

Comunicar, clave para aumentar la participación en las elecciones europeas de 2009: nuevos espacios, proyectos ciudadanos y plan de acción informativa del Parlamento Europeo (2ª Parte)

*Susana del Río Villar **

Tema: La comunicación desde las instituciones europeas es un elemento fundamental para que los ciudadanos europeos se conecten y participen en Europa. En el marco de las elecciones europeas de 2009, el Parlamento Europeo pone en marcha un plan informativo con nuevos espacios y recursos comunicativos para motivar la participación.

Resumen: La comunicación es un recurso fundamental para reactivar el proyecto de integración europea e involucrar a los ciudadanos en la UE del siglo XXI. Se ha producido una renovación en la acción comunicativa europea que se hace visible en los instrumentos para conectar con la ciudadanía, en la creación de nuevos espacios participativos y en el plan de acción informativa del Parlamento Europeo para la cita democrática de los ciudadanos en las elecciones europeas de 2009.

Análisis:

Introducción

Comunicar para motivar la participación en las elecciones europeas es un resorte clave desde las instituciones y fundamentalmente desde el Parlamento Europeo ante la próxima cita democrática que aquí en España tendrá lugar el día 7 de junio. De hecho, la comunicación es un recurso legitimador de primer orden. En estos años, la búsqueda de herramientas para conectar con los ciudadanos ha sido uno de los retos europeos más importantes: llegar a los ciudadanos con los temas que preocupan a la gente y utilizando las vías y soportes que la gente utiliza en su día a día. El reto es: reconquistar a la ciudadanía para conectarla con Europa.

En este análisis también veremos cómo se complementa, a través de iniciativas y proyectos de las organizaciones de la sociedad civil, la democracia representativa con un ejercicio participativo y cómo, durante la campaña común paneuropea hacia las elecciones europeas de 2009, un vector importante para transmitir a los ciudadanos es el poder real del Parlamento Europeo y su acción práctica en nuestro día a día.

El plan de acción informativa del Parlamento Europeo 2009 quiere provocar que el ciudadano de a pie se posicione y tome partido, porque al elegir una u otra opción política está decidiendo sobre su futuro.

* *Doctora en Ciencias Políticas y Sociología y miembro del Comité de Expertos de la Comisión Europea en "Citizens and governance in a knowledge-based society and Democracy in a supranational context".*

Análisis

Transmitir en “versión europea”

Se ha producido una continua redefinición de espacios que los medios de comunicación deberían aprender a abordar. Los medios tienen que moverse de manera sincronizada para poder añadir algo más a su capacidad comunicativa: conseguir que los ciudadanos perciban una idea europea coherente y común. ¿Cómo conseguirlo?: transmitiendo en “versión europea”, buscando un código común europeo “que llegue”.

Respecto a la transmisión de las noticias, para empezar hay que saber comunicar a los ciudadanos que la UE es un buen lugar para vivir y convivir. Una manera de acercar Europa a la sociedad es hacer ver cómo la UE está presente en nuestro día a día. Es importante “engancharse” a los ciudadanos con temas que les importan. Otro de los aspectos importantes que los medios de comunicación pueden llevar a los ciudadanos es que tenemos unos rasgos europeos y unas metas comunes que hay que resaltar y potenciar. Si queremos dar visibilidad a esta idea hay que “mostrar Europa” y, para conseguir una Europa visual, hay que hacerse la pregunta: ¿de dónde recogen los ciudadanos las noticias? Un hecho claro: la información en la televisión la recibimos prácticamente sin buscarla, mientras que la que obtenemos en prensa o radio implica un grado de interés y de búsqueda.

Nos encontramos ante un cambio en las estrategias institucionales que consiguen dar un salto cualitativo importante en el panorama comunicativo europeo e impulsar un espacio de opinión pública europea. La planificación se dirige a los ciudadanos para que tomen conciencia de que estamos en un momento histórico-político en el que todos somos protagonistas. Hay que explorar los nuevos soportes y su viabilidad para que la sociedad se interese por la política.¹ ¿Cuáles han sido los pasos?

