

Retos particulares de la comunicación del Consejo de la Unión Europea

Ignacio Nuño Molina

Consejo de la Unión Europea

Ignacio.NUNO-MOLINA@consilium.europa.eu



Recepción: junio 2022

Aceptación: junio 2022

Publicación: julio 2022

Cita recomendada: NUÑOZ MOLINA, I. (2022). "Retos particulares de la comunicación del Consejo de la Unión Europea". *Quaderns IEE: Revista de l'Institut d'Estudis Europeus*, 1(2), 127-139.

DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/10.5565/rev/quadernsisee.36>>

Resumen

La Unión Europea (UE) es un proyecto político que se creó en 1957. Hoy engloba 27 países y 447.7 millones de personas. La manera como las instituciones europeas, en concreto el Consejo de la UE y el Consejo Europeo, se comunican con los ciudadanos se ha visto sacudida por la revolución digital que estamos viviendo. Los cambios para adaptarse a las nuevas normas han afectado a todos los departamentos y a todos los trabajadores, a los recursos atribuidos y a la propia cultura de las instituciones. Las reglas y la relación entre ciudadanos e instituciones han cambiado. El Consejo de la UE y el Consejo Europeo se han adaptado al cambio para seguir siendo instituciones públicas modernas que proporcionan información de calidad al servicio de los ciudadanos. Aquí contamos una pequeña historia de cómo lo han hecho.

Palabras clave: Política de comunicación; Digitalización; Medios de comunicación; Consejo de la UE; Consejo Europeo.

Abstract. *Particular challenges of the communication of the Council of the EU*

The European Union (EU) is a political project that was created in 1957. Today it encompasses 27 countries and 447.7 million people. The way that the European institutions, specifically the Council of the EU and the European Council, communicate with citizens has been shaken by the digital revolution that we are experiencing. The changes to adapt to the new regulations have affected all the departments and all the workers, the allocated resources and the culture of the institutions. The rules and the

relationship between citizens and institutions have changed. The Council of the EU and the European Council have adapted to the change in order to remain modern public institutions that provide quality information at the service of the citizens. Here we tell a little story of how they have done it.

Keywords: Communication policy; Digitization; Media; Council of the EU; European Council.

Resum. *Reptes particulars de la comunicació del Consell de la UE*

La Unió Europea (UE) és un projecte polític que es va crear el 1957. Avui engloba 27 països i 447.7 milions de persones. La manera com les institucions europees, concretament el Consell de la UE i el Consell Europeu, es comuniquen amb els ciutadans s'ha vist sacsejada per la revolució digital que estem vivint. Els canvis per adaptar-se a les noves normes han afectat tots els departaments i tots els treballadors, els recursos atribuïts i la pròpia cultura de les institucions. Les regles i la relació entre ciutadans i institucions han canviat. El Consell de la UE i el Consell Europeu s'han adaptat al canvi per continuar sent institucions públiques modernes que proporcionen informació de qualitat al servei dels ciutadans. Aquí expliquem una petita història de com ho han fet.

Paraules clau: Política de comunicació; Digitalització; Mitjans de comunicació; Consell de la UE; Consell Europeu.

Sumario

1. Introducción
 2. Un punto de partida
 3. Estrategia
 4. Crear un nuevo portal para cambiarlo todo
 5. Principales retos en la comunicación del Consejo Europeo y del Consejo de la UE
 6. La comunicación en el Consejo Europeo paso a paso
-

1. INTRODUCCIÓN

La Unión Europea (UE) es un proyecto que afecta la vida de todos los ciudadanos que viven en los 27 países que la forman, 447.7 millones de personas en la actualidad. La UE crea leyes que pueden definir cómo trabajamos, dónde vivimos o qué comemos, por citar lo más básico. Además, la UE está formada por instituciones financiadas con dinero público que los países miembros aportan.

Estas características definen el marco comunicativo de la UE. De una parte, instituciones al servicio de los ciudadanos; por otra, una política de comunicación que informa y ayuda a entender qué decisiones se toman en Bruselas, por qué, qué impacto tienen y cómo puede la ciudadanía adaptarse a ellas.

