



Comunicando Europa al ciudadano: dificultades, oportunidades, desafíos

Susana del Río Villar *

Tema: Estrategias de comunicación de la Unión Europea con los ciudadanos, vías para hacer posible un debate real con la sociedad civil y la creación de un modelo participativo europeo

Resumen: La comisaria Margot Wallström ha lanzado la estrategia “Conectando Europa – Plan D: democracia, diálogo y debate” (“*Connecting Europe – Plan D*”), para comunicar Europa a los ciudadanos y promover una discusión sobre el sentido de la Unión Europea y la dirección que ésta debe tomar. Uno de los objetivos es la creación de una arena pública común en la que participen todos los actores. Comunicación es más que información. Esta línea de actuación es la que el Parlamento Europeo ha emprendido con su nuevo sitio *web*: intentar llegar a la sociedad para que ésta se conecte a Europa. Además, impulsará pronto una estrategia basada en la organización de Foros de ciudadanos a nivel regional. Las plataformas de de la sociedad civil también están realizando sus propuestas sobre comunicación

Análisis: Las cuestiones de fondo son: despertar la conciencia común europea partiendo de una buena comunicación con los ciudadanos; cómo “localizar” Europa y promover un debate para salir del *impasse* en el que se encuentra la Unión Europea; intercambiar ideas acerca de la necesidad de un poder constituyente que debe volver a emerger; y cómo recuperar el debate sobre la Constitución europea.

Para comenzar, hay que pensar en cuáles son las iniciativas concretas en materia de comunicación que deberían adoptarse para conseguir un impacto real que acorte las distancias entre el “proyecto” europeo y los ciudadanos. Las dos instituciones, Comisión y Parlamento, centran sus iniciativas en comunicar y debatir Europa desde el lugar más próximo a los ciudadanos, desde los Parlamentos nacionales y entidades regionales. En este contexto, el Gobierno español ha anunciado la campaña “Hablamos de Europa”.

Los temas fundamentales de estas iniciativas giran en torno a tres ideas: estimular un debate público en profundidad, promover la participación de los ciudadanos en el proceso democrático y poner al alcance, tanto de las instituciones como de las organizaciones de la sociedad civil, las herramientas necesarias para generar el diálogo sobre las políticas europeas.

* *Doctora en Ciencias Políticas y Sociología, Comité de Expertos de la Comisión Europea en “Citizens and Governance in the Knowledge-based Society”*

En España, ¿hablamos de Europa?

El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación está lanzando la iniciativa "Hablamos de Europa", que parte de la lección aprendida después del referéndum para la Constitución europea en el que la participación no fue mayoritaria debido en gran medida a que los ciudadanos no se sintieron bien informados, ni con el tiempo necesario, para poder asentar bien los contenidos de la Constitución europea y lo que significaba el referéndum.

La campaña está dirigida fundamentalmente a los jóvenes de formación media-baja. Sería importante que la población adulta también tuviese actos de información para suplir dudas que tuvieron durante la campaña para el referéndum y que los partidos políticos cooperasen transmitiendo unos objetivos comunes.

"Hablamos de Europa" contará con la vinculación de la administración pública y de los municipios así como de un sitio *web* en el que puedan encontrarse las opiniones y actividades en red. En este sentido el *ciber-foro* tiene que ser completo, estar muy actualizado y, además de informar, recoger dudas y expectativas. La campaña aparece planteada desde una perspectiva más dinámica y da cabida a más actores que, por ejemplo, el debate estructurado sobre Europa que lanzó Irlanda con motivo del referéndum para el Tratado de Niza: el Foro Nacional. Este debate se planteaba en un momento decisivo con el objetivo de acercar Europa a los ciudadanos irlandeses.

