

Reseña

Comunicación europea ¿A quién doy *like* para hablar con Europa?

Jorge Tuñón, Luis Bouza y Uxía Carral

Madrid, Dykinson, 2019, 186 p.

ISBN: 978-84-9148-977-1

Michelle Barrientos Alzate

Universitat Autònoma de Barcelona



Recepción: junio 2021

Aceptación: junio 2021

Publicación: enero 2022

Cita recomendada: TUÑÓN, J.; BOUZA, L. y CARRAL, U. *Comunicación europea ¿A quién doy “like” para hablar con Europa?* (Dykinson, 2019), rec. BARRIENTOS ALZATE, Michelle., *Quaderns IEE: Revista de l'Institut d'Estudis Europeus*, 1 (1) (2022), 223-226. – DOI « <https://doi.org/10.5565/rev/quadernsieve.13> »

Jorge Tuñón, Luis Bouza y Uxía Carral rescatan la célebre frase que pronunció, en los años 70, Henry Kissinger, entonces secretario de Estado de los Estados Unidos: “¿A quién llamo para hablar con Europa?” y la trasladan a la era de las plataformas digitales con un “¿A quién doy *like*?” para presentar los problemas comunicativos que atraviesa la Unión Europea (UE). El ensayo forma parte del proyecto Jean Monnet EUCOPOL sobre Política de Comunicación Europea, financiado por la Comisión Europea y dirigido entre 2017 y 2020 por Jorge Tuñón Navarro, en la Universidad Carlos III de Madrid.

La obra realiza un recorrido por el sistema comunicativo europeo y presenta, de forma sencilla, las principales claves para comprender la situación de la UE en esta materia en el contexto actual. La narración está dividida en seis capítulos encabezados por una introducción en la que los autores hacen una declaración de intenciones sobre los temas a tratar. El prólogo, a cargo de Jaume Duch, director general de comunicación y portavoz del Parlamento Europeo, halaga las intenciones de los autores y su “riguroso” análisis, necesario para conocer los retos de futuro de la comunicación en (y de) la UE.

En el primer capítulo, “Comunicación global y democracia”, Jorge Tuñón describe los principales fenómenos a los que se enfrenta la comunicación en la era de la globalización. La digitalización de las campañas desinformativas, la difícil tarea de narrar un mundo cada vez más interconectado y el dualismo global/local. Todo ello haciendo un balance actualizado sobre el estado de las libertades de expresión y de información ante estos nuevos retos. Sin buscar culpables, el relato presenta una síntesis de las claves que hacen de la UE una realidad compleja de narrar, en este caso también poniendo el foco en el ecosistema mediático. Destaca los factores que han

contribuido directamente al descenso de la popularidad de la UE: la crisis que atraviesa la labor periodística, la reducción de corresponsalías en Bruselas y el auge del periodismo de declaraciones, en detrimento del periodismo de investigación.

El segundo capítulo, “La comunicación europea en contexto”, también a cargo de Tuñón, descifra los fundamentos teóricos básicos para comprender el entorno comunicativo de la UE. Sin dilaciones, el texto afirma que la comunicación es la “materia suspendida” de las instituciones comunitarias y, por lo tanto, la UE, siendo consciente de este déficit, se ha dedicado en los últimos años a desarrollar nuevos programas y planes de actuación que pretenden solventar esta carencia. Además, se analiza la narrativa a través de la cual se ha articulado históricamente la identidad de la UE. De esta manera, se modula un ensayo que permite al lector comprender el alcance de una crisis comunicativa que empezó a evidenciarse a partir de los años 90.

En el tercer capítulo, “Esfera pública europea”, Luis Bouza desarrolla más ampliamente las claves introducidas en el capítulo anterior sobre el relato identitario europeo. Para ello, se remonta al discurso “Un nuevo relato para Europa” que pronunció el expresidente de la Comisión Europea, José Manuel Durão Barroso, el 23 de abril de 2013 en el que animaba a los intelectuales europeos a repensar una narrativa para la UE que respondiera al cambio generacional. Hasta los años 80, la aceptación tácita de la opinión pública hacia los asuntos comunitarios estuvo ligada a la predilección por políticas ‘pareto-eficientes’, basadas en el bienestar común y la legitimidad otorgada por los amplios consensos en las que se centró la UE. Este funcionamiento es contrario a la acción política nacional en que la oposición acepta la derrota haciendo una “leal oposición”, manteniéndose fuera de la acción de gobierno. En el seno de la UE no se manifiesta, hasta los años 80, una politización de la opinión pública, aumentando la visibilidad, aunque no necesariamente la comprensión, de las políticas comunitarias. Apoyados en la teoría de Hooghe y Marks sobre la pérdida de consensos, los autores aseguran que la existencia de la oposición al proyecto europeo no es realmente visible hasta entrada la década de los 90, coincidiendo con el inicio de la crisis comunicativa de la UE.

En el capítulo cuarto, “Política de comunicación de la UE”, redactado por los tres autores de la obra, se analizan las estructuras y estrategias de comunicación de la UE ante las nuevas rutinas de producción informativa. La progresiva predilección de la ciudadanía por un tipo de comunicación que huye de la reflexión y que apuesta cada vez más por una información basada en la caducidad inmediata, ha generado la necesidad de adaptar el mensaje institucional, cuestión que, según señalan los autores, la UE no ha sabido incorporar en su estrategia.