Durante décadas se utilizó el mismo método de comunicación: conferencias y comunicados de prensa, complementado con entrevistas concedidas a periodistas. La revolución digital en la que vivimos ha trastocado los esquemas clásicos y, desde hace algunos años, el método clásico ya no es suficiente. Las reglas han cambiado, ya que el ciudadano ya no es un simple receptor de información, sino más bien, un actor dinámico que consume y crea información. En la actualidad, las instituciones y los medios de comunicación no tienen el monopolio exclusivo de la información, de modo que si no lo cuentan ellas, lo contará otro y la ciudadanía encontrará lo que busca, gracias a que la generación de contenido puede ser gratuita. Además, la dificultad del mensaje no genera complejos en el lector, sino desconfianza y rechazo. Los ciudadanos tienen más herramientas para escrutar a las instituciones, para denunciar abusos, negligencias o incompetencias. La balanza de control del poder ha cambiado y, como dice el viejo *adagio*, solo cabe adaptarse o morir.

En materia de comunicación, la UE ha comprendido este nuevo escenario y se está adaptando al mismo. Las estrategias de hace diez años hoy no servirían, pero los grandes retos no han cambiado. Comunicar a una audiencia de 447.7 millones de personas en 24 lenguas oficiales es un reto. Hacerlo desde una sola ciudad, Bruselas, con recursos limitados es, sin duda, un gran reto. Personalizar la información a los diversos intereses y necesidades de los ciudadanos de 27 países es, de hecho, el gran desafío de la política de comunicación europea.

Sin embargo, estos retos tan particulares de la comunicación de la UE no se pueden esquivar. La comunicación se debe incrustar en el proceso político y legal. La comunicación es una capacidad necesaria para cualquier perfil, en particular para los altos mandos. Sin una comunicación de calidad, el proyecto europeo está en peligro. El escenario no es que si la UE no comunica se crea un vacío. El escenario es que, si la UE no comunica, otros hablarán por ella y no hay garantías de que los intereses de esos otros sean altruistas. La realidad lo confirma.

La visita a Bruselas de los alumnos del Máster de Integración Europea de la Universidad Autónoma de Barcelona confirmó que los futuros profesionales de la comunicación entienden los retos de hoy en día y son conscientes de que sólo una preparación intelectual profunda puede prepararlos para afrontar y comprender los retos futuros.

2. UN PUNTO DE PARTIDA

Cualquier persona que se arme de valor y decida aprender cómo funciona la UE se encontrará a los pocos minutos ante una situación que le hará preguntarse el porqué del nombre tan parecido de dos de las instituciones que la forman: el Consejo Europeo y el Consejo de la Unión Europea

Tradicionalmente, cuando se habla del "Consejo" se entiende que la persona se refiere al Consejo de la Unión Europea. El Consejo Europeo es nombrado generalmente con su nombre completo. Si la persona ahonda un poquito más, descubrirá que en Europa existe también otra institución que tiene un nombre extremadamente parecido: el Consejo de Europa

Este es uno de los trabalenguas que a menudo se encuentran en la puerta de entrada los ciudadanos que se interesan en temas europeos. Todos, sin excepción, se preguntan por qué se eligieron nombres tan similares para tres organizaciones diferentes. Algunos se cuestionan si no habrá sido adrede para crear confusión. Y, ya se sabe, cuando algo tan sencillo, como el nombre de una institución, requiere una explicación compleja, se genera desconfianza. La complejidad ya no hace sentirse al ciudadano pequeño e ignorante. Hoy la complejidad genera, principalmente, desconfianza.

¿Por qué entonces se eligieron estos nombres? La explicación es la siguiente. El Consejo de Europa se creó en 1949. Por entonces no existía la UE. El Consejo de Europa es un foro internacional que se ocupa principalmente de temas relacionados con los derechos del hombre y la democracia. Lo integran todos los Estados europeos (46), con la salvedad de Bielorrusia, Kazajistán, la Ciudad del Vaticano y Rusia¹, excluidos por ser sus regímenes políticos incompatibles con los principios que sustentan la pertenencia al Consejo de Europa.

¹ Rusia formó parte del Consejo de Europa hasta el 16 de marzo de 2022, cuando fue expulsada.

Ocho años más tarde, en 1957, se firmó el Tratado de Roma y nació la Comunidad Económica Europea (CEE y futura UE). Los seis países fundadores de esta nueva aventura organizaron el trabajo con instituciones inspiradas en los gobiernos democráticos. A una de ellas, la denominaron el Consejo, equivalente al Consejo de ministros de cada país.

