

HISTORIA DE ÉXITO



# FORO DE LA INICIATIVA CIUDADANA EUROPEA

## UNO DE NOSOTROS



**INFÓRMATE** – DEBATE – CONECTA – PIDE ASESORAMIENTO

## | ÍNDICE

UNO DE NOSOTROS	3
“Uno de nosotros”: la campaña	4
La repercusión de la campaña de “Uno de nosotros”	7



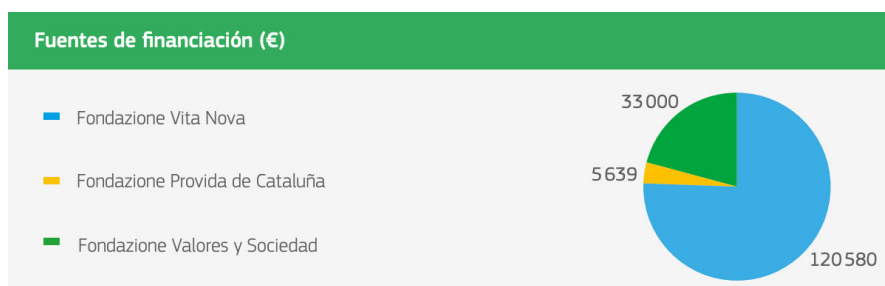
# 1

## UNO DE NOSOTROS

“Uno de nosotros”, registrada el 11 de mayo de 2012, fue una de las primeras iniciativas ciudadanas europeas que logró reunir al menos un millón de firmas. La iniciativa se refería a la protección jurídica de la dignidad, el derecho a la vida y la integridad de todo ser humano desde la concepción. Su principal objetivo era acabar con la financiación por la UE de actividades con embriones humanos, sobre todo en investigación, salud pública y ayuda al desarrollo.

“Uno de nosotros” es un ejemplo de una iniciativa que prosperó y cuyos organizadores presentaron un proyecto legislativo que incluía tres modificaciones a la normativa vigente. Por otro lado, en septiembre de 2013 los organizadores crearon una organización con personalidad jurídica propia dedicada a la campaña, la “Federación Uno de nosotros”.

La Comisión Europea decidió no efectuar la revisión legislativa propuesta por considerar adecuado el marco legislativo vigente.



### Factores de éxito

- Apoyo público del Vaticano
- Comités nacionales fuertes
- Campaña centrada en los países donde el tema es más conocido.

## 2

# “Uno de nosotros”: la campaña

## Preparación

Diversas ONG de países con movimientos provida fuertes y bien establecidos (Francia, Alemania, Polonia, España e Italia) empezaron a contactar con organizaciones provida de otros países que pudieran gestionar la campaña a través de comités nacionales. Gracias a las aportaciones de las organizaciones participantes, se recaudaron fondos para la coordinación central de la iniciativa en Bruselas (organización de reuniones, gastos de viaje, etc.). Además, cada comité nacional recaudó fondos para su propia campaña nacional.

## Puesta en marcha

La campaña comenzó inmediatamente después del registro. (Actualmente, hay un plazo máximo de seis meses entre el registro y el inicio del período de doce meses de la recogida de firmas, pero ese no era el caso todavía cuando se puso en marcha la iniciativa “Uno de nosotros”). Los primeros cinco meses de la campaña se dedicaron fundamentalmente a crear una estructura para emprender la campaña en los 28 países de la UE. La campaña real y la recogida de firmas no se pusieron en marcha hasta que no se hubo establecido su estructura. Por consiguiente, las firmas se recogieron en un plazo de seis meses.

La campaña utilizó ampliamente los medios de comunicación y los recursos online. Para sensibilizar e informar a la población, los organizadores crearon un sitio web específico y recurrieron a los medios de comunicación tradicionales (por ejemplo con entrevistas). Al mismo tiempo, también fueron activos en Facebook y en Twitter.



## | Recogida de firmas

Se acordó una estrategia global que permitía a cada comité nacional aplicar su propia versión de la campaña y designar a un embajador nacional para promover la iniciativa y animar a los ciudadanos a firmar las declaraciones de apoyo.

