



## Texto de la ponencia / Txostenaren testua

### Jaume DUCH

*Director de Medios de Comunicación y portavoz del Parlamento Europeo  
Komunikabide zuzendaria eta Europako Parlamentuaren bozeramailea*

### Contribución a la mesa redonda sobre la política de comunicación de la Unión Europea

Egun on.

Antes que nada permítanme agradecer a la Secretaría General de Acción Exterior del Gobierno Vasco su invitación a participar en esta Jornada sobre ciudadanía e integración europea. Espero poder aportar algunas informaciones útiles sobre cómo entiende el Parlamento Europeo la política de comunicación de la Unión Europea y hacerles partícipes al mismo tiempo de mis reflexiones personales al respecto.

El distanciamiento entre el proyecto europeo y los ciudadanos sobre el que se teorizó durante años ha aparecido con toda su crudeza en los últimos tiempos: la escasa participación ciudadana en las elecciones al Parlamento Europeo en el 2004, el rechazo del proyecto de Tratado constitucional por los ciudadanos franceses y neerlandeses o las recientes elecciones europeas en Bulgaria, con apenas un 30% de participación, son ejemplos evidentes, aunque no todos respondan a las mismas causas.

La constatación de este distanciamiento ha llevado a las instituciones europeas a reflexionar al respecto y a tratar de mejorar su política de comunicación, desde el reconocimiento implícito de que también ellas cargan con una parte de la culpa de esta situación.

Me voy a referir lógicamente a la política de comunicación del Parlamento Europeo, y en concreto a cómo en el PE estamos intentando poner en pie una política de información y comunicación de las instituciones europeas capaz de reducir la distancia entre estas y los ciudadanos, disminuir las percepciones negativas sobre la Unión Europea y devolver a la construcción europea la parte de legitimidad que le corresponde obtener a través del apoyo directo de la ciudadanía.

Se trata de una tarea urgente, dado que en menos de dos años estaremos de nuevo a las puertas de una campaña electoral europea. Es precisamente la fecha de junio de 2009, en que tendrán lugar las próximas elecciones europeas, la que nos sirve ya de punto de referencia –por no decir de línea de meta- para el esfuerzo de información y comunicación que estamos llevando a cabo.

Una consideración previa: ¿cuál debe ser el papel de una institución pública como es el propio Parlamento Europeo en materia de información y comunicación?

Dicho de otra manera, ¿cuál es el grado de peligro de que los esfuerzos de las instituciones europeas por mejorar la información de los ciudadanos acaben produciendo la invasión de un terreno que es propio de los medios de comunicación y una intensificación de un género de información rayano en la publicidad cuando no en la propaganda? Reflexión de evidente actualidad en un momento en el que, al menos teóricamente, las nuevas tecnologías permiten ya la comunicación directa entre instituciones y ciudadanos.

Una segunda consideración: el PE tiene cada cinco años una cita con las urnas en la que, justa o injustamente, parece jugarse su propia legitimidad institucional. La relación entre una buena política de comunicación por parte de las instituciones comunitarias y la participación de los ciudadanos parece haberse convertido un dogma de fe. Dogma ante el cual yo me manifiesto ya como parcialmente hereje. En el Parlamento Europeo todos miran ya hacia sus servicios de información y comunicación para saber qué pensamos hacer para que la participación electoral vuelva a aumentar. Sin embargo, no es la información institucional, en general fría, plana y falta de nervio político, la que hará acudir a los ciudadanos a las urnas.

Desde 1979, la tendencia de la participación electoral en las elecciones europeas es a la baja. En el 2004 el porcentaje llegó tan sólo al 45%, empujado hacia abajo por la catastrófica participación en la mayor parte de los nuevos Estados miembros. Si en junio del 2009 la participación electoral no mejora, ¿de quién habrá sido culpa? La lista de sospechosos es muy larga, y entre ellos se incluye sin duda la propia Unión Europea, es decir sus instituciones, a las que se acusará de no saber conectar con el ciudadano, es decir, de no saber comunicar.