Y, por último, en 1975, el presidente francés del momento, Valéry Giscard d'Estaing, VGE para los franceses, propuso a los otros líderes (jefes de Estado o de gobierno) que formaban la Comunidad Económica Europea (CEE) en aquel momento formalizar sus reuniones hasta entonces *ad hoc*. En esa misma época, nacía también el G7 (G6 inicialmente) y VGE pensó que un nuevo cuerpo internacional podría generar desconfianza entre socios. Para que no quedase ninguna duda de que en esas reuniones solo se discutirían temas relacionados con el funcionamiento de la CEE, VGE propuso un nombre que no dejase duda alguna: el Consejo Europeo. No consta que nadie levantase la mano y dijese algo así: *Valéry, este nombre va a confundir a la gente porque ya existe el Consejo de Europa y Consejo*².

Tuvimos que esperar hasta la firma del Tratado de Lisboa, en 2007, para que el Consejo Europeo pasase a ser una institución oficial de la UE, pero el nombre ya no cambió. Y, así, los valientes ciudadanos interesados en saber cómo la UE decide sobre sus vidas se encuentran nada más llegar con este galimatías que hasta los más aventajados en ocasiones confunden cuando se refieren a alguna de las tres instituciones.

Esta historia sobre los nombres que parece anecdótica no lo es para nada desde el punto de vista comunicativo. Uno de los mayores retos para las instituciones mencionadas sigue siendo explicar a los ciudadanos las diferencias entre ellas. El Consejo de Europa en su web tiene una página titulada "No confundir"³, en la que se esfuerza por explicar que ellos no son el Consejo Europeo, ni el Consejo de la UE.

En la parte que concierne a la UE, la situación es, si cabe, un poco más confusa, ya que el Consejo Europeo y el Consejo de la UE comparten edificios, funcionarios y portal web⁴. Es, por tanto, normal que el ciudadano se pregunte por qué tienen la misma web, si son dos organismos diferentes. Si ya el nombre puede inducir al error, ¿compartir la misma web, no complica aún más las cosas?

4. CREAR UN NUEVO PORTAL PARA CAMBIARLO TODO

El Consejo Europeo y el Consejo de la UE comparten el mismo cuerpo de funcionarios. Se trata de la Secretaría General del Consejo, en la que trabajan 3 119 personas, de las cuales alrededor de un tercio son traductores.

² En 1993 el Consejo adoptó el nombre de "Consejo de la Unión Europea", tras el establecimiento de la Unión Europea por el Tratado de Maastricht.

³ <https://www.coe.int/es/web/about-us/do-not-get-confused>

⁴ <https://www.consilium.europa.eu/es/council-eu/>

El equipo de comunicación lo forman 231 personas. Este departamento está liderado desde hace más de 10 años por Reijo Kempinen. Durante su mandato el Consejo Europeo, el Consejo de la UE y el Secretariado han transformado radicalmente su comunicación. En 2013, Kempinen pidió a su equipo que crease un nuevo portal web que fuese común para el Consejo Europeo, el Consejo de la UE y el Eurogrupo. Hasta entonces habían sido tres portales diferentes. La motivación era la siguiente: tres portales diferentes no mostraban la relación que existe entre las dos instituciones (Consejo de la UE y Consejo Europeo) y, además, reflejaba una imagen del Eurogrupo independiente, cuando en realidad es un grupo informal dentro del Consejo de la UE.

Kempinen reclutó a expertos en comunicación digital y les facilitó los medios técnicos y financieros para cumplir su misión. A los pocos meses de comenzar el proyecto quedó patente que la renovación de los portales solo podría llevarse a cabo generando cambio en otros departamentos. Y, a su vez, modernizar estos otros departamentos iba a generar cambio en muchos otros. La nueva web fue el aleteo de mariposa que provocó el huracán que estaba a punto de levantarse. La cuestión para la jerarquía no era pararlo, sino cómo llevarlo a cabo. Los procesos de digitalización son generadores de cambio dentro de las empresas. Las empresas pequeñas son más flexibles y pueden adaptarse mejor. Las empresas grandes, por lo general, tienen una transición más compleja y las empresas públicas, aún más, por la misma naturaleza de la institución. La velocidad del cambio en las instituciones públicas no es tan rápida como en el sector privado.

