidos entre enero y marzo han estado ligados a la obtención de conocimientos relacionados con la materia de estudio. Para ello se ha llevado a cabo un minucioso proceso de documentación bibliográfica en el que se han revisado diferentes artículos, documentos, libros, revistas y trabajos de investigación relacionados con la comunicación, historia y estructura del Parlamento Europeo.

El segundo paso de la investigación se ha desarrollado durante los meses de febrero y marzo, de forma paralela al proceso de documentación. Las preguntas de investigación indicadas anteriormente en la introducción obtienen respuesta a través de la metodología aplicada en este proyecto. El método idóneo para obtener dichas respuestas es la entrevista semi estructurada.

De acuerdo con Denzin y Lincoln (2005, p.643) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Mientras tanto, Pilar Folgueiras (2016, p.3) sostiene que en la entrevista semi estructurada “se decide de antemano qué tipo de información se requiere y en base a ello, de igual forma, se establece un guion de preguntas”. De esta manera, “la entrevista semi estructurada recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas” (Lázaro, 2021, p.68).

3.2. Perfil de los entrevistados

El trabajo cuenta con 18 entrevistas realizadas bajo el método de la entrevista semiestructurada. De este número, hay un total de 15 entrevistas hechas a corresponsales españoles que desarrollan su trabajo entre Bruselas y Estrasburgo, periodistas especializados en la Unión Europea y divulgadores en redes sociales de asuntos europeos.

En la búsqueda de los entrevistados se ha hecho un esfuerzo por contar con una amplia diversidad en las fuentes. Con el propósito de lograr este objetivo se ha buscado el testimonio de profesionales teniendo en cuenta factores como el sexo, la edad, el soporte de su medio de comunicación, así como la inclinación ideológica del mismo. Para ello se ha contactado con un total de 32 periodistas españoles especializados en información europea. Finalmente, 15 profesionales aceptaron participar en el estudio.

De esta manera, las entrevistas comprenden el testimonio de 3 periodistas televisivos, 2 de radio, 3 de prensa, 3 de medios digitales, 2 de agencias de comunicación y un divulgador de contenidos europeos en redes sociales.

Al mismo tiempo, se han llevado a cabo 3 entrevistas a miembros del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo vinculados con España. Entre los entrevistados se encuentran los siguientes perfiles: Jaume Duch Guillot, Director General de Comunicación y Portavoz del Parlamento Europeo; Estefanía Narrillos, encargada de prensa del Parlamento Europeo para los periodistas de habla hispana; Carlos Rullán, encargado de redes sociales de la Oficina del Parlamento Europeo en España.

Teniendo en cuenta que la mayoría de entrevistados se encuentran en Bruselas, las entrevistas se han llevado a cabo a través de videollamadas para facilitar su planificación y ejecución.

Asimismo, el apartado de anexos incluye dos entrevistas transcritas a modo de ejemplo. Por un lado, la entrevista de Lluís Tovar, uno de los periodistas más citados a lo largo del trabajo. Por otro lado, la entrevista de Jaume Duch debido a la relevancia de su cargo. Cabe destacar que, a pesar de estar transcritas, el resto de entrevistas no se incluyen en el anexo debido a la longitud que podría representar para el mismo.

A continuación, se muestra una tabla donde aparece indicado el nombre de los entrevistados, su medio de comunicación, la fecha de realización de la entrevista y la duración.

Tabla 1. Entrevistas a periodistas

ENTREVISTADO	MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA	DURACIÓN
Pablo Rodríguez	<i>El Mundo</i>	08/02	00:10:12
Emilio Ordiz	<i>20 Minutos</i>	14/02	00:15:33
Nacho Alarcón	El Confidencial	15/02	00:21:52
Laura García	Europa Press	19/02	00:11:27
Aída Sánchez	Euronews	20/02	00:25:17
Laura Zornoza	Agencia EFE	23/02	00:25:39
Jacobo de Regoyos	Onda Cero	27/02	00:19:24
Irene Castro	EIDiario.es	27/02	00:18:00
David Vidueiro	RNE	01/03	00:22:10
Rubén de Vicente María	RTVCyL	01/03	00:05:10
Manuel Vicente Gómez	<i>El País</i>	04/03	00:10:00
Lluís Tovar	Mediaset	05/03	00:32:25
Eduardo Rivas	El Debate	11/03	00:13:25
Guillermo Pascual	Antena 3	13/03	00:20:41
Karim Hallal Peche	Divulgador	13/03	00:14:26

Fuente: elaboración propia

En la siguiente tabla aparecen indicados los mismos factores para los miembros entrevistados del gabinete de comunicación.

Tabla 2. Entrevistas a miembros del gabinete de comunicación

ENTREVISTADO	PUESTO	FECHA	DURACIÓN
Carlos Rul·lan	Responsable de redes sociales de la Oficina del Parlamento Europeo en España	05/03	00:20:53
Estefanía Narrillos	<i>Press Officer</i> para los medios de habla hispana	22/03	00:14:09
Jaume Duch Guillot	Portavoz y director general de Comunicación del Parlamento Europeo	22/03	00:16:54

Fuente: elaboración propia

3.3. Desglose de preguntas de los cuestionarios

Las entrevistas realizadas se sustentan en dos cuestionarios, uno confeccionado para los periodistas, y otro elaborado para los responsables de comunicación del Parlamento Europeo.

El cuestionario de los periodistas es el siguiente:

1. ¿Cuál es su experiencia laboral cubriendo las noticias del Parlamento Europeo?
2. ¿Cuáles son las dificultades que tiene para informar sobre las noticias del Parlamento Europeo?
3. ¿Qué temas relacionados con el Parlamento Europeo son más fáciles para incluir en la programación de su medio de comunicación?
4. ¿Con cuáles tiene más dificultades?
5. ¿Qué acciones considera que podría mejorar el Parlamento Europeo a la hora de comunicar?
6. ¿Cuál cree que es el grado de interés de la ciudadanía española acerca de las informaciones o reportajes sobre la Unión Europea?
7. ¿De qué manera han cambiado las redes sociales la forma de comunicar acerca de los eventos del Parlamento Europeo?
8. ¿Qué mejoras considera que se podrían llevar a cabo desde el gabinete de comunicación del Parlamento Europeo para facilitar su trabajo?
9. ¿Cree que se debería de dar más presencia a las informaciones de la Unión Europea en su medio de comunicación?

Por otro lado, el cuestionario de los miembros del gabinete de comunicación es el siguiente:

1. ¿Cuál es su papel dentro del gabinete de comunicación del Parlamento Europeo?
2. ¿Cuál es el enfoque principal de la estrategia de comunicación del Parlamento Europeo para llegar a los medios de comunicación españoles?
3. ¿Cómo se asegura el Parlamento Europeo de que su mensaje llegue de manera efectiva a los ciudadanos españoles?