Hasta hace unos años la explicación general era que el ciudadano no percibía la importancia de acudir a las urnas porque el PE no tenía apenas competencias y por lo tanto no servía apenas para nada. Probablemente era cierto. Sin competencias no hay política, sin política no hay interés ciudadano.

Las elecciones de 1999 tuvieron lugar tres meses después de que la Comisión Europea se viese obligada a dimitir presionada por el Parlamento Europeo. Durante varias semanas el PE ocupó las primeras páginas de los medios de comunicación. Quedó claro que era una institución que empezaba a contar. Sin embargo, la participación volvió a bajar.

En el 2004 el PE era ya una institución con bastante poder. Todavía con menos poderes formales que los Parlamentos nacionales, ciertamente, pero también con más posibilidad de ejercerlos, especialmente los relativos al control del ejecutivo, que algunos de esos Parlamentos. Y sin embargo la participación electoral siguió sin mejorar.

Ahora que nos empezamos a preparar para afrontar las elecciones del 2009, con evidente temor a que la participación siga bajando, es fácil distinguir dos escuelas:

- una, la de quienes creen que hay que informar más y mejor a la ciudadanía sobre qué es el PE, para qué sirve, cómo funciona, sobre qué temas legisla, así como explicar los grandes éxitos de la legislatura, que los está habiendo y muchos;

- otra, la de quienes piensan que la gente no vota por una institución, ni tampoco en función del trabajo que ésta haya realizado. Nadie va a votar a unas elecciones generales, autonómicas o locales para reconocer el trabajo realizado por la institución, ya sea ésta un Parlamento o una corporación municipal. Aún menos a nivel europeo. Se vota porque se puede elegir entre opciones y modelos diferentes y sobre todo, cuando se conocen y se entienden las consecuencias concretas de que se imponga una u otra opción.

Sin menospreciar el hecho de que, en efecto, sigue habiendo mucha gente que no acude a votar porque desconoce tanto la importancia de las decisiones que se toman en el ámbito comunitario como el propio papel desempeñado por el Parlamento Europeo y su impacto en la política nacional, yo me apunto más bien a la segunda tesis.

A mi juicio, el problema esencial a la hora de motivar la participación electoral es la ausencia de elección real entre diferentes alternativas, ya sea votar por un candidato a presidente de la Unión Europea o de la Comisión ya sea elegir entre modelos diferentes y votar en consecuencia por el partido que pueda aplicar uno de ellos en caso de llegar a gobernar.

A pesar de algunas escasas excepciones los comicios europeos son todavía una especie de celebración simultánea de comicios nacionales, con partidos nacionales, agendas nacionales y debates en clave nacional. La invisibilidad de un gobierno europeo y de políticas europeas alternativas sobre las que pronunciarse hacen que las campañas electorales se conviertan muchas veces en sondeos a tamaño real o en segundas vueltas de las elecciones nacionales. La escasa visibilidad de los diputados europeos, tapados casi siempre por los dirigentes políticos nacionales, dificulta incluso que el peso de las campañas sea llevado por quienes realmente conocen los temas europeos, por lo que muchas veces el debate es enormemente superficial.

Para que existan campañas europeas hace falta todavía una verdadera Europa con color político, en la que los ciudadanos perciban que las instituciones pueden seguir tendencias concretas en función de la composición ideológica del Parlamento Europeo y de su subsiguiente correspondencia a la hora de investir a la Comisión Europea.

Además de políticas la Unión Europea necesita Política. Sólo así se hará indispensable la existencia de partidos políticos europeos fuertes, capaces de transmitir mensajes supranacionales y de movilizar a una opinión pública verdadera y plenamente europea.