La renovación del sitio *web* del Parlamento Europeo mostró que la información no debe ser restringida sino abierta. Una información que desarrolle un modelo horizontal, no vertical, de funciones y que una comunicación variada, multidireccional e integradora, que cuenta con una puesta en pantalla impactante, no supone que las instituciones europeas deban abandonar su papel clave, tanto como comunicadores activos como diseminadores de información, en la configuración de una “Europa en Red”. La *web* también dirige sus esfuerzos a dar más información, de una manera más sistemática, a los periodistas. Este aprendizaje “mediático” de lo europeo conllevará una mayor asimilación de Europa por la ciudadanía.

El “Plan D” lanzado por la Comisión Europea, colocaba en el centro del proyecto la democracia, el diálogo y el debate para comunicar con los ciudadanos. Los temas fundamentales de esta propuesta giran en torno a tres ideas: (1) estimular un debate público en profundidad; (2) promover la participación de los ciudadanos en el proceso democrático; y (3) poner al alcance, tanto de las instituciones como de las organizaciones, las herramientas necesarias para generar el diálogo sobre las políticas europeas y el método de toma de decisión. En la actualidad en el programa “Europa a debate, construir a partir de la experiencia del Plan D: Democracia, Diálogo y Debate”, la

¹ En relación a la nueva gobernabilidad europea y la necesidad de innovación véase la publicación de algunos representantes del Foro Permanente de la Sociedad Civil: Boual, Grosjean, Rabier, Spoel y Van Ermen (2006), *Plan B: Changer la gouvernance européenne. Les citoyens FACE à l'Union européenne*, Éditions Labor. Acerca del “desencanto” de los ciudadanos por la política véase Mariano Torcal y José Ramón Montero (eds.) (2006), *Political Disaffection in Contemporary Democracies: Social Capital, Institutions and Politics*, Routledge, Londres.

Comisión quiere dar la palabra a los ciudadanos utilizando los recursos y las sinergias que se han ido construyendo para configurar un debate a escala europea. Desde la experiencia del Plan D los parámetros de acción futura se sitúan tanto en la dimensión europea como en la nacional incidiendo también en los ámbitos regional y local.

En suma: la participación es un factor que facilita el desarrollo democrático de las sociedades. Los elementos participativos que garantizan su existencia son: (1) el contacto permanente con las ideas y los valores intrínsecos al proyecto europeo; (2) la inclusión social y política; el papel de la cultura, como catalizador para la emergencia de una ciudadanía europea; (3) la educación y opinión informada del ciudadano; y (4) una gobernabilidad que cuente con una sociedad activa organizada.

También es destacable la necesidad de contrastar noticias y buscar “un código común” para transmitirlos. De esta manera, los ciudadanos no se perderán en jergas, tecnicismos, o incluso en contradicciones, a la hora de recibir información.

El Ágora del siglo XXI en el Parlamento Europeo

Ágora es una iniciativa organizada por el Parlamento Europeo, impulsada fundamentalmente desde la Comisión de Asuntos Constitucionales. En la primera Ágora del Parlamento Europeo, celebrada en noviembre de 2007, participaron más de 400 representantes de organizaciones de la sociedad civil. El hilo conductor fue “El futuro de Europa: retos, oportunidades e instrumentos derivados de los nuevos tratados”. Los grupos de trabajo se estructuraron en relación a estas acciones: tareas, herramientas fronteras y horizontes. En junio de 2008 se celebraba el segundo Ágora del Parlamento Europeo dedicado a un tema tan prioritario y de actualidad como es el cambio climático: *Climate Change: Analysing, Problem Solving, Mobilising*. Los grupos de trabajo centraron sus debates en los siguientes temas: recursos, técnicas, solidaridad, economía y educación.