4. ¿Dentro de los medios de comunicación en que formato cree que se hace una mayor cobertura de la actividad del Parlamento Europeo, en la televisión, radio, prensa o en medios digitales?
5. ¿Cuáles son los temas relacionados con el Parlamento Europeo que reciben una mayor atención en los medios?
6. ¿Considera que hay temas subrepresentados o que reciben poca atención?
7. ¿Cuáles son las relaciones que mantiene con los periodistas? ¿Cuál es el trabajo que realiza con ellos?
8. ¿De qué manera han cambiado las redes sociales la comunicación del Parlamento Europeo?
9. ¿Qué mejoras considera que se podrían realizar en la comunicación del Parlamento Europeo?
10. ¿Cree que la ciudadanía española está especialmente interesada en asuntos europeos o cree que el interés es bajo respecto a otros países?

A continuación, se desarrollan los resultados del trabajo.

4. Resultados

4.1. Resultados de la labor de los periodistas en el Parlamento Europeo

4.1.1. La cobertura noticiosa del Parlamento Europeo

Bruselas es la sede de las principales instituciones de la Unión Europea como la Comisión Europea, el Consejo Europeo, el Consejo de la UE y el Parlamento Europeo. Por este motivo, los medios de comunicación españoles otorgan cierta relevancia a la corresponsalía de Bruselas. En la actualidad hay alrededor de 50 corresponsales españoles cubriendo la información del Parlamento Europeo. (Representación Permanente de España en la UE, 2024). No obstante, el volumen de informaciones y la importancia que se otorga a esta institución varía dependiendo del medio.

Pablo Rodríguez de *El Mundo* destaca que “en España se le dedica un espacio enorme al Parlamento Europeo y todo lo que ocurre en la Unión Europea, raro es el día en el que no se incluye más de una noticia sobre estos asuntos, algo que no ocurre en otras corresponsalías donde se tienen que pelear por ganar un poco de espacio”.

Aída Sánchez de Euronews afirma que “el Parlamento Europeo es la institución con más cobertura debido a que alberga a más de 700 eurodiputados y es la más abierta a los ciudadanos”, sin embargo, considera que “habría que explicar mejor su funcionamiento y el impacto real de sus decisiones”. Emilio Ordiz de *20 minutos* señala que “la presencia de contenido sobre el Parlamento Europeo está mejorando considerablemente”. No obstante, coincide en que “el problema está en cómo se utiliza ese volumen de contenido para hacer entender a la audiencia el funcionamiento de la Unión Europea”.

Lluís Tovar de Telecinco añade que “desde España se apuesta mucho por el Parlamento Europeo, aunque la actualidad ha acompañado, puesto que el peso que tiene Bruselas en la actualidad es superior al que tenía hace 10 años”. “Las cosas han cambiado mucho en los últimos años y en España se han dado cuenta de que esto forma parte del ecosistema español. Bruselas ya no es una ciudad

alejada y debería considerarse la segunda ciudad más importante del país con una cobertura periodística a su altura”, argumenta Nacho Alarcón de El Confidencial.

4.1.2. Las dificultades de cubrir mediáticamente el Parlamento Europeo

Los medios de comunicación españoles, en la mayoría de los casos, cuentan únicamente con un corresponsal en Bruselas encargado de cubrir toda la actividad europea. Por este motivo, la expresión más repetida entre los corresponsales entrevistados es que “el Parlamento Europeo produce demasiada información”. Además, concuerdan en que es muy complicado tener la posibilidad de abarcarla en su plenitud. “El gran reto a la hora de cubrir las informaciones del Parlamento Europeo es discernir entre lo que se cuenta y lo que no, el volumen de información es tan inmenso que podrías estar constantemente escribiendo lo que ocurre”, sostiene Laura Zornoza de la Agencia EFE.

Este punto de vista lo comparte Nacho Alarcón de El Confidencial, “la mayoría de los corresponsales de Bruselas estamos solos y no podemos seguir cada debate del Parlamento Europeo por muy interesante que sea”. Eduardo Rivas de El Debate señala que la mayor dificultad como corresponsal es “llegar a todos los temas que se tratan dentro del Parlamento Europeo, así como seguir las informaciones del resto de instituciones”.

Lluís Tovar de Telecinco considera Bruselas como “un laberinto gigante donde se encuentran las instituciones europeas y la OTAN, unos organismos supranacionales donde hay un gran volumen de trabajadores”. Por este motivo, argumenta que la mayor dificultad de ser corresponsal en Bruselas es “conseguir fuentes para saber a quién llamar en cada momento”.

En cuanto a la conexión de las informaciones con la audiencia, Jacobo de Regoyos de Onda Cero indica, “lo más difícil es hacer entender a los espectadores el funcionamiento del Parlamento Europeo y sus limitaciones”. Asimismo, el divulgador de asuntos europeos, Karim Hallal, destaca que su

mayor obstáculo es “conseguir que la gente de fuera de la euro burbuja, que es la enorme mayoría social, entienda como le afectan las decisiones del Parlamento Europeo”.

4.1.3.El interés de la audiencia española en las informaciones del Parlamento Europeo

El Parlamento Europeo es una institución que genera diariamente un gran volumen de información. Por este motivo, a la hora de informar, los medios de comunicación seleccionan los aspectos que más interesan a la audiencia española. “España es el cuarto país con más peso del Parlamento Europeo, por lo que cada semana se cuelan debates en clave nacional en el pleno y las diferentes comisiones. En general, estos debates tienen un alto interés entre los españoles, aunque no tengan resolución y no lleguen a ninguna parte”, destaca Lluís Tovar de Telecinco.

Guillermo Pascual de Antena 3 afirma que en los últimos dos años “las resoluciones del Parlamento Europeo respecto a los grandes conflictos internacionales han acaparado especial relevancia informativa”. Además, añade, “el motivo se debe a que el gobierno español delega sus grandes decisiones en materia de política internacional a la Unión Europea”.

Con respecto a los temas que más interesan a la audiencia castellana y leonesa, Rubén de Vicente María de RTVCyL, destaca aquellos que están relacionados con “directivas o leyes que afectan a España o más específicamente a Castilla y León”.

Por otro lado, Manuel Vicente Gómez de *El País* indica que los temas que menos interesan a los españoles son aquellos relacionados con “legislación europea que no tiene un gran impacto en España”. Asimismo, Emilio Ordiz de *20 Minutos* considera que la audiencia española no tiene especial interés en los debates sobre terceros países como “el problema de Hungría con el Estado de Derecho”.

En general, los entrevistados coinciden en que los españoles no tienen un gran interés en las informaciones sobre el Parlamento Europeo. Esta postura la comparte Laura García de Europa Press, “está muy asentado el apoyo que ha

supuesto la UE para España, aunque noto que hay cierta fatiga hacia las noticias sobre las instituciones europeas”. Por su parte, Laura Zornoza de la Agencia EFE añade, “el interés de los españoles sobre el Parlamento Europeo es limitado, especialmente si las informaciones no tienen un ángulo nacional”.

En contraposición, Lluís Tovar de Telecinco afirma que “en comparación con otros países, España tiene un enorme interés sobre el Parlamento y el resto de las instituciones europeas”. Además, argumenta que el principal indicador es “la gran cobertura que tienen los asuntos europeos en los medios españoles”. No obstante, Pablo Rodríguez de *El Mundo* señala que, en España, a pesar de tener una amplia cobertura, “la información europea importa más bien poco si no tiene que ver con algún elemento popular del momento”.