La estrategia se basaba en las siguientes metas progresivas:

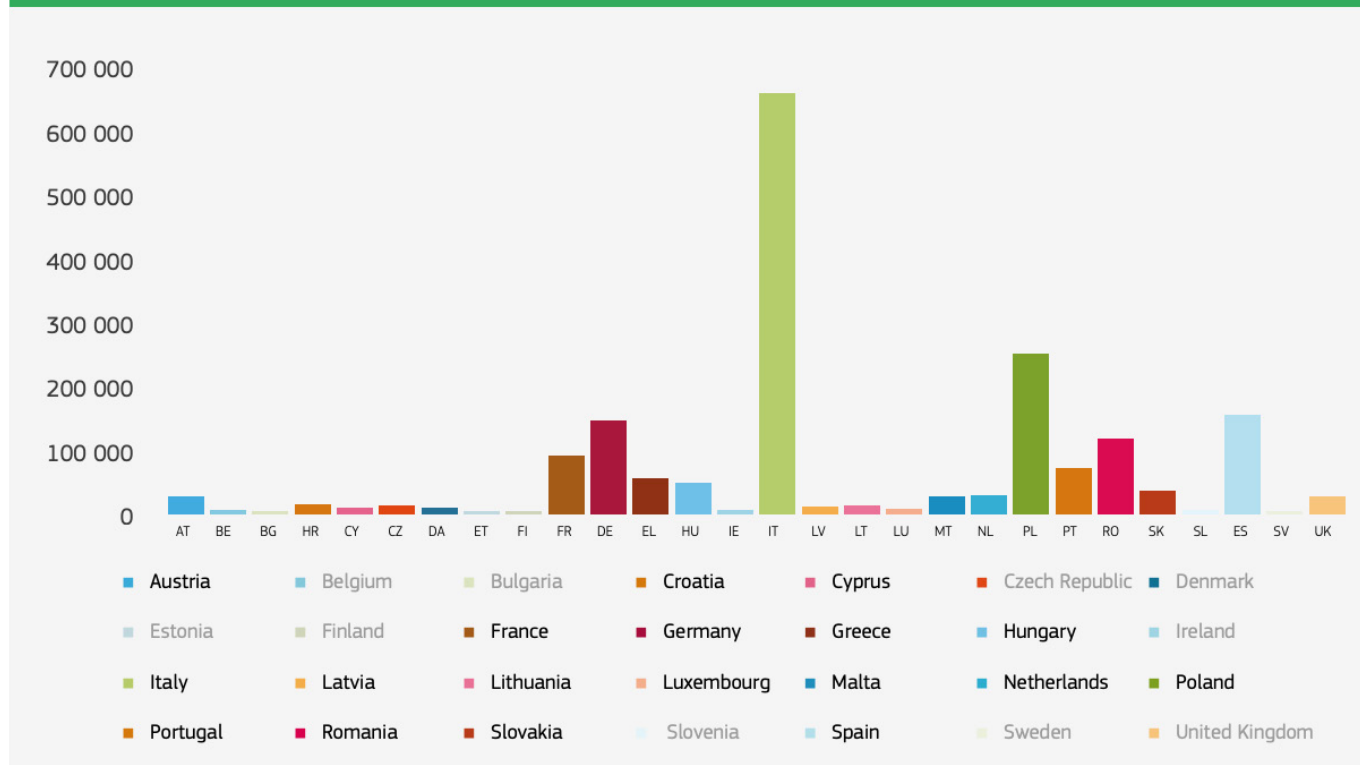
1. alcanzar el número mínimo de firmas en siete países
2. recoger un millón de firmas
3. recoger 1.200.000 firmas por si algunas no resultaban validadas
4. recoger 1.500.000 firmas para reforzar el mensaje de la iniciativa
5. recoger el máximo de firmas posible en el mayor número de países.

Una de las principales dificultades para los organizadores fue la complejidad técnica de crear el sistema de recogida a través de páginas web. No obstante, para solventar estas dificultades durante la fase inicial de la iniciativa, la Comisión alojó los sistemas de recogida en línea de los organizadores, lo que iba más allá de sus propias obligaciones según el Reglamento, y les proporcionó asistencia técnica y formación. Además, la Comisión aceptó a título excepcional las declaraciones de apoyo recogidas hasta el 1 de noviembre de 2013 (después del plazo oficial de 12 meses) para todas las iniciativas registradas antes del 31 de octubre de 2012.