Aspectos inherentes a la cultura digital, como una profunda orientación al ciudadano, la información multidireccional, la diversidad de actores, la desconfianza hacia lo complejo, la rapidez de los intercambios, etc. todo ello se extendió desde el equipo digital hacia otros departamentos. Empezando por los equipos de comunicación y siguiendo a los propios servicios informáticos del Secretariado y al resto del organigrama. Fue, en pocas palabras, un cambio de la cultura analógica a la cultura digital, entendido este cambio, no solo como un proceso técnico, sino, sobre todo, como una transformación de negocio, aunque sea en una institución pública.

El nuevo portal se lanzó el 15 de enero de 2015. Desde entonces, el Consejo Europeo y el Consejo de la UE comparten el mismo portal en internet. En abril de 2016 se publicó la primera estrategia de comunicación del Secretariado del Consejo de la UE⁵. Una novedad para un cuerpo con casi 60 años de vida. La estrategia de comunicación fue una herramienta de apoyo al cambio. Hasta entonces los principios tenían que ser discutidos con cada uno de los equipos y en todos los proyectos. La estrategia de comunicación era la prueba de que esa era la dirección que la jerarquía también quería seguir. La estrategia de comunicación reforzó la transformación digital. Al cambio demandado por usuarios y por el equipo digital, se suma la dirección con este documento estratégico.

⁵ Es un documento interno.

En el momento en que se escriben estas líneas, mayo de 2022, el equipo de comunicación del Secretariado del Consejo está compuesto por 231 personas, sin contar al personal contratado de empresas externas. El departamento se divide en dos directorios y seis equipos:

1. Media y comunicación (dirigido por Nicole Bayer)
 - medios de comunicación
 - comunicación digital
 - audio visual
2. Información y divulgación (dirigido por Inga Rosinska)
 - divulgación y participación
 - creación y diseño
 - servicios de información al ciudadano

5. PRINCIPALES RETOS EN LA COMUNICACIÓN DEL CONSEJO EUROPEO Y DEL CONSEJO DE LA UE

La comunicación del Consejo Europeo y del Consejo de la Unión Europea, en el seno del Secretariado, se enfrenta a algunos retos comunes propios de la comunicación institucional y a algunos otros particulares de la comunicación de las instituciones de la UE. Los siguientes retos son algunos de los más importantes en el día a día. Por razones de economía y facilidad de lectura, a continuación cuando se indique "el Consejo", nos referimos al Consejo Europeo y al Consejo de la UE.

5.1. La torre de Babel o cómo comunicar en 24 lenguas

El Consejo comunica en su portal en las 24 lenguas oficiales de la UE, pero no siempre puede comunicar en todas las lenguas al mismo tiempo. Cuando las circunstancias lo impiden, el Consejo publica primero en inglés y luego en las otras lenguas, según se van realizando las traducciones. Hay algunas excepciones, pero esta es la regla general. Esto quiere decir un ciudadano que quiera conocer la última hora del Consejo necesitará entender inglés, porque es muy probable que la información en los otros idiomas se publique más tarde. Esto afecta principalmente al contenido escrito, pues el contenido audiovisual y en redes sociales raramente se traduce (se limita a única versión en inglés).

Publicando el contenido primero en idioma inglés se provoca un desequilibrio entre los ciudadanos que lo entienden y los que no. Por lo tanto, para que todos los ciudadanos europeos puedan tener el mismo nivel de información, el reto del Consejo es traducir el contenido escrito a todas las lenguas oficiales de la UE.

El problema se presenta cuando hay información urgente. Este obstáculo podría resolverse utilizando herramientas de traducción automática. Por ejemplo, utilizando

de forma sistemática la herramienta *Etranslation*⁶, que la Comisión Europea ha desarrollado. A modo de ejemplo, el portal de la Presidencia francesa del Consejo de la UE⁷ (enero-junio 2022) ha estado utilizando *Etranslation* para ofrecer su contenido en las lenguas que no son traducidas por sus traductores oficiales con muy buenos resultados.