4.1.4. La irrupción de la web 2.0 en el trabajo de los corresponsales

Las redes sociales son un elemento indispensable en el día a día de los europeos, especialmente entre los más jóvenes, quienes utilizan estos canales para informarse. Esto se ha visto reflejado en la forma de comunicar del Parlamento Europeo, así como en la forma de informar a los periodistas sobre esta institución. Nacho Alarcón de El Confidencial señala que “las redes sociales han democratizado la información sobre el Parlamento Europeo debido a que hay un gran número de gente informando sobre asuntos europeos en estas plataformas”. No obstante, agrega que “en muchas ocasiones la información que emiten es incompleta y se acaban viralizando cosas que no son ciertas”.

Guillermo Pascual de Antena 3 argumenta que es “indispensable estar en redes sociales para informar sobre el Parlamento Europeo, puesto que todos los europarlamentarios están en Twitter y crean mucho contenido en esta plataforma”. Este mismo planteamiento lo tiene David Vidueiro, de Radio Nacional Española, “para seguir cualquier debate o trílogo del Parlamento Europeo es totalmente necesario poner las notificaciones de Twitter para estar al tanto de las actualizaciones en tiempo real”.

Laura García, de Europa Press, plantea que el gran problema del uso de las redes sociales es que “los periodistas se están conformando con comunicados a través de tweets, eliminando la posibilidad de hacer canutazos o preguntas en una rueda de prensa”. “Las redes sociales han provocado que los periodistas ya no seamos el punto intermedio entre la información primaria y la audiencia, se puede decir que ha facilitado nuestro trabajo, pero esto conlleva consecuencias como la desinformación o la pérdida del rol de los periodistas”, expresa Laura Zornoza de la Agencia EFE.

Karim Hallal, divulgador de asuntos europeos en diferentes plataformas de *streaming* y redes sociales, destaca como positivo que la web 2.0 “permita que las grandes empresas de telecomunicaciones ya no sean las únicas con el poder de comunicar, sino que ahora los periodistas y divulgadores también tengan la oportunidad de crear sus propios canales”. Asimismo, añade que “las cuentas de memes sobre el Parlamento Europeo son esenciales para influir en la opinión pública”.

4.1.5. Mejoras en la comunicación entre el Parlamento Europeo y los periodistas

Los periodistas entrevistados coinciden en que el Parlamento Europeo es la institución europea que más y mejor comunica. No obstante, emitir un volumen tan grande de información, en ocasiones es un problema para los periodistas que no tienen la capacidad de hacer frente a todo. Esta postura la defiende Manuel Vicente Gómez de *El País*, “el Parlamento Europeo comunica tanto que no da tiempo a seguirlo todo”. Además, agrega, “se informa demasiado con el interés de la institución y no con el interés del ciudadano”.

Asimismo, Irene Castro de *Eldiario.es* señala que el Parlamento Europeo tiene “doble lejanía debido a su situación geográfica”. Desde su punto de vista, esto se ve reflejado en el índice de participación de las elecciones europeas debido a que “la gente no siente como suyo el Parlamento Europeo”. Por este motivo, argumenta que se debería de hacer “un esfuerzo de acercamiento a los españoles debido a que todo lo que ocurre en esta institución tiene repercusión en España”. Por su parte, Emilio Ordiz de *20 Minutos* considera que la

comunicación del Parlamento Europeo podría mejorar “acercándose a los Estados miembros y sacando el Parlamento fuera de Bruselas y Estrasburgo”.

Jacobo de Regoyos de Ondacero sugiere que el Parlamento Europeo necesita mejorar su página web porque “es complicado acceder de forma práctica a todos los trabajos de las diferentes comisiones parlamentarias”. Además, el divulgador de asuntos europeos, Karim Hallal Peche, indica que el Parlamento Europeo debería “aprovecharse de los diferentes *trends* y memes que dominan Internet para jugar con la actualidad de la institución”.

Otro punto que han destacado los entrevistados es el trabajo que hace el equipo de prensa del Parlamento Europeo, así como la buena relación que existe entre el gabinete de comunicación y los periodistas españoles. Aída Sánchez de Euronews resalta el punto de ayuda que son los *press officers* del Parlamento Europeo a la hora de redactar informaciones. Además, añade, “es muy fácil acceder a ellos cuando tienes dudas, porque siempre hay alguien especializado en ese asunto dispuesto a ayudarte”.

4.2. Resultados de los miembros del gabinete de comunicación

4.2.1. Estrategias de comunicación del Parlamento Europeo

El Portavoz y Director General de Comunicación del Parlamento Europeo, Jaume Duch, señala que la política de comunicación del Parlamento Europeo tiene “una estrategia descentralizada donde se pone el foco en los medios de comunicación y los periodistas que trabajan desde España”. De esta manera, se pretende facilitar el trabajo de los corresponsales que no tienen “la capacidad de cubrir todo lo que ocurre en las instituciones europeas y tienen que elegir que van a tratar”.

Esta estrategia se ayuda de las oficinas que tiene el Parlamento Europeo en cada uno de los estados miembros. Por su parte, Jaume Duch indica que las oficinas situadas en Madrid y Barcelona “ayudan a los periodistas que se encuentran en España, para que no tengan la necesidad de desplazarse hasta Bruselas y Estrasburgo”. Además, añade que a través de esta estrategia se

permite “diversificar la información en función de los temas que interesan en cada país”.

No obstante, las oficinas del Parlamento Europeo en Bruselas y Estrasburgo también cuentan con una serie de *press officers* que ayudan a los periodistas y corresponsales a llevar a cabo su trabajo. Dentro de este grupo de profesionales, hay *press officers* de habla hispana encargados de relacionarse con los periodistas de España, para garantizar que la información relativa al Parlamento Europeo llegue a los ciudadanos españoles.

Según Estefanía Narrillos, *press officer* del Parlamento Europeo, “se emiten muchos comunicados de prensa en lengua inglesa y francesa sobre la actividad de las comisiones, sin embargo, cuando los asuntos llegan al pleno se comienza a comunicar en español”. Asimismo, señala que “la información que emiten los *press officers* no destaca lo que hacen los partidos políticos, sino que es información *non party*”.

Por su parte, Carlos Rul·lan, encargado de redes sociales de la Oficina del Parlamento Europeo en España, afirma que “la estrategia de comunicación del Parlamento Europeo en la web 2.0 varía dependiendo de la red social”. El contenido que se publica en Instagram está dirigido a un público joven. Por este motivo, se utiliza “un tono más informal con el objetivo de ganar visibilidad”. La cuenta de LinkedIn del Parlamento Europeo está enfocada en una audiencia profesional con el propósito de que “ayuden a difundir el mensaje”. Finalmente, el *target* de Twitter son “políticos, periodistas y asociaciones”.