La campaña en España toma la participación de la sociedad civil como elemento de cambio en sí misma, es decir, es una iniciativa menos dirigida desde arriba y más participativa. ¿El problema?, la capacidad logística y estructural de crear un lugar de encuentro para "hablar de Europa". Pero en este riesgo también está la innovación horizontal y el afán por superar la falta de acuerdo económico y de voluntad político-social-comunicativa que provocaron el fracaso del último Consejo europeo.

Hay que buscar la manera en la que la información y la comunicación consigan vertebrarse para que la iniciativa sea movilizadora, ordenada y se identifique el vector común. Los medios, prensa, radio y televisión, deberían guardar espacios atrayentes para hacer visible la campaña. También sería fundamental contar con la participación de sectores diversos, e incluso de observadores, en reuniones establecidas mediante agenda de manera periódica para poner sobre la mesa cuáles son los aspectos comunes de lo local a Europa. Estas conclusiones deberían publicarse en una guía sobre los resultados y enseñanzas de la campaña junto con las actividades, características de los debates y Seminarios.

Los antecedentes: ¿de dónde parten las estrategias?

Si echamos la mirada un poco atrás nos podemos hacer la pregunta: ¿Se ha convertido el Plan B en el Plan D?, El Plan D es sin duda la respuesta a la situación en la que la Unión Europea está inmersa: ha habido que parar el camino de los referendos y reflexionar sobre la idea de Europa. El Plan B, el que tenía que ponerse en marcha si la Constitución europea era rechazada en algunos Estados miembros, era un plan "fantasma" de estrategia política gubernamental, sin la dosis comunicativa y social necesaria para que Europa funcione, de existir, era el Plan de seguir sin contenidos.

"*Connecting Europe*" da a la sociedad civil el protagonismo que le corresponde, despierta y trabaja en que los ciudadanos se dan cuenta de que Europa está lejos y coloca "las subsidiariedades", vertical y horizontal, en un lugar relevante otorgando un papel decisivo a los Parlamentos nacionales y a la comunicación, de ida y vuelta, con la ciudadanía. Pero esta estrategia también tiene sus déficit a los que hay que dedicar atención para hacer posible el desarrollo de la acción comunicativa en la Unión Europea.

Para conseguir promover la participación de los ciudadanos y dar un impulso democratizador a la Unión Europea, las líneas de actuación se centran en los siguientes pasos: la promoción de procedimientos de consulta más transparentes y accesibles, apoyo a las organizaciones ciudadanas, mayor apertura del Consejo y la utilización de las nuevas tecnologías.

Respecto a las herramientas que hagan posible esta iniciativa dirigida al ciudadano y a mejorar el debate sobre las políticas europeas, ocuparán un lugar prioritario: un nuevo *Eurobarómetro* sobre el futuro de Europa y la utilización de Internet para activar los debates y dar impulso a los foros de los Parlamentos nacionales.

La participación a través de Internet ayuda a la democracia participativa como complemento a la representativa en el desarrollo de la *Vida democrática de la Unión*. La difusión rápida que permite el trabajo en red consigue que los niveles de información y comunicación puedan ser superados por un foro de aprendizaje, consulta e intercambio de opiniones multinivel. De esta manera, la vida política se acercará a la vida pública y los ciudadanos sentirán que tienen capacidad no sólo de informarse sino de ser "fabricantes de políticas".

Las dificultades

El aspecto más complicado será la puesta en marcha de muchos debates, adaptados a cada país, que confluyan en *Un debate*. Para salvar esta dificultad, tendría que quedar mejor diferenciada la estrategia de comunicación en sí misma por un lado y, por otro, los contenidos del debate común europeo. Ya en el propio debate, habrá que distinguir los elementos locales de los que son europeos.

Se debería especificar el papel de los medios de comunicación estableciendo unos mecanismos de información sobre temas europeos en los medios nacionales. Otro punto, que no aparece suficientemente explicado en el Plan D, es cómo se involucran en el proceso los actores "externos" a la propia Comisión Europea. En este sentido, el papel de los partidos políticos, nacionales y europeos, no queda bien definido.