El desarrollo rápido de herramientas de traducción automática, cada vez más precisas, va a romper probablemente la barrera más recurrente y particular de la comunicación europea. Comunicar en 24 lenguas supone un reto editorial y técnico que afecta a la velocidad en que el contenido está disponible para los usuarios.

5.2. Personalización del contenido

Seguramente, las preocupaciones de un joven que vive en Helsinki y las de un joven que vive en Cádiz no sean las mismas. Si el Consejo quiere llegar a estos dos jóvenes debe crear contenidos que sean de interés para ambos, pues cuanto más relevante sea, tendrá mayor impacto. La personalización del mensaje es un reto para el Consejo. Al contrario que la Comisión Europea y el Parlamento Europeo, que tienen sedes en cada país de la UE, el Consejo está centralizado en Bruselas y establecer un lenguaje personalizado desde un único centro neurálgico no es tarea fácil.

El desarrollo de las redes sociales ha facilitado la distribución segmentada de contenido, pero incluso con soluciones técnicas, la creación de mensajes para audiencias muy segmentadas sigue siendo un gran desafío. Por ejemplo, en la web del Consejo no hay mensajes diferentes para diferentes audiencias. El mismo contenido se ofrece a todos los usuarios. Para personalizar, según la necesidad del lector, el Consejo crea diferentes productos sobre el mismo tema, por ejemplo: un comunicado de prensa; una infografía; un video; un artículo en profundidad, donde se analiza el contexto; o un mensaje en redes sociales, adaptado a cada canal de publicación.

Los medios humanos, técnicos y financieros con los que cuenta el Consejo para comunicar son notables, pero limitados. Están muy por debajo de los que tiene la Comisión Europea y el Parlamento Europeo, por compararlo con las otras dos grandes instituciones de la UE. Se hace un gran esfuerzo humano y creativo por llegar cuanto más lejos posible, cuanto más pertinente posible y cuanto más rápido posible, pero, siguen habiendo limitaciones.

⁶ <https://ec.europa.eu/info/resources-partners/machine-translation-public-administrations-ettranslation-es>

⁷ <https://presidence-francaise.consilium.europa.eu/fr/>

5.3. Posicionamiento en motores de búsqueda

En 2021 la web del Consejo recibió 20.6 millones de visitas (un 23 % más que el año anterior). Las razones para este crecimiento fueron varias, pero, quizás, la más importante fue el posicionamiento del contenido de la web en los buscadores. Recientemente, la web del Consejo ha mejorado el posicionamiento en los motores de búsqueda de tres formas principales: 1) creación de contenido relevante y actual redactado por expertos digitales; 2) adaptación técnica del portal para adecuarse a las exigencias de los motores de búsqueda y 3) privilegiar el contenido móvil.

El salto cuantitativo ha sido enorme. Desde 2015 la audiencia no ha dejado de crecer. Durante el periodo de la pandemia, las páginas dedicadas a la Covid-19 fueron visitadas 3.5 millones de veces. Un récord para el portal.

5.4. El tono y la voz

El Consejo, en tanto que administración pública, tiene la obligación legal de explicar lo que se discute en su seno, cómo se discute y qué es lo que se ha decidido. El tono factual y neutro es la característica principal del contenido del Consejo y es también su garantía de credibilidad y calidad.

El hecho de que la voz política y la administrativa estén bien diferenciadas no significa que los equipos no deban estar alertas, en particular en la comunicación sobre la toma de decisiones. La evaluación de la decisión tomada por la institución es responsabilidad de los políticos, no de la institución. Digamos que los ministros de la UE en el Consejo deciden una nueva política agraria. La labor de la institución es explicarla y compararla con la política anterior. Ahí se acaba su tarea. Serán los ministros los que añadan valoraciones como, por ejemplo "es la solución más avanzada de la historia de la UE", "es la mejor solución posible", y declaraciones de este tipo. La institución se debe quedar al margen de la valoración política. Los dos mensajes, institucional y político, se complementan, pero no se mezclan. Es la misma norma que se aplica al periodismo: hechos y opiniones se presentan de forma separada.

6. LA COMUNICACIÓN EN EL CONSEJO EUROPEO PASO A PASO

El Consejo Europeo es la joya de la corona de la comunicación institucional. No hay ningún otro foro europeo que reúna a los 27 líderes de la UE. Es un momento único a nivel institucional y comunicativo. De media se acreditan alrededor de 1 100 periodistas para estas cumbres políticas.