El punto fuerte del Ágora del Parlamento Europeo es que lo lanza la institución europea que representa directamente a los ciudadanos, involucrando a representantes de organizaciones de la sociedad civil que pueden aportar ideas importantes para la nueva etapa de la UE. Ágora es un instrumento nuevo que conlleva una logística enorme en un marco, el Parlamento Europeo, donde se hace visible una complicidad eurodiputados-ciudadanos.

La experiencia ha demostrado que se puede sacar un alto rendimiento de los múltiples soportes que nos ofrece la tecnología para incrementar tanto la información como la participación ciudadana en la configuración de un espacio europeo. Ágora comenzó como un plan “piloto”, con un ánimo de explorar nuevos caminos para la participación. El debate multinivel ha logrado tomar un ritmo de trabajo eficaz y consensuado. Los dos grandes campos del proyecto han sido el operacional-espacial y el de contenidos de actualidad para debatir sobre el futuro de Europa. Al igual que durante los trabajos de la Convención europea, el método de trabajo ha sido la búsqueda del consenso a través del debate.

Creatividad comunicativa y emergencia de un espacio común europeo ciudadano: algunos ejemplos

Desde hace tiempo se han lanzado iniciativas comunicativas para conectar con los ciudadanos pero fue después del “parón” de la Constitución europea cuando se vio la necesidad urgente de dar a conocer Europa a la sociedad y hacerla partícipe de lo que

está sucediendo en la UE. Había que ir más allá. No sólo hay que informar e informar bien, sino comunicar Europa.

La comunicación lleva implícito un camino de ida y vuelta, la acción comunicativa incita a la participación y una Europa participativa promueve unos esquemas específicos y la exploración de nuevos mecanismos que constituyan los anclajes hacia unos espacios concretos y conocidos por los ciudadanos. Esta nueva acción comunicativa europea hará posible la formulación de una opinión pública europea. Pero, ¿cuáles son en la actualidad esos mecanismos, en qué espacios se desarrollan, han conseguido ya su consolidación para la práctica comunicativa europea o todavía son iniciativas piloto?, ¿impulsan una ciudadanía activa europea? y ¿en qué marco se desarrollan?

En el marco hacia las elecciones europeas de 2009, después del acuerdo para “comunicar Europa en parternariado”, las instituciones europeas lanzaron la campaña con el mensaje “Tú eliges”, para las elecciones al Parlamento Europeo, uniendo sus fuerzas para incentivar la participación. En esta línea de conexión con los ciudadanos, el Parlamento Europeo ha aprobado por gran mayoría el informe presentado desde la Comisión de Asuntos Constitucionales sobre las perspectivas para el desarrollo del diálogo civil en el marco del Tratado de Lisboa.²

Las iniciativas de mayor repercusión puestas en marcha desde las instituciones muestran una intención clara de conectar con los ciudadanos para motivar la participación con nuevos espacios para la acción comunicativa.³ Como antes he explicado, el Parlamento Europeo comienza con la renovación de su *web* y sigue con el lanzamiento de Europarl TV y la nueva página *web* dedicada a las elecciones europeas.⁴ También hay que destacar los foros ciudadanos que la Oficina del PE en España organiza en distintos Parlamentos regionales con el formato “Tengo una pregunta para Europa”.

Desde la Comisión Europea continúan las iniciativas “Europa con los ciudadanos” y “Europa a debate”. La Representación en España, en su voluntad por crear un espacio público europeo de reflexión y debate para llegar a públicos a los que normalmente no interesa la información comunitaria, pone en marcha una nueva *web* participativa, “espacio Europa”,⁵ para promover un Espacio Público Europeo. A través de videos europeos, *blogs* y la utilización de una red social como es *facebook*, los ciudadanos pueden realizar sus aportaciones a los temas de actualidad de la UE utilizando las nuevas tecnologías y “aprender Europa” de manera práctica.