4.2.2. La irrupción de la web 2.0 en la comunicación del Parlamento Europeo

La irrupción de la web 2.0 ha provocado que el equipo de comunicación del Parlamento Europeo enfoque sus esfuerzos en estas nuevas plataformas. Carlos Rul·lan, encargado de redes sociales de la Oficina del Parlamento Europeo en España, indica que los contenidos que se publican tienen “tintes pedagógicos y educativos sobre la importancia de esta institución y las decisiones que se

aprueban en ella”. Además, agrega que las publicaciones son “neutrales en términos políticos y en defensa del proyecto europeo”.

Jaume Duch afirma que el Parlamento Europeo “se adapta a cada una de las plataformas con diferentes formatos, contenidos y lenguajes, para llegar a diferentes *targets* de público”. Asimismo, Carlos Rullán señala que “la plataforma donde hay más público objetivo y donde se consigue más alcance es Instagram”. Por otro lado, añade que los contenidos que consiguen más interacciones son “vídeos cortos, así como publicaciones donde se adaptan tendencias del momento o aparece algún rostro conocido”.

Las redes sociales son una nueva ventana donde se fomenta la participación ciudadana en el Parlamento Europeo. Carlos Rullán señala que “todo el *feedback* y comentarios que reciben, obtienen una respuesta”. Además, destaca la creación de la plataforma todosjuntos.eu, “donde los suscriptores pueden participar en actividades, talleres y seminarios que organiza la Oficina del Parlamento Europeo en España”.

Al mismo tiempo, una de las consecuencias de las redes sociales y el enorme flujo de información que generan son las *fake news*. Jaume Duch explica que, para luchar contra la desinformación, la política de actuación del Parlamento Europeo es “preventiva”. El objetivo de esta línea de actuación es “informar mejor que los que están desinformando”. No obstante, agrega que también se coopera con otras instituciones, *fact checkers* y entidades especializadas, para “saber la procedencia y el tipo de *fake news* que están circulando”.

Según Estefanía Narrillos, otro resultado de la web 2.0 es la aparición de multitud de fuentes. De este modo, “se enriquece la información, pero se puede contaminar el debate puesto que la audiencia no consigue distinguir entre las fuentes oficiales y no oficiales”.

4.2.3. El interés de la audiencia española en las informaciones del Parlamento Europeo

“Tres de cada cuatro españoles (73%) piensan que, en general, los ciudadanos de España están mal informados sobre los asuntos europeos” (Eurobarómetro,

2023, p.12). No obstante, Jaume Duch considera que la audiencia “está interesada pero no lo sabe”. El argumento principal que utiliza para apoyar esta teoría es que “cualquier tema que se discute en la política española tiene una cara nacional y una cara europea”. Asimismo, Estefanía Narrillos afirma que “comparando con otros países, España tiene un nivel más alto de interés y cobertura mediática”.

Jaume Duch indica que la información que transmite el Parlamento Europeo a los medios de comunicación se amolda a “las prioridades de la audiencia española”. Por su parte, Estefanía Narrillos añade que los medios de comunicación centran un porcentaje significativo de sus informaciones en la política nacional”. Además, añade que el principal motivo se debe a que “los partidos españoles trasladan la batalla política española al Parlamento Europeo”.

Otro tema que tiene especial relevancia para la audiencia española son las informaciones relativas a “los presupuestos de la Unión Europea, los fondos estructurales o los fondos *next generation*”, afirma Jaume Duch. Desde el punto de vista de Estefanía Narrillos, esto se debe a que los españoles están concienciados acerca de la importancia de “las ayudas europeas y la vigilancia presupuestaria de la UE”.

No obstante, hay temas donde el Parlamento Europeo tiene un peso importante a la hora de tomar decisiones, los cuales no reciben una gran atención mediática. Estefanía Narrillos afirma que “el Parlamento Europeo tiene grandes competencias legislativas sobre el cambio climático y medio ambiente, sin embargo, no se le presta la suficiente atención”. Jaume Duch agrega que las dos prioridades legislativas de los últimos años, como son el pacto verde y la digitalización de la economía, “no han tenido la visibilidad suficiente”.

4.2.4. Valoración de la cobertura mediática española del Parlamento Europeo

La cobertura que tiene el Parlamento Europeo varía dependiendo del medio de comunicación y su formato. Jaume Duch señala que “la aparición de los medios digitales ha provocado que haya un espacio infinito de información”. Asimismo,

indica que el formato que cuenta con más informaciones sobre el Parlamento Europeo es “la radio y la prensa que se encuentra en Internet”.

No obstante, en contraposición declara que “la televisión es un medio donde es complicado que noticias sobre el Parlamento Europeo tengan una gran presencia”. Aunque hace una distinción con la televisión pública española, donde considera que “el Parlamento Europeo tiene más visibilidad”.

Por su parte, Estefanía Narrillos afirma que “la actualidad del Parlamento Europeo suscita interés en la audiencia española y por este motivo los medios de comunicación otorgan cierta relevancia a las noticias de la institución”.

4.2.5.El futuro de la comunicación del Parlamento Europeo

La comunicación institucional del Parlamento Europeo se ha ido amoldando a los diferentes avances tecnológicos en comunicación. De este modo, el Parlamento Europeo se encuentra disponible en diferentes plataformas como Internet y la web 2.0. No obstante, Carlos Rullán considera que de cara al futuro “el Parlamento Europeo debería adaptarse más rápido a las tendencias en comunicación”. Además, enfatiza en la necesidad de elaborar “productos transmedia que puedan usarse para crear contenido en diferentes plataformas”.

Estefanía Narrillos destaca la labor que hace el Parlamento Europeo para llegar a todos los públicos. A pesar de ello, expresa que se podría seguir avanzando para facilitar el trabajo de los periodistas que no se encuentra en Bruselas como corresponsales.

Finalmente, Jaume Duch indica que hay que separar a la audiencia en dos grupos. Por un lado, una minoría que tiene una actitud proactiva hacia las informaciones sobre el Parlamento Europeo. Por otro lado, una mayoría que no está interesada en este tipo de noticias. De esta manera, expresa, “hay que profundizar los esfuerzos en llegar a ambos grupos de población”. Desde su punto de vista, la herramienta principal para conseguir este objetivo es “utilizar canales de información de masas como la televisión, la radio y las redes sociales”.

5. Conclusiones

Este trabajo de investigación se inició con seis grandes preguntas. La primera pregunta se cuestionaba cómo es la relación que mantienen los periodistas con los *press officers* del Parlamento Europeo. La respuesta de los periodistas valora positivamente la actuación de los encargados de prensa. Además, la existencia de *press officers* especializados en diferentes cuestiones supone un punto importante de ayuda para los periodistas. Por otro lado, los miembros del gabinete de comunicación destacan el apoyo que brindan las Oficinas del Parlamento Europeo situadas en Madrid y Barcelona. Estas sedes sirven de apoyo para los periodistas que informan sobre el Parlamento Europeo desde territorio español.

Los problemas y desafíos que atraviesan los periodistas españoles que informan sobre el Parlamento Europeo es la segunda pregunta que se planteaba en este trabajo. Los periodistas han mostrado una postura unánime en la dificultad que tienen para abarcar toda la información que generan diariamente el Parlamento y el resto de las instituciones europeas. Esto se debe a que la mayoría de los medios de comunicación españoles cuentan únicamente con un corresponsal encargado de cubrir toda la información europea.