La cobertura mediática es consecuente con el número de periodistas presentes en el centro de prensa del Consejo. Las principales televisiones europeas e internacionales preparan conexiones en directo y el tema forma parte de los informativos de cada cadena. Digamos que, debido a su importancia, el objetivo de

comunicación durante el Consejo Europeo no es darlo a conocer, sino ser un actor dentro de todas las voces que explican lo que está aconteciendo.

6.1. El presidente del Consejo Europeo

Charles Michel es el actual presidente del Consejo Europeo. Es un político belga, ex primer ministro de su país, y con un padre, Louis Michel, que fue Comisario Europeo y europarlamentario.

Charles Michel es el tercer presidente del Consejo Europeo. La figura del presidente existe desde 2009. Con anterioridad, de 1975 hasta 2009, la presidencia era rotatoria: seis meses cada país y el jefe de estado o primer ministro del país que ostentaba la presidencia ocupaba el cargo de presidente del Consejo Europeo. En 2009, con la entrada en vigor el Tratado de Lisboa, la presidencia rotatoria fue sustituida por una presidencia permanente. Se le elige para dos años y medio y puede ser renovado una vez. Los anteriores presidentes del Consejo Europeo fueron Herman Van Rompuy (Bélgica), y Donald Tusk (Polonia).

La figura del presidente del Consejo Europeo no debe ser entendida como el presidente de una compañía o el presidente del gobierno de un país. Charles Michel, podríamos decir, de manera simplificada, que está al servicio de los líderes elegidos democráticamente que forman el Consejo Europeo. Son ellos los que le han elegido. La principal tarea de Michel es buscar consensos, alinear intereses, preparar las cumbres y buscar soluciones. No es un liderazgo de puño en la mesa.

La fuerza del presidente del Consejo Europeo es que habla en nombre de 27 países. La complejidad de llegar a un mensaje en el que los 27 estén de acuerdo es evidente. Es un papel para funambulistas. Probablemente no haya mejor preparación para este puesto que la política belga.

Desde el punto de vista comunicativo, Michel es el primero en aparecer en escena cuando, un par de días antes de celebrarse el Consejo Europeo, envía públicamente una carta de invitación a los líderes de la UE. Esta carta marca los principales puntos de la agenda, que han sido discutidos y preparados entre bambalinas durante semanas.

6.2. Las cumbres

Los Consejos Europeos son comúnmente también llamados "Cumbres europeas". No se usa este término para ningún otro tipo de reunión relacionada con la UE y la integran los siguientes actos de comunicación:

a) La llegada al edificio del Consejo Europeo

La llegada de los líderes al edificio Europa, donde se celebran estas reuniones, es filmada, desde la llegada del coche hasta que el líder desaparece por los pasillos para coger el ascensor. Está la salida del coche; el apretón de manos con el funcionario que les recibe; el paseo por la alfombra roja, con las banderas europeas de fondo; y, finalmente, el encuentro con la prensa que espera impaciente.

Si el político habla idiomas y así lo decide, la parada con la prensa suele ser doble: una con la prensa nacional y otra con la prensa internacional, en la que contestará en los idiomas que domine. Una práctica común es lanzar una declaración antes de recibir la primera pregunta de los periodistas, ya que no es inhabitual que la política nacional salpique estas reuniones. Con esta práctica, el líder se asegura tener una valoración de la agenda de la reunión grabada y captada por los medios, independientemente de las preguntas que realicen los periodistas.

Los 27 líderes pasan por este protocolo. Pararse a hablar con la prensa no es obligatorio, pero todos lo hacen. Se da la situación, por ejemplo, que algunos líderes llegan al edificio horas antes de que la reunión comience para tener reuniones con otros líderes, pero, aunque ya estén dentro del edificio, por lo general siempre hacen una segunda entrada cuando la prensa ya está presente.