² Informe presentado en enero de 2009 en el Parlamento Europeo, Estrasburgo, por la eurodiputada Genowefa Grabowska, Comisión de Asuntos Constitucionales sobre las perspectivas para el desarrollo del diálogo civil en el marco del Tratado de Lisboa
(<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=PV&reference=20090112&secondRef=ITEM-019&language=ES&ring=A6-2008-0475>).

³ Sobre ciudadanía activa en Europa, comunicación y nuevos espacios participativos, véase Susana del Río Villar (2008), *Ciudadanía activa en Europa. Proceso participativo y nuevos espacios para la comunicación, Difusión jurídica y temas de actualidad*, Madrid. También de S. del Río: *Conectar con Europa, Participar en Europa, 10 preguntas, 10 respuestas*, +Europa editada por del Consejo Catalán del Movimiento Europeo, con la colaboración de la Generalitat de Catalunya y de la Diputación de Barcelona, abril de 2009.

⁴ Acerca de la comunicación y las elecciones al Parlamento Europeo véase Jaume Duch Guillot (2009), “La comunicación en el marco de las elecciones 2009 al Parlamento Europeo. Análisis desde una perspectiva institucional”, *Participación ciudadana. Nueva cultura política en un contexto de liderazgo compartido*, Cursos de verano de la UPV, Diputación de Guipúzcoa, pp. 117-131.

⁵ Espacio Europa, Comisión Europea, <http://espacioeuropa.eu/>; Europa 2009, www.rtve.es/programas/europa/; *Hablamos de Europa* (Secretaría de Estado para la UE), www.hablamosdeeuropa.es/Paginas/Home.aspx.

En el campo audiovisual, el programa Europa 2009 de TVE íntegramente dedicado a los temas europeos, busca cada semana acercarnos a las noticias de actualidad de la UE a través de reportajes de temática variada, análisis y entrevistas utilizando un formato ágil, ameno y cercano.

Desde la Secretaría de Estado para la UE en España, el espacio *web* “Hablamos de Europa” va mostrando información actualizada día a día sobre asuntos europeos, debates, seminarios, subvenciones y noticias de interés transmitidas de manera fácil y directa. Hay que destacar que también se están moviendo proyectos con las organizaciones de la sociedad civil para la preparación de la Presidencia española de la UE del primer semestre de 2010.

Nuevos proyectos participativos con mecanismos innovadores

En cuanto a los proyectos más significativos en los que el motor es el debate con los ciudadanos, hay que destacar iniciativas de varias redes y movimientos de la sociedad civil.⁶ Estos proyectos unen la ciudadanía con la esfera política e institucional y quieren involucrar a los ciudadanos con temas que les interesan y con las herramientas que utilizan en su día a día. De alguna manera intentan que cada ciudadano tenga una percepción de lo europeo en su vida para *tunear* Europa a su medida, que “haga suya” Europa:

- *Act4 Europe* y las entidades y plataformas sociales que la integran. Entre sus iniciativas para incentivar el voto en las elecciones europeas hay que destacar unas fichas en las que recoge de manera rápida el por qué es importante ir a votar, cómo influye lo que se decide en el Parlamento Europeo en nuestros día a día y en los temas que nos preocupan y cuáles son las cosas que piden los ciudadanos de sus eurodiputados.
- *Questions for Europe* es una iniciativa impulsada desde el Movimiento Europeo Internacional para mover la comunicación entre los ciudadanos y los candidatos al Parlamento Europeo.
- Los proyectos dirigidos a los jóvenes e iniciativas en el lugar más próximo a los ciudadanos. Entre los proyectos dirigidos a incentivar la participación de los jóvenes son numerosos los proyectos enmarcados en el programa Juventud en Acción 2007-2013. En España se está celebrando la iniciativa “Muévete por Europa” impulsada por la Fundación Universitaria Martí l’Humà. También hay que destacar las iniciativas dirigidas a comunicar Europa con las actividades de los Ayuntamientos y de entidades en el mundo local: el más próximo a los ciudadanos.
- Fes Europa: la *Fundació Catalunya Europa* pone en marcha una plataforma, un espacio de interconexión, entre los ciudadanos y los eurodiputados para poder proponer, preguntar, comentar los temas de actualidad de la UE en el marco de las elecciones europeas. El mecanismo es hacer preguntas sobre temas variados