La tercera pregunta de investigación se cuestionaba cuáles son los temas que suscitan mayor interés en la audiencia española. Los entrevistados concuerdan en que los españoles no muestran especial interés en la información europea, sin embargo, el gabinete de comunicación destaca que este interés es superior al existente en otros países comunitarios. Asimismo, los temas que más interés comprenden para la audiencia española son aquellos relacionados con debates en clave nacional o con legislación que afecta a España.

La cuarta pregunta estaba relacionada con la cobertura mediática que tiene la información del Parlamento Europeo en España. La postura de los periodistas refleja que los medios españoles cada vez otorgan más importancia a la información europea. Asimismo, este incremento es paralelo a la relevancia que están tomando las decisiones del Parlamento Europeo en cuestiones esenciales como medio ambiente o política exterior. Mientras tanto, los miembros del

gabinete de comunicación manifiestan la necesidad de informar sobre el Parlamento Europeo sin centrarse en la política partidista española.

La quinta pregunta de investigación se planteaba el cambio que han supuesto las redes sociales en la comunicación del Parlamento Europeo. Los periodistas valoran positivamente el enriquecimiento que genera la web 2.0 a la hora de generar debates e información. Además, los miembros del gabinete de comunicación reconocen que las redes sociales permiten acercar el Parlamento Europeo a la ciudadanía y fomentar la participación. No obstante, periodistas y miembros del gabinete de comunicación coinciden en el peligro que suponen las redes sociales a la hora de la proliferación de *fake news* sobre el Parlamento Europeo.

Finalmente, la última pregunta de investigación se cuestionaba las mejoras que puede ejecutar el Parlamento Europeo en materia de comunicación y relación con los periodistas. Desde el gabinete de comunicación concuerdan en la necesidad de aunar los esfuerzos para llegar a los ciudadanos apáticos. Mientras que los periodistas consideran que el Parlamento Europeo debería empezar a informar con el interés de los ciudadanos, en vez de hacerlo con el interés de la propia institución.

En cuanto al desarrollo del trabajo cabe indicar que se han producido algunas limitaciones. Como se señala en el apartado de metodología, se contactó con 32 periodistas para participar en la investigación. No obstante, el número de periodistas que accedieron a las entrevistas se limita a 15. Además, teniendo en cuenta las agendas de sus trabajos, ha sido difícil programar una fecha para realizar cada entrevista.

Por su parte, la elaboración de este trabajo hace pensar en futuras investigaciones de interés en el marco de las relaciones entre periodistas y el Parlamento Europeo. Destaca la idea de hacer un análisis comparado de las relaciones que existen entre el Parlamento Europeo y periodistas de países comunitarios como Francia y países extracomunitarios como Reino Unido.

6. Referencias bibliográficas

- Benedicto Solsona, M. Á. (2016). *Política de información y comunicación de la Unión Europea: una estrategia insuficiente para cerrar la brecha entre la ciudadanía y la UE*. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=126264>
- Burgueño, J.M. (2014) *Comunicación Institucional para periodistas: manual práctico de comunicación y relaciones públicas*.
- Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 11 de diciembre de 2000. http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf
- Comisión Europea, Dirección General de Comunicación. (2014). *Cómo funciona la Unión Europea: guía del ciudadano sobre las instituciones de la UE*. Oficina de Publicaciones. <https://data.europa.eu/doi/10.2775/113>
- Consejo de Europa (2022). *A study of the Brussels press corps* [Archivo PDF]. https://www.consilium.europa.eu/media/54576/eu-press-corps-report_final_web_010322.pdf
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate Communication: A guide to theory and practice*.
- Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*.
- Domínguez Mesa, A. (2015). *La Unión Europea y la comunicación: la política de comunicación de la Unión Europea. Un caso práctico, información de la UE en los diarios El País y El Mundo*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/29477>
- Duch Guillot, Jaume. (2008). La política de información y comunicación del Parlamento Europeo. *Pliegos de Yuste* (7-8), 45-48. <http://www.pliegosdeyuste.eu/n7-8.html>
- Eurobarómetro (2023). *Opinión pública en la Unión Europea* [Archivo PDF]. https://spain.representation.ec.europa.eu/document/download/2a1a9875-1f0e-440c-8e9a-48ea9def2e43_es?filename=Informe_EB_100_Oto%C3%B1o_2023.pdf

- Fernández Rozas, J. C. (31 de enero de 2020). *Impacto del Brexit (VIII): El nuevo Parlamento Europeo después del Brexit*. fernandezrozas.com
- Folgueiras Bertomeu, P. (2016). *La entrevista*. Universitat de Barcelona. <http://hdl.handle.net/2445/99003>
- Hallal, K. (27 de octubre de 2019). Historia del Parlamento Europeo. *El Orden Mundial*. <https://elordenmundial.com/historia-del-parlamento-europeo/>.
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (1987). Ley Orgánica 1/1987, de 2 de abril, de modificación de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, para la regulación de las elecciones al Parlamento Europeo. Boletín Oficial del Estado, núm. 80, de 3 de abril de 1987, pp. 9781-9784. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1987-8193>
- Junta Electoral Central. (1987). *Resultados de las Elecciones al Parlamento Europeo de 1987*. [Archivo PDF]. https://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/documentos/PEuropeo_1987_ResultadosElectos.pdf
- Laursen, B., & Valentini, C. (2015). Mediatization and government communication: Press work in the European Parliament. *The International Journal of Press/Politics*, 20(1), 26-44. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1940161214556513>
- Lázaro Gutiérrez, R. (2021). Entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y libres. Análisis de contenido. *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. 172, p.65-83 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7993166>
- Lloyd, J., & Marconi, C. (2014). *Reporting the EU: news, media and the European institutions*. Bloomsbury Publishing.
- López Cano, D. (2000). España-Unión Europea: los esfuerzos de una década de integración. *Investigaciones geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, (42), 173-191. <https://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n42/n42a11.pdf>