b) La llegada a la sala de reunión

Cuando los líderes llegan a la sala de la reunión ya les está esperando la prensa. Durante entre cinco y diez minutos, las cámaras y fotógrafos están dentro de la sala. No se pueden hacer preguntas y no se puede grabar sonido. Es el momento en que los líderes se saludan y charlan informalmente antes de comenzar la reunión. Desde el punto de vista de la comunicación, es fascinante. Este momento informal da lugar a imágenes llamativas en las que los líderes charlan en grupos. La prensa escruta cada detalle del comportamiento de sus líderes: con quienes hablan, en qué grupo están, cómo es su comportamiento verbal, etc. Todo puede ser interpretado en clave política y a veces de un modo exagerado que no se corresponde con la realidad. Una instantánea fuera de contexto sirve en ocasiones para ilustrar realidades políticas que no son fidedignas con el momento de la foto. Por ejemplo, una foto de Boris Johnson cuando no hablaba con nadie pudo servir para ilustrar el aislamiento del Reino Unido, pero no reflejaba necesariamente que Boris Johnson estuviese aislado o denostado por otros líderes en el momento en que se tomó la foto.

Charles Michel, como presidente del Consejo Europeo, es responsable de dar fin a este intercambio informal haciendo sonar una campanilla. Es la señal para que los líderes tomen asiento y la prensa abandone la sala. La reunión comienza.

c) Desarrollo de la reunión

Se cierran las puertas y la reunión comienza con el presidente del Consejo dando la palabra a la presidenta del Parlamento Europeo, Roberta Metsola. Después de presentar sus puntos sobre la agenda, la presidenta abandona la sala y se dirige a la sala de prensa para hablar con los periodistas. La reunión continua a puerta cerrada.

Las reuniones del Consejo comienzan habitualmente los jueves por la tarde (hacia las 15 h.) y dura hasta la madrugada. El viernes reanudan la reunión a las 9 h. y acostumbra a acabar hacia el mediodía.

Durante el tiempo en que los líderes están reunidos sigue habiendo información oficial. Los periodistas y los ciudadanos lo pueden seguir por dos vías oficiales. Una es el propio Consejo, que publica decisiones intermedias cuando los líderes se ponen de acuerdo en uno de los puntos de la agenda, en vez de esperar al final de la reunión, como sucedía anteriormente. La otra fuente oficial consiste en seguir la cuenta de Twitter del portavoz del presidente del Consejo Europeo (@BarendLeyts), que va informando cuando se pasa de un punto de la agenda a otro. Y, aunque no haya otras fuentes oficiales por parte del Consejo, los periodistas, obviamente, buscan valoraciones por medios no oficiales, que generen que titulares en sus respectivos medios de comunicación.

d) Fin de la reunión

La reunión termina con una rueda de prensa conjunta del presidente del Consejo Europeo y de la presidenta de la Comisión Europea. Además, cada líder europeo, si lo considera necesario, organiza una conferencia de prensa.

6.3. Audiencia

El Consejo comenzó a analizar las audiencias de su portal web en 2013. Desde entonces, en el departamento digital se ha creado un conocimiento y experiencia fruto de miles de horas de observación, test y pruebas con ciudadanos. Los estudios muestran que los tres perfiles de usuarios más representados por tipo de ocupación son: la academia (27 %), los funcionarios (16 %) y cierto tipo de profesionales, destacando abogados, lobistas y periodistas (12 %).

6.4. Los periodistas

Los periodistas representan alrededor del 5 % de las visitas a la web del Consejo. Aunque por cantidad no es la audiencia principal, su capacidad para multiplicar el contenido hace que sean, probablemente, la audiencia para la cual se genera más contenido. En particular, para los periodistas que siguen desde Bruselas las actividades

del Consejo. Conozcamos mejor el perfil de estos periodistas que viven en "la burbuja de Bruselas"⁸:

- 888 periodistas acreditados (67 % hombres y 37 % mujeres).
- Procedencia: Bélgica (15 %), Alemania (12 %), Francia (10 %), Reino Unido (10 %), España (8 %), Italia (8 %).
- Tipo de contrato: asalariado 70 %, autónomo 30 %.
- El medio de comunicación que tiene el mayor número de periodistas acreditados es *Político*⁹, con 41 periodistas.
- Salvo contadas excepciones, como es el caso de *Político*, lo normal es que el periodista que cubre la actualidad europea en Bruselas sea un generalista que cubre no sólo la UE (todos los temas), sino también la OTAN y la política belga.

⁸ Datos de 2020.

⁹ <https://www.politico.eu/>