⁶ Act 4 Europe: <http://www.act4europe.org/code/en/back.asp?Page=262>.
European Citizens Consultations: <http://www.european-citizens-consultations.eu/>.
Fes Europa: <http://www.feseuropa.cat/>.
Fundación Luis Vives: www.fundacionluisvives.org.
Movimiento Europeo: www.europeanmovement.org.
REINE, Red Extremeña de Información Europea: www.reine.org.es.

que interesan a políticos, jóvenes, eurodiputados, académicos y a la ciudadanía en general para crear un espacio europeo de opinión pública.

- Desde la Red Extremeña de Información Europea (REINE) se trabaja de manera coordinada y utilizando las nuevas tecnologías y los medios para llegar a la ciudadanía extremeña. Con proyectos diferentes –“Europa en el aula, Europa en tu onda”; “Europa también se construye desde la Asamblea de Extremadura” o “Euroactivos”– entidades de REINE como son el propio Parlamento extremeño, la Junta de Extremadura, la Universidad de Extremadura, la Fundación Academia Europea de Yuste y la Fundación Ciudadanía acercan los temas de actualidad europeos a los ciudadanos.
- Dar la palabra a los ciudadanos: *Consultas Europeas a la Ciudadanía. Haz oír tu voz*, impulsada por la Fondation Roi Baudouin (Bélgica) y en España por la Fundación Luís Vives. El punto fuerte de esta iniciativa: el debate paneuropeo, la escala transnacional y poder mostrar a los ciudadanos que sus propuestas importan. El elemento destacable: la capacidad de los ciudadanos para dialogar, debatir y llegar a un consenso sobre los puntos a incluir en las conclusiones finales.
- ECC 2007 y 2009: *European Citizens Consultations 2006-2007*. Los temas que identificaron los ciudadanos como prioritarios fueron: inmigración, política social y familiar y medio ambiente. En los 25 países que participaron (en esta etapa Bulgaria y Rumania todavía no formaban parte de la UE) los ciudadanos llegaron a un consenso para la redacción de recomendaciones sobre los temas señalados con el siguiente formato: “En 2020 queremos una Europa que...”. La ECC 2009 hace una sola pregunta a los ciudadanos: “¿Cómo puede la UE afrontar nuestro futuro económico y social en un mundo globalizado?”.

De los debates con los ciudadanos salieron 10 recomendaciones desde cada país. Además, un grupo de observadores participó en la Consulta europea en España siguiendo de cerca la metodología, escuchando a los 100 ciudadanos y debatiendo sobre la misma pregunta. La “Consulta Europea a la Ciudadanía. Haz oír tu voz” es una iniciativa paneuropea, con una metodología innovadora comunicativa-participativa y en la que los protagonistas son los ciudadanos. En la consulta paneuropea, celebrada en mayo de 2009, se han puesto sobre la mesa las propuestas de cada país y se han acordado las quince recomendaciones comunes de los 27 países la recomendación más votada ha sido la lucha contra el cambio climático.