Y esa Europa política necesitará también de medios de comunicación con vocación europea. Aún hoy, los medios de comunicación europeos son en su casi totalidad medios nacionales, que informan en clave nacional y que dan prioridad a la información estrictamente nacional, hasta el punto muchas veces de clasificar la información relativa a la Unión Europea como información internacional, lo que sin duda no es.

Sin embargo, sería injusto no reconocer que en todos los países existen medios con una política editorial claramente favorable al proyecto europeo, si bien en el día a día ese ideario queda oscurecido por la interpretación en clave estrictamente nacional de la actualidad comunitaria europea. De la misma manera, las nuevas tecnologías, en especial Internet y las transmisiones por cable y por satélite, han hecho saltar muchas fronteras, permitiendo así la aparición de una opinión pública más formada, más informada y por tanto también más libre.

Son numerosas las propuestas sobre cómo mejorar el nivel de información europea del que gozan los ciudadanos y, yendo más allá de este objetivo, cómo recuperar el interés explícito de los ciudadanos por la integración europea y por el progreso de la misma.

La pregunta en todo es caso es si existe o no desinformación entre los ciudadanos en materia de asuntos europeos. Los sondeos –y también nuestra propia percepción– nos dicen que sí. La gente no sabe muy bien qué es lo que se decide en Bruselas o Estrasburgo y sobre todo no sabe quién toma las decisiones. Una mayoría de ciudadanos carece de conocimientos básicos sobre cómo trabaja la Unión Europea, o de qué manera influye en sus vidas, muchos ni siquiera pueden citar instituciones europeas y menos aún distinguir sus roles, unas carencias que se incrementan en las capas menos ilustradas de la sociedad. Europa no sólo les parece lejana, sino desconocida, extraña.

¿Pero es esta desinformación producto de la falta de información o de una mala información? Dicho de otra manera, ¿existe suficiente información y de qué calidad? Las instituciones europeas – no sólo el Parlamento, que dedica a ello una parte sustancial de su presupuesto – hacen un esfuerzo importante por informar. En cierto sentido hay incluso demasiada información, pero que llega con dificultad, o simplemente no llega.

El ciudadano interesado en obtener información la encuentra fácilmente. De hecho, todo aquello que sucede en las instituciones comunitarias que es verdaderamente noticiable aparece recogido en los medios de comunicación. Sin embargo, es importante que esa información llegue también a un público menos proactivo.

El primer objetivo tiene que ser por tanto ampliar el número de ciudadanos al que las instituciones quieren llegar, yendo mucho más allá de lo que en el argot de Bruselas se denomina "the usual suspects". Para ello es esencial aumentar la presencia de la información europea en los dos grandes canales de comunicación de masas: la radiotelevisión e Internet.

Es precisamente en la televisión en la que hallamos la mayor parte del déficit de información europea. La televisión prima las noticias con imágenes impactantes, los temas cercanos o fáciles de entender, la información fácil y rápida de contar... Lo contrario de la información europea, que suele ser aburrida y plana, falta de "drama", difícil de ilustrar más allá de las consabidas reuniones de ministros o parlamentarios y llena de tecnicismos.

Por último, hace falta también que el enfoque con que se da la información europea sea el correcto. No me refiero a que sea siempre positivo, mucho menos aún laudatoria, se trata simplemente de que sea veraz y sobre todo que se respete su carácter europeo, evitando una lectura excesivamente nacional. Una imagen de Europa entendida como "nosotros frente a los demás" o presentada en tercera persona del singular en lugar de en primera del plural jamás logrará incrementar el respaldo de los ciudadanos. Menos aún la presentación de "Europa" o "Bruselas" como la causa de que se tomen decisiones negativas y el lugar donde ello sucede.

Así pues mejorar el conocimiento que la gente tiene de la Unión y de sus instituciones es una tarea a asumir tanto por éstas como por los medios de comunicación. Y por eso es fundamental que las primeras contribuyan a facilitar el trabajo de los segundos.