- Mestres i Camps, L. (2019). *La historia del proceso de integración europea*. Universitat Oberta de Catalunya https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147595/5/EuropayLaGovernabilidadGlobal_Modulo1_LaHistoriaDelProcespDeIntegracionEuropea.pdf
- Montero, J. R., & Cordero, G. (1 de junio de 2009). *Elecciones europeas en España: partidos nacionalistas y circunscripción única (ARI)*. realinstitutoelcano.org
- Oficina del Parlamento Europeo en España. (2023). *Guía para periodistas 2023-2024* [Archivo PDF]. https://madrid.europarl.europa.eu/files/live/sites/eplo-madrid/files/dossiers/at-your-service/Guia%20Periodistes%202023-2024_ES_V2_PDF.pdf
- Parlamento Europeo (s.f). *Línea del tiempo del Parlamento Europeo: Desde el pasado hasta el presente*. Recuperado el 17 de junio de 2024, de https://www.europarl.europa.eu/infographic/european-parliament-timeline/index_en.html#event-19961104
- Parlamento Europeo. (4 de junio de 2024). *El 53% de las leyes aprobadas en España entre 2019 y 2024 deriva de directrices y decisiones europeas*. <https://madrid.europarl.europa.eu/home/pagecontent/grid/main/news/es%20news%20european-laws-in-spain.html>
- Parlamento Europeo. (s.f). *Sala de prensa: Contactos*. Recuperado el 17 de junio de 2024, de <https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/contacts>
- Presidencia del Gobierno. (2024). *Real Decreto 363/2024, de 9 de abril, por el que se convocan elecciones de diputados y diputadas al Parlamento Europeo*. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, núm 93, de 16 de abril de 2024, pp. 42475-42476. <https://www.boe.es/boe/dias/2024/04/16/pdfs/BOE-A-2024-7479.pdf>
- Reifs López, M. (2006). La política de la información y la comunicación en la Unión Europea. *Cuadernos de integración europea*, (6), 14-24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2271424>
- Representación permanente de España en la UE. (n.f). *Corresponsales españoles en la Unión Europea*. Recuperado el 20 de junio de 2024 de <https://es-ue.org/corresponsales-espanoles-en-la-union-europea/>

- Roginsky, S. (2014). Social networking sites: An innovative communication on Europe? Analysis in the European Parliament, the European Commission and the European Council. *Media and Communication on Europe*, 91-112.
- San Miguel Osaba, A. M. (2014). La sede del Parlamento Europeo en Estrasburgo en entredicho. ¿El último asalto en su pugna con Bruselas? *Estudios De Deusto*, 62(1), 311-345. <https://revista-estudios.revistas.deusto.es/article/view/242/381>
- Silva, X. B. (2011). Las redes sociales como herramientas de Relaciones Públicas de las instituciones europeas. *Correspondencias & análisis*, (1), 67-82. <file:///C:/Users/danie/Downloads/Dialnet-LasRedesSocialesComoHerramientasDeRelacionesPublic-3934089.pdf>
- Toygür, I., & Carnicero Urabayan, C. (2019). *El peso de España en el Parlamento Europeo: panorama histórico y predicciones para el nuevo ciclo político* [Archivo PDF]. <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/11/ari45-2019-toygur-carnicero-peso-de-espana-parlamento-europeo-panorama-historico-predicciones-para-nuevo-ciclo-politico.pdf>
- Unión Europea. (2016). Artículo 14 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. *Diario Oficial de la Unión Europea*, C 326, 47-390 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:12012E/TXT>
- Unión Europea. (2012). Artículo 352 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. *Diario Oficial de la Unión Europea*, C 326, 47-390. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:12012E352>
- Vera Grossocordone, C. (2021). *Fortalecimiento de las relaciones entre los Estados miembros a través del departamento de Comunicación del Parlamento Europeo* [Trabajo de Fin de Grado de Periodismo, Universidad Francisco de Vitoria] <https://ddfv.ufv.es/rest/api/core/bitstreams/717ab854-1b25-40ce-9279-571ab15817d8/content>

7. Anexos

7.1. Entrevista a Jauma Duch Guillot

¿Cuál es su papel como Director General de Comunicación y Portavoz del Parlamento Europeo?

Tengo dos funciones principales. Por un lado, soy portavoz del Parlamento Europeo. Mi labor en este cargo se centra en ofrecer a los periodistas y medios de comunicación la posibilidad de tener información *off the record* sobre el funcionamiento del Parlamento, las decisiones que se toman y el impacto que puede tener en la gente. No obstante, estas cuestiones siempre se comunican desde una manera institucional, neutral y no política.

En ocasiones, la prensa está interesada en tener los comentarios y opiniones de los eurodiputados, y mucho más de la presidenta del Parlamento. No obstante, hay temas más técnicos o neutros en los cuales el periodista quiere a alguien que no esté vinculado con ningún partido para transmitirlo. Ese es mi papel como Portavoz del Parlamento Europeo

Por otro lado, ser director general de Comunicación se basa en asistir y ayudar al trabajo de los órganos de dirección de la casa como la presidenta, la mesa del Parlamento y la conferencia de presidentes. Todo esto también le corresponde al portavoz y su equipo, sin embargo, como director general tengo que gestionar todos los servicios de comunicación del Parlamento, que son bastante grandes y numerosos.

¿Cuál es el enfoque principal de la estrategia de comunicación del Parlamento Europeo para llegar a los medios de comunicación españoles?

La estrategia de comunicación del Parlamento Europeo es una estrategia descentralizada donde se pone el foco en los medios de comunicación y los periodistas que trabajan desde España. Obviamente damos el mejor servicio posible a los corresponsales en Bruselas, pero de esta manera les facilitamos su trabajo debido a que en muchas ocasiones no tienen la capacidad de cubrir todo lo que ocurre en las instituciones europeas y tienen que elegir que van a tratar.

De este modo, cuando hay sesiones plenarias, es decir, cuando el Parlamento Europeo aprueba mucha legislación al mismo tiempo, también tenemos que ser capaces de diversificar la información hacia periodistas que no están en Bruselas o Estrasburgo. En España nos ayudamos de las oficinas que tenemos en Madrid y en Barcelona. Estas oficinas ayudan a los periodistas que se encuentran en España para que no tengan la necesidad de desplazarse hasta Bruselas y Estrasburgo.

Esa es un poco la estrategia global que tenemos para darle más visibilidad a lo que hace la casa y, al mismo tiempo, para poder adaptarnos mejor a la realidad de cada país, eso quiere decir que diversificamos la información en función de los temas que interesan en cada país. En el caso de España, nuestro objetivo a la hora de comunicar es amoldarnos a las prioridades de la audiencia española.

¿Cómo se asegura el Parlamento de que su mensaje llegue de manera efectiva a los ciudadanos españoles?

No podemos asegurarnos de ello, pero podemos intentarlo. Entonces para que llegue a los ciudadanos tienes que diferenciar entre dos tipos. Por un lado, aquellos que van a buscar o van a aceptar tener una relación directa con el Parlamento Europeo, a este grupo de población puedes llegar con cierta facilidad fundamentalmente vía redes sociales e Internet. Por otro lado, tienes una mayoría de la población que no va a buscar información sobre el Parlamento Europeo, es decir, que se la tienes que llevar tú utilizando los canales que ellos utilizan. Estos canales fundamentalmente son canales de información de masas como la televisión, la radio o las redes sociales.

Por lo tanto, a través de las redes sociales no solamente llegas a los que tienen interés en ti, sino que también puedes alcanzar a otras personas que a lo mejor nunca habían estado en contacto contigo, pero que en el momento en que empiezan a estarlo reaccionan de manera positiva. De este modo, hay que profundizar los esfuerzos en llegar a ambos grupos de población.

¿Dentro de los medios de comunicación en que formato cree que se hace una mayor cobertura de la actividad del Parlamento Europeo, en la televisión, radio, prensa o en medios digitales?

La aparición de los medios digitales ha provocado que haya un espacio infinito de información, es decir, la prensa digital y los portales web de los periódicos contienen bastantes informaciones sobre la Unión Europea. En algunos casos la información la producen los corresponsales y en otras ocasiones esta información la recogen las agencias. Por su parte, la prensa escrita hace menos cobertura porque el papel es más selectivo, pero en la radio también suele haber bastante información europea. En general, los formatos que más cobertura hacen son la radio y la prensa que se encuentra en internet.