La red *European Citizens Initiative* continúa realizando una gran labor de comunicación en red sobre la Iniciativa Legislativa Ciudadana, su desarrollo e implementación. La Iniciativa se incluyó en el Proyecto de Constitución europea y, más adelante, en el Tratado de Lisboa. La Iniciativa será uno de los temas de atención durante la Presidencia española de la UE en el primer semestre de 2010. Esta Iniciativa Ciudadana enuncia que con un millón de firmas, de un número significativo de países, se podrá presentar una propuesta a la Comisión Europea para que inicie un proceso legislativo. El Parlamento Europeo ha presentado recientemente un informe, precedido de un documento de trabajo, sobre qué es y qué no es la Iniciativa, su aplicación y el papel del Parlamento Europeo en el desarrollo de este proceso.⁷ La Iniciativa impulsa una conexión que hace

⁷ Documento de trabajo del Parlamento Europeo sobre la aplicación de la Iniciativa Legislativa Ciudadana (Comisión de Asuntos Constitucionales, octubre de 2008); a este documento le siguió la aprobación del

visible el debate transnacional europeo para mover un asunto implicando a los diferentes actores: la sociedad civil como sujeto activo protagonista de su realidad.

Estos proyectos tienen una formulación común: llegar a la gente con las herramientas que utiliza la gente debatiendo sobre los temas que de verdad importan a los ciudadanos.⁸ Incentivar la participación requiere encontrar fórmulas para el desarrollo de una verdadera comunicación europea reafirmando la idea de que la capacidad de conectar con los ciudadanos es uno de los indicadores sólidos de la “sostenibilidad” institucional.

Ante la crisis económica, pensar en el Parlamento Europeo como en un valor en alza

La crisis económica se está dando en un contexto multinivel, nacional, europeo y mundial, por lo que son muchas las vertientes y espacios para afrontarla que están interactuando. Este “colapso” del sistema económico está provocando que los ciudadanos vean en los medios de comunicación noticias prácticamente diarias sobre cómo la UE quiere hablar con una sola voz y buscar medidas financieras comunes. La crisis trae consigo la necesaria reestructuración de los mercados financieros removiendo los cimientos de un modelo que necesita una renovación. Este nuevo modelo tiene que anclarse en un cimiento sólido: la solidaridad.

En este sentido, los ciudadanos, preocupados por sus trabajos y el día a día de su economía familiar, están viendo como los países europeos intentan buscar una salida conjunta a la crisis. Si buscamos un punto “a favor” respecto a cómo la crisis afectará a las próximas elecciones del 7 de junio al Parlamento Europeo seguramente un aspecto a tener en cuenta es que los ciudadanos están viendo un esfuerzo común europeo y, algo muy importante: una Europa que trasciende las políticas nacionales expandiéndose a un espacio común de debate y búsqueda de soluciones a la crisis, en clave europea. Una respuesta de dimensión europea. Esta respuesta tiene que buscar estímulos innovadores y fórmulas creativas y estamos en el Año Europeo 2009 de la Creatividad y de la Innovación.

Ante una crisis económica, la UE hará más visible su propio modelo y tendrá que estrechar lazos a nivel internacional.⁹ Estas perspectivas, europea e internacional, harán que los partidos políticos europeos defiendan sus estrategias y muestren sus soluciones a la ciudadanía antes de las próximas elecciones. Una observación respecto a la crisis económica y la participación podría ser que, si bien la situación económica puede desmotivar a algunos a ir a votar, también impulsará a otros a tomar posición ante las soluciones y vías, dependiendo del color político, que darán sus representantes en el Parlamento Europeo en los próximos años.

El siguiente apartado está dedicado a la campaña de las elecciones al Parlamento Europeo. Relacionado con las herramientas de la campaña y también con el contexto socioeconómico hay que destacar un póster en el que se muestra a un león y a un gato

informe en febrero de 2009 (<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-414.325+01+DOC+WORD+V0//ES&language=ES>).

⁸ Para una información útil y práctica de Europa se ha creado el nuevo portal <http://www.eurodatum.com/spanish.html> y para noticias europeas, una media europea, el sitio *web* multilingüe de reciente lanzamiento: <http://www.presseurop.eu/>.