En el PE hemos optado por modificar nuestra política de información y comunicación reforzando los siguientes elementos:

- más instrumentos destinados a promover la información europea en la prensa regional y local (la prensa nacional, con corresponsales en Bruselas, cubre de manera más que correcta la actualidad europea, incluida la parlamentaria). Este enfoque ha comportado una mayor descentralización de nuestros mecanismos de información y un respeto escrupuloso del multilingüismo;

- mayor esfuerzo en interesar a los medios de comunicación audiovisuales, tanto la radio como la televisión. Ello pasa también por intentar organizar la labor parlamentaria de forma más ágil, teniendo en cuenta el interés mediático probable de cada uno de los asuntos que se tratan en Bruselas o Estrasburgo;

- priorizar y seleccionar la información que produce el Parlamento. De hecho el problema no es la falta, sino el exceso de información;

- utilizar Internet para comunicar directamente con los ciudadanos, básicamente a través de páginas orientadas hacia el ciudadano medio y no hacia el especialista y, a

partir del año próximo, utilizando la plataforma Internet para difundir un canal parlamentario propio.

Pero nada de esto bastará si no se soluciona la dificultad principal: Europa necesita rostros y voces. Hoy en día la información exige personajes, personalización. Un comunicado sobre la actividad legislativa del Parlamento Europeo tiene escasas posibilidades de abrirse paso si no vende una "historia" con sus propios personajes o si la noticia no se encarna en su protagonista.

La gran dificultad de las instituciones europeas estriba en el escaso grado de conocimiento de sus actores políticos, especialmente de los genuinamente europeos. El presidente de la Comisión Europea es probablemente el más conocido, pero no suficientemente. Muchos de los 27 comisarios son desconocidos más allá de su propio país. En cuanto al presidente del Parlamento Europeo, el hecho de que su mandato sea muy corto, dos años y medio, impide que pueda llegar a ser reconocido por una parte sustantiva de la ciudadanía europea. Con algunas excepciones, muchos de los líderes parlamentarios europeos son demasiado poco conocidos por su electorado, ya sea como resultado de la ley electoral aplicable, por el hecho de que los partidos no envían a sus primeros espadas a Estrasburgo y Bruselas o por ambos factores al mismo tiempo. La presencia del Parlamento Europeo en los medios de comunicación es mucho mayor ahora que hace unos pocos años, pero apenas ha podido beneficiarse de un aumento del grado de conocimiento de sus diputados.

Los ciudadanos de la Unión Europea se sentirán mejor informados cuanto más sientan la necesidad de informarse, cuanto más se interesen por los asuntos que se debaten y deciden en Bruselas y Estrasburgo. Para que ello sea posible hace falta un sistema institucional más fácil de entender, hace falta un verdadero debate político a escala europea, con líderes políticos de ámbito europeo que discutan de los mismos temas que se tratan en el ámbito nacional. Un debate político abierto a opciones, en los que los ciudadanos sientan que pueden no sólo opinar, sino sobre todo decidir. Mientras la Unión Europea siga dando una imagen tecnocrática ninguna campaña de información, por inteligente que sea, podrá suplir lo que de verdad mueve a los ciudadanos a interesarse por la política: la posibilidad de determinar su futuro.

Por eso es tan importante la aprobación del proyecto de Constitución Europea o del texto que vaya a sustituirlo. El acercamiento entre ciudadanos e instituciones no se va a lograr gracias a que se apruebe un texto más o menos largo o más o menos corto, porque de todas formas la gente no lo va a leer. El acercamiento se producirá aumentando el perfil político de la Unión y mejorando su personificación. Contar con un presidente del Consejo Europeo dedicado exclusivamente a esta tarea, con un presidente de la Comisión elegido en función de los resultados de las elecciones europeas o con un Parlamento Europeo con poderes equivalentes a los de cualquier parlamento nacional ayudará cien veces a más a mejorar el conocimiento y el interés por los asuntos europeos que la mejor de las campañas de comunicación.

Muchas gracias.