Por otro lado, la televisión es un medio donde es complicado que noticias sobre el Parlamento Europeo tengan una gran presencia debido a la limitación de espacio. Cada 30 segundos en televisión son oro y lo que buscan son noticias fáciles, con personajes reconocibles y que contengan acción, aunque esa acción pueda ser una discusión entre políticos. Este es el tipo de información que el Parlamento Europeo normalmente no proporciona porque funciona de otra manera.

Además, haría una distinción en el caso de España, donde el Parlamento Europeo tiene más visibilidad en la televisión pública en comparación con las cadenas privadas.

¿Cuáles son los temas relacionados con el Parlamento Europeo que reciben una mayor atención en los medios?

Los medios de comunicación están especialmente interesados en la política, es decir, conocer quién sube, quién baja o quién es el presidente de "x" institución. No obstante, si vamos a los temas que en este momento más les interesan a los medios españoles, destacaría la política exterior, la defensa y la seguridad de la Unión Europea. Esto se debe a la guerra en Ucrania, las elecciones de Estados Unidos y el cambio que está viviendo el mundo.

También tienen mucho interés en los temas relacionados con la política económica, debido a que España sigue teniendo una dependencia bastante fuerte de la Unión Europea en este tema. Por lo tanto, todo lo que tiene que ver con los presupuestos de la Unión Europea, los fondos estructurales o los fondos *next generation* tiene gran cobertura en los medios españoles.

¿Considera que hay temas subrepresentados o que reciben poca atención?

Yo creo que la prensa española debería hablar más de las dos grandes prioridades legislativas de los últimos años, como han sido la digitalización de la economía o el pacto verde. Ambos son temas en los cuales las decisiones que ha tomado el Parlamento Europeo al respecto no han tenido la visibilidad suficiente.

¿De qué manera han cambiado las redes sociales la comunicación del Parlamento Europeo?

En primer lugar, el Parlamento Europeo se adapta a cada una de las plataformas con diferentes formatos, contenidos y lenguajes, para llegar a diferentes *targets* de público.

En segundo lugar, monitorizando muy bien de que se habla en estas plataformas para saber en qué momento hay que publicar sobre un tema u otro. Además, para luchar contra la desinformación cooperamos con instituciones, *fact checkers* y entidades especializadas. De este modo pretendemos saber la procedencia y el tipo de *fake news* que están circulando.

No obstante, nuestra política en este sentido es más preventiva, es decir, cuando la desinformación ya circula o ya circuló, es muy difícil parar sus efectos. Por lo tanto, aquí lo que hacemos normalmente es prevenir, y prevenir quiere decir que tú tienes que ser mejor informando que los demás desinformando.

¿Cree que la ciudadanía española está especialmente interesada en asuntos europeos o cree que el interés es bajo respecto a otros países?

Yo creo que la audiencia española está interesada pero no lo sabe. Esto se debe a que en este momento hacer la diferencia entre las políticas nacionales y las políticas europeas es algo completamente artificial. Cualquier tema que se discute en la política española tiene una cara nacional y una cara europea, ya sea política de inmigración, defensa de las minorías, igualdad de género etc.

Por su parte, si te fijas en el Eurobarómetro veras como en España hay un 71-72% de los españoles que son conscientes de que aquello que se decide en Bruselas y Estrasburgo tiene un impacto significativo en sus vidas. Esto seguramente es gracias al Brexit, la pandemia y la guerra.

Los ciudadanos están empezando a darse cuenta de que hay temas que, al igual que se deciden a nivel local, autonómico y nacional, hay otra serie de cuestiones que cada vez tienen más importancia a nivel europeo.

7.2. Entrevista a Lluís Tovar

¿Cuál es su experiencia laboral cubriendo las noticias del Parlamento Europeo?

Llevo cuatro años como corresponsal en Bruselas y precisamente la primera noticia que cubrí fue sobre el Parlamento Europeo. Esta primera cobertura fue la suplicatoria acerca de la retirada de inmunidad a Puigdemont como eurodiputado. Esta institución ha cobrado mucha importancia para la corresponsalía de Bruselas gracias a Puigdemont.

Durante estos años, la cobertura del Parlamento ha sido una batería de frecuencia casi semanal. Al final por "a" o por "b" siempre estamos allí. Una semana al mes los plenos son en Estrasburgo, otra semana no hay actividad y finalmente hay dos semanas en Bruselas donde se pactan las resoluciones y se vota todo.

Hasta ahora yo solía acudir dos veces al año a Estrasburgo, pero eso ha cambiado. De los doce plenos que hay cada año, yo siempre acudía al que se

desarrolla en septiembre con motivo del inicio del curso político europeo, puesto que cuenta con la presidenta de la Comisión dando el discurso del estado de la Unión. Además, estos años he ido a Estrasburgo por temas en clave nacional como pueden ser la amnistía o el caso Pegasus.

No obstante, este año ha sido excepcional y desde septiembre a febrero he ido a todos los plenos, exceptuando el de octubre y el de enero. Para ir a Estrasburgo el motivo tiene que estar justificado y da la casualidad de que este año los temas lo han requerido. Por ejemplo, en diciembre acudió el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, en febrero estuvo la viuda de Navalny y en noviembre fue el debate de la ley de amnistía.

¿Cómo diría que es su día a día en Bruselas como corresponsal?

En caso de tener matinal me levanto y hago el matinal. A continuación, sobre las 08:30 mando la agenda del día con los temas que tienen previsiones a mis jefes del área internacional, política y economía. No obstante, cada día surgen cosas nuevas y aunque haya cosas que están muy agendadas, siempre hay otras que saltan en el día.

Tras esto, los jefes de sección van a una reunión de editores con el editor de los informativos entre las 10:00 y 11:00 de la mañana. De esta reunión sale la escaleta con los temas del día. Por lo tanto, sobre las 10:30-11:00 ya conozco si tengo que hacer un directo, una pieza o nada. Esta reunión se repite a las 13:00 para hacer la escaleta del informativo de la noche.

Entonces cada día es distinto. Especialmente me encargo de cubrir muchas ruedas de prensa y canutazos, pero también procuro sacar tiempo para hacer cafés y hablar con eurodiputados *off the record*.

¿Cuáles son las dificultades que tiene para informar sobre las noticias del Parlamento Europeo?

Lo más difícil de ser corresponsal en Bruselas y cubrir las instituciones europeas es llegar y adaptarte. En mi caso tuve mucha suerte porque donde hacemos los

directos es el mismo lugar que utilizan Antena 3, TV3 y EITB, entonces desde el principio es como un *coworking*.

Otra de las cosas más difíciles es conseguir fuentes para saber a quién llamar en cada momento. Esto es algo indispensable teniendo en cuenta que Bruselas es un laberinto gigante donde se encuentran las instituciones europeas y la OTAN, unos organismos supranacionales donde hay un gran volumen de trabajadores. Aunque es cierto que los *press officers* y los portavoces tienen el contacto público en la página web del Parlamento Europeo. Sin embargo, la gente que se encuentra dentro de las negociaciones, que realmente es la que te puede contar algo más, cuesta tiempo conseguir su contacto.