⁹ Juan José Álvarez Rubio (2009), *Hacia una necesaria actuación coordinada de la UE: la obligada Comunitarización de la respuesta a la crisis financiera*, *Política Financiera Común de la Unión Europea*, Consejo Federal Español del Movimiento Europeo y Oficina del Parlamento Europeo en España, Madrid (en prensa).

para ver con qué animal y su forma de comportamiento se identifican las personas en relación a la actual situación financiera y a la gestión de los mercados, comercio y su supervisión.

Un plan de acción informativa diferente hacia las elecciones europeas de 2009: interactividad y nuevos soportes comunicativos

La “campaña” informativa del Parlamento Europeo “Tú eliges” incentiva la participación comunicando, con herramientas innovadoras, temas de actualidad que preocupan a los ciudadanos, que hacen pensar en las opciones y provocan tomar posición configurando opinión pública europea. Es importante establecer una diferencia clara entre el plan de acción informativa del Parlamento Europeo y la propia campaña política desde los partidos.

El plan informativo para las elecciones europeas de 2009 del PE es común a los 27 países, transnacional y de vanguardia comunicativa. Es una campaña informativa transversal provocadora. El que sea común es un indicador de una “sensación” y una intuición desde el Parlamento Europeo: el mensaje es que hay un espacio ciudadano europeo que ya se identifica con la misma Europa, que comparte las mismas preocupaciones e ideales para el futuro. Podemos incluso pensar en la realidad de un *demos* europeo. Un espacio de dimensión europea, y no solo a los temas comunes que interesan a la ciudadanía europea, sino a lo que lleva a posicionarse y a ir a votar e incluso a lo que hace reír y “engancharse” a Europa.

El Parlamento Europeo utiliza el nuevo soporte internet 2.0 y está visible y “localizado” en plataformas como *facebook*, *myspace* y *twitter* junto con herramientas más tradicionales como son los pósters y anuncios. Sin embargo, incluso estos pósters tienen elementos innovadores.¹⁰ Los diseños presentan dibujos claros y nítidos y un breve texto en relación a temas de actualidad en la UE como son la seguridad, garantías a los consumidores, la inmigración, la energía o la conciliación de la vida profesional y familiar. Con dibujos de “mensajes-soluciones”, en algunos opuestas, se quiere incitar a que el ciudadano de a pie se posicione y tome partido. Sí, que tome partido. Porque al elegir una u otra opción política está decidiendo sobre su futuro en los próximos cinco años y sobre las medidas que quedarán establecidas también para después de la próxima legislatura.

Además de los carteles, se acompañará una caravana informativa, que hará rutas por ciudades de todos los países y de una caja multimedia (*Box vox*) en donde se pueden grabar opiniones, se lanza el anuncio oficial de televisión y radio junto con varios vídeos para difusión por Internet. Sin duda, son impactantes: una chica chillando, la vuelta ciclista parando para votar o los ladrones de una película famosa, votando a la vez que hacen una especie de ballet acrobático. Los *thrillers*, el deporte y la coreografía tienen también su lugar en la campaña informativa.

Respecto al anuncio oficial para televisión, llama la atención la utilización de los tiempos para concienciar de que lo que decidimos en el presente tendrá su reflejo muy pronto en el nuevo Parlamento Europeo que elijamos. Si en los carteles nos tenemos que posicionar ya, en presente, ante determinados temas de actualidad, en el de televisión nos vemos en un futuro en el que, dependiendo de lo que hayamos elegido, escucharemos una noticia u otra diferente relacionadas con los temas de actualidad y cómo hayamos decidido que los eurodiputados los gestionen. Esta “conjugación” de

¹⁰ La página web del Parlamento Europeo dedicada a las elecciones 2009 es www.europarl.europa.eu/elections2009/default.htm?language=es.

tiempos, nos lleva a pensar en una Europa hoy, práctica, y en una UE en el futuro. Nos transportamos a varias posibilidades que podríamos escuchar en noticias en unos años. El plan informativo tiene un recorrido temporal claro y quizá sería importante que en televisión también se viesan de vez en cuando los pósters temáticos para hacer visible la secuencia del plan informativo y la continuidad de lo que se quiere transmitir.