Respecto a la comunicación a través de Internet, el *handicap* es la pantalla y el reto es que esta actividad democrática no la perciba la sociedad sólo como un proceso virtual. Tienen que presentarse garantías al ciudadano de que se trata de una práctica con resultado real. En esta línea, el nuevo sitio *web* del Parlamento Europeo está elaborando una página dedicada al debate sobre el futuro de Europa en la que la principal dificultad es la llegada de comentarios de los ciudadanos en las 25 lenguas y su "unión en pantalla". En cuanto a la conexión entre las redes locales, es imprescindible el papel de Internet en establecer un puente entre las instituciones europeas y sus ciudadanos.

Otro punto en el que trabajar es que las estrategias tienen que estar apoyadas por un proceso legislativo sobre la política de comunicación de la Unión Europea que llevasen a una normativa legal. El Libro Blanco sobre comunicación y proceso democrático, que presentará la Comisión Europea el próximo mes de diciembre antes de que finalice la Presidencia británica, deberá exponer de forma clara modos, vías, temas, actores y directrices a seguir.

También tienen que quedar bien establecidos aspectos como la financiación y sobre cómo descentralizar parte de los fondos a las organizaciones y movimientos de la sociedad civil para que puedan informar y organizar encuentros y debates.

Un aspecto relevante, al que todavía no se ha prestado verdadera atención, es el relacionado en cómo involucrar a los jóvenes en la labor de comunicación sobre Europa, junto con pensar seriamente en la manera de incluir una asignatura específicamente

Europea en los colegios. La educación tiene que suponer un aspecto prioritario en toda estrategia comunicativa.

En cuanto a la vertebración del proceso, una parte compleja será vincular los elementos técnicos y logísticos de las estrategias con los aspectos prácticos, es decir, combinar la exposición preliminar con la puesta en marcha, recorrido y aplicación.

Las oportunidades

Estamos sin duda en un momento de oportunidad de identificación de la sociedad con Europa. Algunos se preguntan si es tarde para que las instituciones europeas se centren en comunicar con el ciudadano: no es tarde y hay que aprovechar la conjunción en los objetivos entre las instituciones y la sociedad civil para elaborar un Proyecto conjunto y hacer posible el enlace entre la visión nacional y la europea.

Durante la etapa de reflexión, las instituciones coinciden en colocar la subsidiariedad en un lugar clave otorgando un papel decisivo a los Parlamentos nacionales y acercando los foros a la ciudadanía e integrar la Unión Europea como parte de los asuntos de los procesos nacionales.

Es fundamental la interactuación de todos los actores: Parlamento Europeo, Comisión Europea, eurodiputados, comisarios, movimientos ciudadanos, partidos políticos, Universidades, colegios, institutos... En el juego de las sinergias, el resultado será más que la suma de sus componentes, creará algo nuevo y Europa necesita creatividad. Las reflexiones desde las redes de ONG dan una señal clara: el sentido de Europa son sus ciudadanos y hay que tener en cuenta sus ideas.

El Comité Económico y Social Europeo ha celebrado una reunión que ha denominado el Foro de Partes Interesadas: "Cómo acortar las distancias entre Europa y los ciudadanos", en cooperación con la Comisión Europea y utilizando el método de espacio abierto para las reuniones. El Foro trabajará en documentos que ayuden en la primera etapa de puesta en marcha del debate. Esta iniciativa pretende explorar la naturaleza de la relación entre la Unión Europea y sus ciudadanos y trata de definir maneras y medios para acortar las distancias entre ellos.

El Foro reunirá a un conjunto de "receptores", multiplicadores, partes interesadas y, mediante el diálogo y el debate, se espera generar ideas nuevas sobre el reto de comunicación europeo. De este modo, el Foro puede considerarse como una respuesta temprana a la Comunicación relativa al "Plan D" de la Comisión Europea.