Cuando la fase de recogida concluyó el 1 de noviembre de 2013, los voluntarios habían obtenido en papel alrededor del 65 % de las firmas, mientras que el 35 % restante se había recogido online.



**Número de declaraciones de apoyo**  
(en los países en negrita se ha alcanzado el umbral)



## | Verificación y presentación

La iniciativa se presentó el 28 de febrero de 2014, junto con los certificados que confirmaban la validez de 1.721.626 declaraciones de apoyo.

# 3

## La repercusión de la campaña de “Uno de nosotros”

### Examen y decisión de la Comisión

El 9 de abril de 2014, los organizadores se reunieron con la comisaria europea de Investigación, Innovación y Ciencia y el director general adjunto de Desarrollo y Cooperación (ver el [comunicado de prensa](#)). Un día después, presentaron su iniciativa en una [audiencia pública](#) en el Parlamento Europeo.

La Comisión manifestó en su [Comunicación](#) de 28 de mayo de 2014 que no iba a presentar ninguna propuesta legislativa porque los Estados miembros y el Parlamento Europeo habían debatido y acordado recientemente el marco financiero (ver el [comunicado de prensa](#)).

Más información sobre las medidas de seguimiento en la web de la [Iniciativa Ciudadana Europea](#).



## | Seguimiento

Los organizadores comunicaron principalmente por correo electrónico los resultados de la campaña. Enviaron “informes completos con las firmas recogidas a todos los contactos en los diferentes países”. Se pretendía que el éxito de un país motivara a los otros. Una vez que los “diferentes países recogieron el número mínimo de firmas exigido”, los organizadores lo utilizaron para animar a “los demás a movilizar sus campañas nacionales”.

La Iniciativa Ciudadana Europea fue el punto de partida de una cooperación más duradera. A raíz de la campaña, los organizadores “constituyeron la Federación Uno de nosotros, que siguió trabajando a escala nacional y europea”. Este ejemplo muestra cómo una Iniciativa Ciudadana Europea no solo puede ayudar, en primer lugar, a hacer que se oiga la voz de los ciudadanos, sino también a encontrar otras personas con ideas afines para seguir un objetivo común que forme parte de una estrategia a largo plazo.

A pesar de su éxito, los organizadores afirman que, si tuvieran que poner en marcha otra campaña, adoptarían un enfoque ligeramente diferente. El aspecto principal sería el plan de organización de la campaña. Crearían “una estructura sólida en diferentes países”. Eso les permitiría disponer de más tiempo durante la campaña para recoger firmas y hacer una mejor planificación a largo plazo.



## Consejos y sugerencias para futuros organizadores

- Conviene enviar las dudas jurídicas al servicio de asistencia del Foro de la Iniciativa Ciudadana Europea.
- Hay que comunicar, estableciendo flujos de información horizontal y vertical dentro de la estructura de la campaña.
- La motivación es fundamental: es conveniente informar cada semana a los coordinadores nacionales de las cifras de recogida de firmas para animarles.
- Si el objetivo de recoger un millón de firmas parece demasiado ambicioso al principio, es preciso fijar metas y plazos concretos a nivel nacional y europeo y supervisar atentamente la evolución.
- Hay que entrar la campaña en los países donde ya se conoce bien el tema de la iniciativa.
- Conviene recordar que la decisión final sobre el seguimiento que habrá de darse a la Iniciativa Ciudadana que prospere recae en la Comisión Europea.



## Lecciones aprendidas

- Los organizadores sabían que, si bien la Comisión no estaba obligada a proponer legislación, «una iniciativa coronada por el éxito generaría un debate y una presión política considerables en toda Europa».
- A pesar de que la iniciativa contaba con el apoyo público de los papas Francisco y Benedicto XVI, «la campaña se vio afectada negativamente por la falta de cobertura en los medios de comunicación».
- Por último, los organizadores centraron la campaña en países con fuertes movimientos provida (como Francia, Alemania, Polonia, España e Italia). En países donde carecían de un comité nacional fuerte y sus recursos financieros eran muy limitados, los organizadores obtuvieron pocas declaraciones de apoyo.