Los autores destacan que, en la última década, acontecimientos como la crisis económica o el auge de los flujos migratorios, sobre todo en 2015 y 2016, han mostrado la incapacidad de la UE para adaptar sus rutinas a nivel informativo y político. Sin embargo, resultaría interesante realizar un análisis más actual que tuviera en cuenta la crisis sanitaria causada por el COVID-19, posterior a la publicación del libro, la cual, incluidas sus controversias, ha supuesto un ejemplo de modificación radical de la agenda comunicativa institucional. También en este sentido, a pesar de no ser destacado en la obra, el fortalecimiento del aparato diplomático de la UE en los últimos años, con el Servicio Europeo de Acción Exterior como máxima expresión, supone una apuesta clara de la UE ante los retos comunicativos de la actualidad. Estas políticas pueden suponer ejemplos de cómo la UE se ha esmerado en “vender” su producto, penetrando en esfera pública a través de estrategias comunicativas cada vez más eficaces.

En el capítulo quinto, "Periodismo y coberturas mediáticas de la UE", elaborado por Jorge Tuñón y Uxía Carral, se lleva a cabo un análisis del impacto de las estrategias comunicativas de la UE en el panorama mediático y viceversa. Los autores otorgan un papel protagonista a la prensa en torno al debate sobre el futuro de Europa, destacando especialmente los géneros de opinión, principalmente expresados a través de artículos y columnas editoriales, y la influencia que han tenido en la percepción de la ciudadanía sobre los asuntos europeos. La lejanía de Bruselas se destaca como una de las principales razones del alto grado de confianza del lector en las editoriales que analizan la actualidad de la UE. El Brexit y el euroescepticismo de las principales cabeceras sensacionalistas del Reino Unido suponen un ejemplo de esta asociación. Por ello, Tuñón y Carral destacan la necesidad de impulsar medios de comunicación paneuropeos que consigan consolidar una opinión pública europea y, a la vez, contribuyan a mejorar la calidad del periodismo sobre asuntos comunitarios.

Por una parte, la falta de visibilidad y la dificultad de acceso a los líderes europeos, junto la falta de transparencia, especialmente en materia de decisión política, se sitúan como causantes de la baja cobertura mediática de los temas europeos en los medios nacionales. Por otra parte, la alta cantidad de información emitida por las instituciones provoca una sobrecarga para los corresponsales en Bruselas que, para los autores, acaba generando la asfixia de los profesionales de la comunicación que terminan siendo incapaces de discernir entre lo que es relevante y lo que no. El peligro, según señalan, es que las corresponsalías se acaben convirtiendo en meras vigilantes de los intereses nacionales en Europa, dejando así de informar sobre los asuntos que atañen a UE en su conjunto.

El sexto capítulo, sobre "El futuro de la comunicación europea", elaborado por los tres autores, sitúa los principales retos a que deberá hacer frente la UE en los próximos años. Con vistas a aprovechar el aumento de la atención por parte de la ciudadanía hacia las políticas comunitarias, los autores destacan como urgente el aumento de las capacidades de la UE para poner en valor todo aquello que afecta a la ciudadanía en su día a día. Acercar las instituciones a los europeos pasará por la consciencia de las ventajas de la acción de la UE. Además, se destaca como prioritaria la necesidad institucionalizar el uso de las redes sociales, dejando atrás la torpeza de convertir estas plataformas en meras amplificadoras de ruedas de prensa de dirigentes políticos.

En este sentido, también puede ser crucial el papel de las delegaciones de las instituciones de la UE en los Estados miembros para adaptar el mensaje de Bruselas, no solo a nivel lingüístico, sino también a la realidad de cada región, diluyendo así la sensación de lejanía de las instituciones. El respeto por la diversidad lingüística, a menudo criticada por el alto coste económico de la traducción de los contenidos, se sitúa en la obra como una historia de éxito a nivel comunicativo. Por ello, mantener la apuesta por el multilingüismo será determinante en las estrategias que desarrolle la UE en los próximos años para aumentar su influencia en la opinión pública.

Evitando perderse en el complejo entramado institucional y, también, comunicativo, los autores consiguen desgranar los errores y vicios en que, tanto instituciones como medios de comunicación, han incurrido en las últimas décadas y que han tenido como consecuencia una percepción limitada de la realidad europea. La narración visibiliza las dificultades que las nuevas tendencias mediáticas añaden a la difícil tarea de comunicar sobre la UE, pero se muestra optimista ante las posibilidades que suponen tanto para los profesionales de la comunicación, como para las instituciones.

En definitiva, Tuñón, Bouza y Carral ofrecen un relato exhaustivo sobre los principales obstáculos a los que se enfrenta la política de comunicación europea, pero también de las oportunidades que deben aprovechar, tanto las instituciones como los medios de comunicación, para acercar los asuntos europeos a la ciudadanía. A través de un lenguaje sencillo, que rehúye de tecnicismos, la obra resulta idónea para todas aquellas personas interesadas en obtener una visión general del entorno mediático de la UE, incluso siendo ajenas al mundo de la comunicación o al funcionamiento institucional europeo.