Los desafíos

La tarea comunicativa tiene que ser dinámica e introducir elementos nuevos, debemos trascender el debate estático para conseguir el verdadero acuerdo sobre el futuro de Europa. Es importante creer en la imaginación, en los resultados en potencia y en el modelo europeo como alternativa global.

En las estrategias para comunicar Europa el primer asunto será cuidar el mensaje que se envíe a los ciudadanos y hacerlo de manera coherente. En un momento de oportunidad para construir una democracia europea renovada hay que tomar como referencia una ciudadanía organizada que tiene que participar como actor principal, con su voz y sus trabajos, en esta fase de reflexión. Es importante asegurar una fórmula para que los documentos elaborados en los debates nacionales, regionales y locales vuelvan a Bruselas, lleguen a Europa.

La etapa de contacto entre todos los actores europeos, de debate multinivel, buscará como reto la agilización de la democracia europea para revitalizarla y hacerla más

participativa y social.

En esta línea, se deberían utilizar nuevos formatos de comunicación sobre temas europeos que despierten el interés de los ciudadanos para lo que es imprescindible contar con unos medios de comunicación europeos. El Parlamento Europeo ha comenzado a pensar en una *web-TV*, la empresa necesitará de una financiación importante pero la proyección sería grande y sin duda informativa, los ciudadanos “verían más Europa”.

Esta puede ser la manera de reconstruir la democracia y el diálogo europeo entre las instituciones y los ciudadanos consiguiendo una democracia transnacional europea, a través de los debates nacional, regional y local, creando el transnacional y proyectando Europa de manera cosmopolita y global.

La solidaridad tiene que ocupar un gran lugar en “la globalización de la Unión Europea” dado que motiva desde hace muchos años a la sociedad y mueve a la gente. Por esto, en la tarea de comunicar, los actores sociales darían un importante impulso a que los ciudadanos se sientan más europeos. También la cultura, cine, arte, literatura..., puede contribuir a la comunicación desde el ocio mostrando a los ciudadanos que se pueden divertir con los temas europeos.

Acerca de los planes, los análisis muestran preocupación por el éxito práctico de estas iniciativas y en si realmente conseguirán llamar la atención e interesar a los ciudadanos europeos. Emprendida la comunicación, en el momento en que se llegue al diálogo entre todos los actores, la recuperación del debate constituyente es un punto prioritario. En este sentido, las conclusiones del proceso pueden configurar un modelo de comunicación que sea un indicador más de que corren nuevos tiempos para Europa, que estamos reajustando piezas y que la época intergubernamental tiene que ser sustituida por una etapa de renovación, de una nueva Convención a la que lleguen todos los actores de la etapa comunicativa con mayor entrenamiento y agilidad en el intercambio de ideas y en la búsqueda de consenso. En esta nueva discusión constitucional, la Constitución europea será “debatida”, por lo que contiene y por cómo y cuánto se comunica.

Pero primero es necesario observar las iniciativas de comunicación como un canal hacia el ciudadano. Establecida una normativa y unas fórmulas sobre el debate en sí mismo y su funcionamiento, podremos entrar en profundidad en los temas concretos. Es decir, estas estrategias no sólo significan un rescate de la Constitución europea sino todo un Proyecto, un camino de comunicación, que puede generar un modelo.

Conclusión: Las instituciones tienen que trabajar proponiendo mecanismos para escuchar a la sociedad civil. Los ciudadanos tienen que decir “Somos Europa” y hacer Europa. No es sólo una cuestión de comunicación, también lo es de democracia, de la percepción de Europa por los ciudadanos y de responsabilidad para comunicarse con Europa.

La definición de las estrategias, la aplicación de la dimensión horizontal, la participación y conseguir un liderazgo europeo descentralizado, son los grandes retos para hacer realidad un modelo de debate europeo.

Susana del Río Villar

Doctora en Ciencias Políticas y Sociología, Comité de Expertos de la Comisión Europea en “Citizens and Governance in the Knowledge-based Society”