Conclusión

Comunicación, ciudadanía, conexión y... una p de participación

Comunicar para motivar la participación es la clave para incentivar el voto en las elecciones europeas 2009. "Tú eliges" consigue una llamada provocadora para que los ciudadanos tomen posición respecto a asuntos de plena actualidad y con buena dosis de cotidianeidad. Es un plan de vanguardia comunicativa y, al mismo tiempo, que pisa en tierra firme: una "campaña" informativa ciudadana.

Muy recientemente, se ponen en marcha estrategias y sinergias comunicativas junto con la formulación de metodologías para su desarrollo. Se quieren consolidar modelos y dar el salto desde los "planes "piloto" a la viabilidad, visibilidad e implementación con continuidad y con recursos muy presentes como son la innovación y la creatividad para "enganchar" a la ciudadanía hacia las elecciones de 2009 al Parlamento Europeo. En este sentido, se observará un cambio sustancial en el paradigma "comunicación institucional europea". Este cambio es muy visible en el Plan de acción informativa del Parlamento Europeo para las elecciones europeas de 2009. Con este plan se ha hecho tangible un salto destacable de concepción comunicativa entre 2004 y 2009. Como antes he apuntado: la capacidad de conectar con los ciudadanos constituye uno de los indicadores sólidos de la "sostenibilidad" institucional europea para dar credibilidad al proyecto europeo y comunicar para motivar la participación son las claves para incentivar el voto en las elecciones al Parlamento Europeo de 2009.

Conseguir un proyecto europeo políticamente ambicioso y socialmente integrador significa estar continuamente en contacto con los ciudadanos para incentivar la participación: conectar con Europa para participar en Europa. Este proceso tiene que funcionar en sincronía ya que, tal y como escribe Saint-Exupéry en *El Principito*: "No hay soluciones sino fuerzas en marcha". Una dimensión de conexión multinivel y cada vez más horizontal necesita la configuración de un nuevo enfoque de hacer política más europeo ya que se hace ciudadanía europea comunicando Europa. En el ejercicio democrático de vanguardia, las organizaciones de la sociedad civil son valiosas multiplicadoras de información y estos movimientos con su trabajo diario consiguen un avance en el concepto de ciudadanía europea hacia una nueva "ciudadanía en la práctica".

En esta apasionante tarea comunicativa hay varias sinergias esenciales para comunicar "en versión europea" y continuar configurando un espacio europeo común de debate: sincronizar y explorar espacios para la comunicación, impulsar una ciudadanía activa, mostrar una Europa tangible, práctica, "de calle" y transmitir Europa de forma accesible, ágil y con un lenguaje sencillo. Respecto a las nuevas tecnologías y el recurso Internet es importante que la gente se enganche al *dominio eu*. Es decir, conseguir un modelo de comunicación política europea interactivo y transmitir con un código comunicativo ciudadano.

Desplegar el potencial del recurso "Comunicación", solidario, creativo e innovador, conlleva una acción comunicativa con los ciudadanos y desde ellos. Se trata de

sincronizar procesos sostenibles de participación ciudadana que permitan reconquistar el espacio ciudadano para conectarlo con Europa.

Hemos participado en la configuración de un modelo europeo de debate y estamos asistiendo al salto hacia el desarrollo de una política comunicativa europea real. Estas dos vertientes constituyen sin ninguna duda una etapa importante en la UE del siglo XXI ya que, en la época de un mundo global, la comunicación es poder y la participación de la ciudadanía un logro y una conquista democrática. El que la política de comunicación europea se consolide es sin duda un espectáculo ambicioso, solidario y con un enorme potencial para Europa y sus ciudadanos.

Susana del Río Villar

Doctora en Ciencias Políticas y Sociología y miembro del Comité de Expertos de la Comisión Europea en "Citizens and governance in a knowledge-based society and Democracy in a supranational context"