Por ejemplo, yo tengo un contacto dentro de la Comisión Europea en la parte de economía porque un día fui *off the record* después de las previsiones económicas y me apunté su teléfono para cuando necesito información de su especialización de forma inmediata. Al final es necesario tener una buena agenda para saber a quién llamar, pero cuesta tiempo y es probablemente una de las cosas más difíciles de estar aquí.

¿Qué temas relacionados con el Parlamento Europeo son más fáciles para incluir en la programación de su medio de comunicación?

Los temas que son más fáciles de incluir son aquellos relacionados con resoluciones que se votan en Estrasburgo, aunque muchas veces lo que se vota es la posición negociadora del Parlamento. Especialmente nos centramos cuando se vota una ley de manera definitiva o en asuntos que afectan al día a día de los ciudadanos, como el fin de los coches de combustión, la ley de Inteligencia Artificial, la reducción de plásticos etc.

Además, España es el cuarto país con más peso del Parlamento Europeo, por lo que cada semana se cuegan debates en clave nacional en el pleno y las diferentes comisiones. En general, estos debates tienen un alto interés entre los españoles, aunque no tengan resolución y no lleguen a ninguna parte.

¿Con cuáles tiene más dificultades?

Aquellos que no tienen que ver con España o temas muy técnicos como los debates sobre las reglas fiscales. Estos debates son muy importantes porque controlan el gasto público de cada país para que no se excedan y se produzca otra crisis económica, pero son temas muy difíciles de colar en un informativo de televisión.

También cuesta incluir debates técnicos o informes lingüísticos de otros países. Al final la Unión Europea es un gigante que representa a 27 países y tienes que centrarte en las grandes leyes y aquello que interese a la población española. Todo aquello que no afecte a la gente no solemos cubrirlo, así como directrices o temas muy detallados.

¿Qué acciones considera que podría mejorar el Parlamento Europeo a la hora de comunicar?

El Parlamento Europeo tiene gente muy buena trabajando en el área de comunicación, pero le falta que la gente entienda realmente de qué sirve esta institución. Muchas veces hay una gran confusión entre lo que es la Comisión, el Consejo y el Parlamento. La gente no sabe qué hace cada uno y a veces les falta dejar más claro cuál es la política que hacen y qué importancia tiene cada uno. No obstante, una gran responsabilidad también la tenemos nosotros.

La gente tiene la imagen de que el Parlamento decide todo, pero al final quien decide son los países, porque políticamente el Parlamento tiene una parte muy limitada a la hora de tomar decisiones. Sin embargo, cabe mencionar que cuando se hace una resolución diplomática, el Parlamento tiene un papel fundamental.

Además, hace una labor comunicativa, incluso de transparencia, mucho más grande que la Comisión Europea y el Consejo. Ambas instituciones son dos búnkeres a los cuales es muy difícil acceder. En cambio, el Parlamento es mucho más abierto en ese sentido. Aunque más allá de tener las puertas abiertas prácticamente a cualquier ciudadano, todavía les falta matizar y contar bien la importancia que tiene el Parlamento Europeo.

No obstante, también hay que destacar que el Parlamento Europeo es la institución comunitaria que mejor comunica y que más actos hace las sedes de cada país. La sede del Parlamento Europeo en España hace muchos actos e invita a mucha gente.

¿Cuál cree que es el grado de interés de la ciudadanía española acerca de las informaciones o reportajes sobre la Unión Europea?

Dicen que casi ocho de cada diez españoles se interesan sobre temas de la Unión Europea. Yo como periodista diría que, en comparación con otros países, España tiene un enorme interés sobre el Parlamento y el resto de instituciones europeas.

Somos alrededor de 60 corresponsales españoles en Bruselas, prácticamente la delegación más grande. Raro es el día en el que los principales diarios del país no tengan noticias de la Unión Europea en sus portadas. Esto mismo ocurre en los informativos de televisión, rara es la ocasión en la que no contengan directos o menciones a la Unión.

Entonces yo creo que esto sobre todo ha cambiado a raíz de la pandemia, especialmente por la compra de vacunas. Europa cogió una importancia muy grande que se acrecentó aún más con la guerra de Ucrania. Por su parte, estas elecciones europeas son las que más interés van a suscitar de los últimos años, porque todo lo que ha pasado en esta legislatura ha hecho conectar a la gente con la Unión Europea.

¿De qué manera han cambiado las redes sociales la forma de comunicar acerca de los eventos del Parlamento Europeo?

Las redes sociales han cambiado la forma de comunicar en el sentido de que la gente cada vez se informa más por TikTok y este tipo de plataformas. En tres años he visto la evolución que están teniendo en este ámbito, incluso me he llegado a plantear hacer vídeos cortos para TikTok, los cuales probablemente tendrían más impacto que lo que hago en televisión.

Se puede decir que ha habido una explosión de varias redes sociales que tienen más facilidades para llegar a un *target* más joven debido a su inmediatez y su forma rápida, fácil y entendedora de explicar las cosas.

Por su parte, Twitter sigue siendo la referencia informativa porque nos enteramos de muchas cuestiones por esta plataforma, sin embargo, en los últimos años ha derivado en una red social cada vez más llena de odio, insultos, bulos y *fake news*. Los últimos movimientos de la plataforma han hecho que tengan menos filtro en estos aspectos.

Mientras tanto, el Parlamento está intentando adaptarse a estos nuevos tiempos. Por mi parte, creo que la llegada de las redes sociales ha supuesto una evolución en materia de inmediatez. Además, esto se ve reforzado con el formato de vídeo corto, visual y rápido.

¿Qué mejoras considera que se podrían llevar a cabo desde el gabinete de comunicación del Parlamento Europeo para facilitar su trabajo?

Nosotros trabajamos con el gabinete que se encuentra en Bruselas y el tema que yo mejoraría sería su comunicación en el tema digital. El Parlamento Europeo cuenta con una web muy densa en la cual es muy difícil llegar a las resoluciones o seguir las comisiones.

No obstante, el contacto con los medios de la dirección general es muy bueno. Nos envían una agenda con las comisiones, otra agenda del pleno, una lista con los oradores de cada debate etc.

En general, tienen un equipo super eficaz que nos brinda muchas facilidades a los corresponsales.

¿Cree que se debería de dar más presencia a las informaciones relativas a la Unión Europea en su medio de comunicación?

Yo estoy solo en Bruselas y en estos cuatro años Telecinco ha hecho una cobertura excelente. Desde Madrid se ha apostado muchísimo para conectar cualquier cosa que pasa con Bruselas. También es verdad que hay veces que

hay que pelear, pero a poco que ocurra algo significativo ya aparece en el informativo.

En definitiva, desde España se apuesta mucho por el Parlamento Europeo, aunque la actualidad ha acompañado, puesto que el peso que tiene Bruselas en la actualidad es superior al que tenía hace 10 años.